

๖๖๖.๖๖

๖๖๖.๖๖

๖.๖

ความรู้ความเข้าใจ ทักษะและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์
ของนักลงทุนทั่วไป

บทคัดย่อ

ของ

วิภารัตน์ อัมพพันธ์

10 เม.ย. 2549

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2549

10/10/49

วิจารณ์ อัมพัน (2549). ความรู้ความเข้าใจ ทักษะและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัท
หลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์
สุพาดา สิริกิตตา

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทักษะและพฤติกรรมการ
ตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป โดยศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ
อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขาย
หลักทรัพย์ ทักษะต่อการใช้บริการได้แก่ ด้านภาพพจน์ ด้านการให้บริการ ด้านเทคโนโลยี ด้านพนักงาน
ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักลงทุนทั่วไปที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัท
หลักทรัพย์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ค่าสถิติที่ใช้ใน
การวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่าง
โดยใช้สถิติทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติ
สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน โดยทำการทดสอบที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักลงทุนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี เป็นโสด การศึกษาระดับ
ปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่มีความรู้ความ
เข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์อยู่ในระดับมาก ,น้อย ตามลำดับ ทำให้นักลงทุนมีแนวโน้มเข้าใช้
บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์มากขึ้น

3. ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน พบว่านักลงทุนมีทัศนคติที่
ดีต่อการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ส่งผลให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่นและเข้ามาใช้บริการ
บริษัทหลักทรัพย์มากขึ้น

4. พฤติกรรมของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มี
ความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้บริการของนักลงทุนด้านภาพพจน์คือความพึงพอใจในการใช้บริการ,
ด้านการให้บริการคือความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย, ด้าน
เทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน

พฤติกรรมของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยนั้น มีความสัมพันธ์กับ
ทัศนคติต่อการใช้บริการของนักลงทุนด้านภาพพจน์ในเรื่องความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ ฐานะการเงิน
และความมั่นคงของบริษัท ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่, ด้านการให้บริการคือมีระบบการซื้อ

ขายผ่านอินเทอร์เน็ต การบริการหลังการซื้อขายหลักทรัพย์, ด้านเทคโนโลยีคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อย, ด้านพนักงานคือความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน ความซื่อสัตย์ของพนักงาน การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน ความน่าเชื่อถือของพนักงาน การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ ความเอาใจใส่ของพนักงาน, ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศคือ มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่นที่จอดรถ โทรศัพท์ ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ ความโอโดง/กว้างขวางของสถานที่

พฤติกรรมของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้บริการของนักลงทุนด้านภาพพจน์คือ ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่, ด้านการให้บริการคือการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ การบริการหลังการซื้อขายหลักทรัพย์ ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย, ด้านเทคโนโลยีคือความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลของลูกค้า มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า, ด้านพนักงานคือความซื่อสัตย์ของพนักงาน ความน่าเชื่อถือของพนักงาน ความเอาใจใส่ของพนักงาน และด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศคือ ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ สถานที่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ความโอโดง/กว้างขวางของสถานที่

พฤติกรรมของนักลงทุนในด้านจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้บริการของนักลงทุนด้านภาพพจน์คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหาร ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท, ด้านการให้บริการคือการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ การบริการหลังการซื้อขายหลักทรัพย์ ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย, ด้านเทคโนโลยีคือ ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า, ด้านพนักงานคือความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน ความซื่อสัตย์ของพนักงาน การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน ความน่าเชื่อถือของพนักงาน การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ ความเอาใจใส่ของพนักงาน, ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศคือ มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่นที่จอดรถ โทรศัพท์ ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ

พฤติกรรมของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในหอนักค้าหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้บริการของนักลงทุนด้านการให้บริการคือ การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ การบริการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ บริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ การบริการหลังการซื้อขายหลักทรัพย์ ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย, ด้านเทคโนโลยีคือ ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า

ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อย, ด้านพนักงานคือ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน ความน่าเชื่อถือของพนักงาน การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ ความเอาใจใส่ของพนักงาน, ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศคือสถานที่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ความโอเอียง/กว้างขวางของสถานที่

5. นักลงทุนที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์แตกต่างกันในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์, ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย, ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยและด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

6. นักลงทุนที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์แตกต่างกันในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์, ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย, ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีและด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

7. นักลงทุนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์แตกต่างกันในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

8. นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์แตกต่างกันในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์, ด้านจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

9. นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์แตกต่างกันในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์, ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์, ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี, ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์และด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

10. นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์แตกต่างกันในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์, ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์, จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย, จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

COGNITION, ATTITUDE AND DECISION MAKING BEHAVIOR IN
USING THE SERVICE OF SECURITIES

AN ABSTRACT
BY
WIPARAT IMPAT

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration Degree in Management at
Srinakharinwirot University
March 2006

Wiparat Impat. (2006). *Cognition, attitude and decision making behavior in using the service of securities*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate school, Srinakharinharawit University, Advisor : Assoc. Prof. Suphada Sirikudta.

The Objective of this research was to study cognition, attitude and decision making behavior in using the service of security companies of general investors by study demographic factor concerning genders, ages, marital status, educational levels, occupations, income per month, knowledge and understanding concerning buying and selling securities and attitudes toward service use consisting of areas relating to images, service providing, technologies, employees, locations and atmosphere resulting in behaviors in making a decision to use service of security companies.

Sample groups used in this research were general investors who entered to buy and sell securities through security companies in number of 400 people by using inquiries to serve as instruments in gathering data. Statistical values used in analysis of data were percentages, means and standard deviation ; analysis of difference that was conducted by using statistical method of t-test ; analysis of one-way variance and analysis of relationship using statistical method of Pearson's simple correlation by conducting testing at level of having statistical significance at 0.05.

Regarding results of the research, it was found that :

1. Most of investors were female gender, having ages less than or equal to 30 years, being single, having educational level of bachelor degree, having occupation by serving as private employees and earning income more than 35,000 baht and up.
2. Involving knowledge and understanding of buying and selling securities, it was found that most of investors had knowledge and understanding about buying and selling of securities at a high and low respectively making investors have tendency to enter for using service of buying and selling securities via security companies increasingly.
3. Attitudes toward service use of security companies of investors, it was found that investors had good attitudes toward service use of security companies in a good criterion resulting in making them had confidence and resulted increasingly in number of investor to use service of security companies.
4. Behaviors of investors in area of experience involving entering to invest in security exchange had relationship with attitudes toward service use of investors in area of image, namely, satisfaction in service use, in area of service providing, namely, accuracy of amount of money and punctuality in payment of buying and selling prices in area of technology concerning buying and selling systems that were easily understood and not being complex.

Behaviors of investors in area of values of buying and selling securities adversely had relationship with attitudes toward service use of investors in area of images concerning satisfaction with service used,

financial status and security of the company, creditability of major shareholders. In area of service providing, there were buying and selling systems via internet and service after buying and selling securities. In area of technologies, they were facilities and various equipment that were modern being sufficient for customers' demand having buying and selling systems that were being understood and not being complicated and buying and selling systems were frequently stopped in working operations. For areas of employees, there were a politeness in speaking by them, honesty of them, providing consultation and advice in investment, creditability of employees, working performance concerning receiving purchasing orders with accuracy and paying attention by them. In areas of locations and atmosphere, there were convenience in contacting for being provided in service such as parking lots and television, cleanliness and orderliness of service providing places and magnificence/width of places.

Behaviors of investors involving number of securities occupied had relationship with attitudes toward service use of investors in area of images was creditability of principal shareholders. Area of service providing was giving service of information, research work and analysis work, service after buying securities, accuracy of amount of money and punctuality in payment for buying and selling prices. Regarding area of technology was safety of technology in gathering customer data and having facilities and various equipment the were modern and sufficient for customers' demand. In area of employees, there were their honesty, creditability and attention of them an, for area of locations and atmosphere, there were cleanliness and orderlines of places for places for providing service, places near houses/offices and magnificence/width of places.

Behaviors of investors concerning numbers of security companies that opened accounts had relationship with attitudes toward service use of investors. Area of image, there were reputation and creditability of security companies, satisfaction with service used, an aspect of being professional of administrators and history of operations in the past of companies. For area of service rendering, there were service in receiving orders for buying and selling shares through telephone and inside security exchange rooms, service providing after buying and selling securities and accuracy of amount of money and punctuality in payment for buying and selling prices. In area of technology, there was safety of technology in gathering customer data. Concerning area of employees, there were politeness in speaking by them, honesty of them, providing consultation and advice in investment, creditability of them, working performance in receiving buying and selling orders with accuracy and paying attention by employees. Relating to area of locations and atmosphere, there were convenience in contacting for service to be provided such as parking lots, televisions and cleanliness and orderliness of service providing places.

Behaviors of investors in area of number of days for entering to buy and sell securities inside security trading rooms within one week had relationship with attitudes toward service use of investors involving service providing, namely, service in receiving buying and selling orders of shares via

telephone and inside security trading rooms, service in buying and selling securities via internet, providing loans for buying and buying and selling securities, providing service of information, research work and analysis work, providing service after buying and selling securities, accuracy of amount of money and punctuality in payment for buying and selling prices. Regarding technological area, there were safety of technology in gathering data and frequently stop of buying and selling systems. For area of employees, there were honesty of them, providing consultation and advice in investment, creditability of them and working performance in receiving buying and selling orders with accuracy and paying attention of them. Relating to area of locations and atmosphere, there were places near houses/offices and magnificence/width of places.

5. The local investors with different sexes have different behaviors in using the service of securities relating to areas of experience concerning entering to invest in security exchange, amount of securities occupied average, periods of time in occupancy of securities average and amount of days for entering to buy and sell securities in one week.

6. The local investors with different ages have different behaviors in using the service of securities relating to areas of experience concerning entering to invest in security exchange amount of securities occupied average, amount of securities in which accounts were opened and of amount of days entering for buying and selling securities in one week.

7. The local investors with different status have different behaviors in using the service of securities relating to areas of amount of securities in which accounts were opened and of amount of days entering to buy securities in one week.

8. The local investors with different educational have different behaviors in using the service of securities relating to areas of experience concerning entering to invest in security exchange, values in buying securities, number of security companies in which accounts were opened and of amount of days entering to buy and sell securities in one week.

9. The local investors with different educational have different behaviors in using the service of securities relating to areas of experience entering to invest in security exchange, values in buying and selling securities, amount of securities in which accounts were opened, periods of time in occupation of securities and of amount of days entering to buy and sell securities in one week.

10. The local investors with different average income/ month have different behaviors in using the service of securities relating to areas of experience concerning entering to invest in security exchange, values in buying securities, amount of securities average, periods of time in occupancy of securities average.

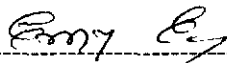
ความรู้ความเข้าใจ ทักษะและพฤติกรรมการตัดสินใจให้บริการบริษัทหลักทรัพย์
ของนักลงทุนทั่วไป

สารนิพนธ์
ของ
วิภารัตน์ อัมพัฒน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2549
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิดและพฤติกรรม การตัดสินใจให้บริการบริษัท
หลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ของ วิภารัตน์ อัมพัฒน์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ ของมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



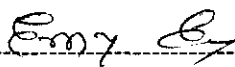
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



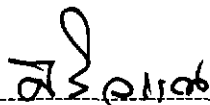
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ



ประธาน

(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

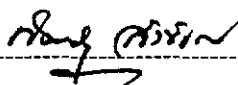
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 10 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2549

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่ได้ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ คณะสังคมศาสตร์ทุกท่านที่ได้มอบความรู้อันเป็นทุนชีวิตแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณบริษัทหลักทรัพย์ ชิกโก้ จำกัด (มหาชน) ที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนข้อมูลเพื่ออ้างอิงในงานวิจัยฉบับนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอขอบพระคุณผู้ตอบ แบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาในการตอบแบบสอบถามซึ่งมีส่วนทำให้การ วิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

กราบขอบพระคุณ คุณแม่ และขอขอบคุณทุกคนในครอบครัว และเพื่อนๆ MBA ที่เป็น กำลังใจและคอยช่วยเหลือแนะนำการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชา คุณบิดามารดา ครูและอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อบรมสั่งสอน และ วางรากฐานแห่งการศึกษาแก่ผู้วิจัย

วิภารัตน์ อัมพัฒน์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
ตัวแปรที่ศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมุติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์	10
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	16
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	23
แนวความคิดเกี่ยวกับการพอใจในชีวิตความเป็นอยู่	24
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน	24
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักลงทุน	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	45
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	45
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล	53
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	54
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	54
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 (ต่อ) การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	204
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	204
สมมติฐานในการวิจัย.....	204
วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	204
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	205
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	206
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	207
การอภิปรายผล.....	214
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	218
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	219
บรรณานุกรม.....	220
ภาคผนวก.....	223
ภาคผนวก ก.....	224
แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย.....	225
ภาคผนวก ข.....	231
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	232
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	234

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละบริษัทหลักทรัพย์.....	47
2 แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม.....	48
3 แสดงการแบ่งช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในแบบสอบถาม	49
4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่ม ตัวอย่าง	62
5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่าง	64
6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับระดับความรู้ความเข้าใจในการซื้อขาย หลักทรัพย์.....	67
7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ บริการบริษัทหลักทรัพย์ในด้านภาพพจน์.....	67
8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ บริการบริษัทหลักทรัพย์ในด้านการให้บริการ	68
9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ บริการบริษัทหลักทรัพย์ในด้านเทคโนโลยี.....	70
10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ บริการบริษัทหลักทรัพย์ในด้านพนักงาน.....	71
11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ บริการบริษัทหลักทรัพย์ในด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ	72
12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลความพอใจในชีวิตความ เป็นอยู่ของนักลงทุน.....	72
13 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์.....	73
14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขาย หลักทรัพย์.....	75
15 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนัก ลงทุนที่มีเพศต่างกัน	77

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนัก ลงทุนที่มีอายุต่างกัน.....	79
17	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขาย หลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการ เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์กับอายุ.....	80
18	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขาย หลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครอง โดยเฉลี่ยกับอายุ.....	82
19	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขาย หลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่ เปิดบัญชีกับอายุ.....	83
20	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขาย หลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขาย หลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์กับอายุ.....	84
21	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนัก ลงทุนที่มีสถานภาพต่างกัน.....	85
22	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขาย หลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิด บัญชีกับสถานภาพ.....	87
23	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขาย หลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขาย หลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์กับสถานภาพ.....	88
24	แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุน ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน.....	89
25	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขาย หลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์การเข้ามา ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์กับระดับการศึกษา.....	91

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
26	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ ขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ โดยเฉลี่ยกับระดับการศึกษา.....	92
27	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ ขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่ เปิดบัญชีกับระดับการศึกษา.....	93
28	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ ขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขาย หลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์กับระดับการศึกษา	94
29	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนัก ลงทุนที่มีอาชีพต่างกัน.....	95
30	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ ขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้า มาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์กับอาชีพ	97
31	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ ขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ โดยเฉลี่ยกับอาชีพ	98
32	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ ขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครอง โดยเฉลี่ยกับอาชีพ	99
33	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ ขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาการถือครอง หลักทรัพย์โดยประมาณกับอาชีพ.....	100
34	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ ขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่ เปิดบัญชีกับอาชีพ	101

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์กับอาชีพ.....	102
36 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน.....	103
37 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์กับรายได้ต่อเดือน.....	105
38 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยกับรายได้ต่อเดือน.....	106
39 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ยกับรายได้ต่อเดือน.....	107
40 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีกับรายได้ต่อเดือน.....	108
41 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ต่างกัน.....	109
42 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์.....	111
43 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย.....	122

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
44 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัท หลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนใน จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย.....	134
45 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัท หลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนใน เรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ.....	145
46 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัท หลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนใน เรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี.....	155
47 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์สัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่าน บริษัทหลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนัก ลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์.....	167
48 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ นักลงทุนกับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุน.....	179
49 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน.....	181

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
44 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัท หลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนใน จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย.....	134
45 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัท หลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนใน เรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ.....	145
46 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัท หลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนใน เรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี.....	155
47 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์สัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่าน บริษัทหลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนัก ลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์.....	167
48 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ นักลงทุนกับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุน.....	179
49 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน.....	181

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 แสดงแบบจำลองกระบวนการรับรู้.....	9
3 แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ	12
4 แสดงองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ.....	14
5 แสดงรูปแบบจำลองที่สมบูรณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	19
6 แสดงขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	23
7 แผนภูมิโครงสร้างตลาดการเงินจำแนกประเภทเป็นตลาดแรกและตลาดรอง.....	26
8 แสดงวิธีการซื้อขายหลักทรัพย์.....	30
9 แสดงลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของนักลงทุน.....	39
10 แสดงช่วงอายุของนักลงทุน.....	40

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

นับจากที่ประเทศไทยประสบวิกฤตการณ์อันส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจในบ้านเราซบเซาหรือจะเป็นช่วงยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู มีอัตราการเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้ว่า “ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์” มีบทบาทสำคัญเกี่ยวข้องกับต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและอยู่ในความสนใจของผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ รวมถึงประชาชนทั่วไป

ตลาดทุน เป็นส่วนหนึ่งของระบบการเงินที่ช่วยในการระดมเงินออมจากประชาชนและธุรกิจมาใช้ประโยชน์เพื่อการลงทุนในกิจการอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับการพัฒนาประเทศ (จรินทร์ เทศวานิช. 2544 : 460) ตลาดทุนในประเทศไทยได้แบ่งออกเป็นสองตลาด คือ ตลาดแรกหรือตลาดหลักทรัพย์ออกใหม่ (Primary or new Issue market) เป็นตลาดที่มีการเสนอขายหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก โดยการจำหน่ายให้ประชาชน หรือนักลงทุนโดยตรง ด้วยวิธีการขายหุ้นสามัญ (Common stock) หุ้นบุริมสิทธิ (Preferred stock) หุ้นกู้ (Dedenture stock) และพันธบัตร (Bond) ส่วนตลาดรองหรือตลาดหลักทรัพย์ (Secondary market or Stock market) หรือรู้จักกันในหมู่นักลงทุนทั่วไปคือ ตลาดหุ้น

การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ถือเป็นผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์สามารถระดมทุนระยะยาว เพื่อขยายกิจการแทนการระดมทุนโดยวิธีการอื่น ๆ เช่น การกู้ยืมโดยผ่านสถาบันการเงินต่าง ๆ บริษัทจดทะเบียนสามารถเปรียบเทียบต้นทุนที่แท้จริงในการกู้ยืมว่าวิธีใดมีต้นทุนในการระดมทุนที่ต่ำกว่า ส่วนประชาชนที่มีเงินออมก็สามารถจะนำเงินไปลงทุนในตลาดหลักทรัพย์โดยผ่านบริษัทนายหน้าค้าหลักทรัพย์ (Brokers) โดยการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ตนสนใจ ซึ่งจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล (Dividend) หรือจะเป็นในรูปของกำไรจากการขาย หรือที่เรียกว่าส่วนต่างราคา (Capital Gain) เมื่อราคาหลักทรัพย์ที่ซื้อมามีราคาต่ำกว่าราคาที่ขายไป ในขณะเดียวกันเมื่อราคาหลักทรัพย์ที่ซื้อมามีราคาสูงกว่าราคาที่ขายไปจะเกิดการขาดทุนจากการขายหลักทรัพย์ (Capital Loss) การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จึงมีความเสี่ยง (Risk) เพราะราคาของหลักทรัพย์นั้นขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ หลายปัจจัย เช่น ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ภาวะเศรษฐกิจของโลก อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ เป็นต้น

การซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์นั้น นอกจากจะต้องมีตลาดหลักทรัพย์เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายแล้ว ยังต้องมีองค์ประกอบอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของตลาดหลักทรัพย์ก็คือ นักลงทุนเนื่องจากเป็นผู้สร้างอุปสงค์ในตลาด ทำให้เกิดการซื้อขาย รวมทั้งบริษัทสมาชิก (Broker) ทำหน้าที่เป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ให้แก่ผู้ลงทุนทั่วไป

ด้วยเหตุที่ความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุน และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ มีความสำคัญ ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์นักลงทุน และยังต้องการทราบความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยที่มี ผลกับการตัดสินใจ เพื่อนำผลวิจัยมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจและเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจ ลงทุนต่อไป ตลอดจนวางแผนทางการตลาด เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจหลักทรัพย์

ความมุ่งหมายในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป
3. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนัก ลงทุนทั่วไป
4. เพื่อศึกษาด้านความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้ บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อจะได้นำผลงานวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจให้กับนักลงทุนที่ต้องการใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์
2. จากผลการวิจัยทำให้ทราบทัศนคติของนักลงทุนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์
3. จากผลการวิจัยทำให้บริษัทหลักทรัพย์นำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดให้มี ความเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และปรับปรุงมาตรฐานของบริการให้มีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจ เลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักลงทุนทั่วไปที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาตในการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง นักลงทุนทั่วไปที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในบริษัทหลักทรัพย์เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรดังนั้นจึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจากสูตร โดยใช้ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างไม่เกิน 5 % ดังนั้น กลุ่มตัวที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงเท่ากับ 400 คน

1. ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นโดยสุ่มตัวอย่างแบบใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างจากนักลงทุนที่ลงทุนผ่านบริษัทหลักทรัพย์ 5 แห่ง ได้แก่ บริษัทหลักทรัพย์ แอ็ดดิชั่น จำกัด (มหาชน), บริษัทหลักทรัพย์ ชิกโก้ จำกัด (มหาชน), บริษัทหลักทรัพย์ ไทยพาณิชย์ จำกัด, บริษัทหลักทรัพย์ ยูโอบี เคย์เอียน (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัทหลักทรัพย์ ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด เนื่องจากบริษัทหลักทรัพย์ทั้ง 5 แห่งนี้มีสถานที่ตั้งอยู่ที่อาคารสินทรทาวเวอร์ซึ่งเป็นอาคารที่เคยเป็นตลาดหลักทรัพย์เก่า และเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง

2. ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการคำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บในแต่ละบริษัทหลักทรัพย์ จากจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เลือกทั้งหมด 5 บริษัทหลักทรัพย์ ได้กลุ่มตัวอย่างละ 80 คน ซึ่งได้มาจากการนำบริษัทหลักทรัพย์จำนวน 5 บริษัทหลักทรัพย์ นำไปคิดค่าเฉลี่ยหารจากจำนวนประชากรทั้งหมด 400 คน

3. ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักลงทุนทั่วไปที่ซื้อขายหลักทรัพย์ของแต่ละบริษัทหลักทรัพย์ตามที่ได้กำหนดไว้แล้ว

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งออกเป็น

1.1. ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1.1. เพศ

1.1.1.1. ชาย

1.1.1.2. หญิง

1.1.2. อายุ

1.1.2.1. 20 – 30 ปี

1.1.2.2. 31 – 40 ปี

1.1.2.3. 40 – 51 ปี

1.1.2.4. 50 ปีขึ้นไป

1.1.3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1.1.3.1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.3.2. ปริญญาตรี

1.1.3.3. ปริญญาตรีขึ้นไป

1.1.4. อาชีพ

1.1.4.1 พนักงานบริษัท

1.1.4.1.1.ข้าราชการ

1.1.4.2.พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.4.3.ประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.1.5. รายได้ต่อเดือน

1.1.5.1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

1.1.5.2. 15,000 – 25,000 บาท

1.1.5.3. 25,000 – 35,000 บาท

1.1.5.4. 35,000 บาทขึ้นไป

1.1.6. ด้านความรู้ความเข้าใจ

1.1.7. ด้านทัศนคติ

1.1.8. ด้านพอใจในชีวิตความเป็นอยู่

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัท
หลักทรัพย์

นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษานี้ได้นิยามศัพท์ให้เป็นตัวแปรในการวิจัย เพื่อกำหนดความหมายร่วมกันดังนี้

1. นักลงทุนทั่วไป หมายถึง นักลงทุนรายย่อยที่เป็นบุคคลธรรมดาที่ลงทุนโดยมุ่งหวังผลตอบแทน
ในรูปแบบต่างๆ

2. บริษัทหลักทรัพย์ หมายถึง บริษัทที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ประเภท
นายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์

3. ความรู้ความเข้าใจ (Cognition) หมายถึง การเรียนรู้จากการได้รับความรู้จากบุคคลอื่น หรือจากแหล่งข้อมูลภายนอกต่างๆ เกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป

4. ทศนคติด้านการให้บริการ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการในการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆซึ่งประกอบด้วย

4.1. ด้านภาพพจน์ หมายถึง การมีภาพพจน์ที่ดี ความมีชื่อเสียงมายาวนานในการให้บริการซื้อขายหลักทรัพย์

4.2. ด้านการให้บริการ หมายถึง การให้บริการต่างๆ มีความรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ

4.3. ด้านเทคโนโลยี หมายถึง มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆที่ทันสมัย ความปลอดภัยต่างๆในการเก็บข้อมูลของลูกค้า

4.4. ด้านพนักงาน หมายถึง ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ความเอาใจใส่ของพนักงาน และการให้บริการต่างๆอย่างเต็มที่

4.5. ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ และความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ

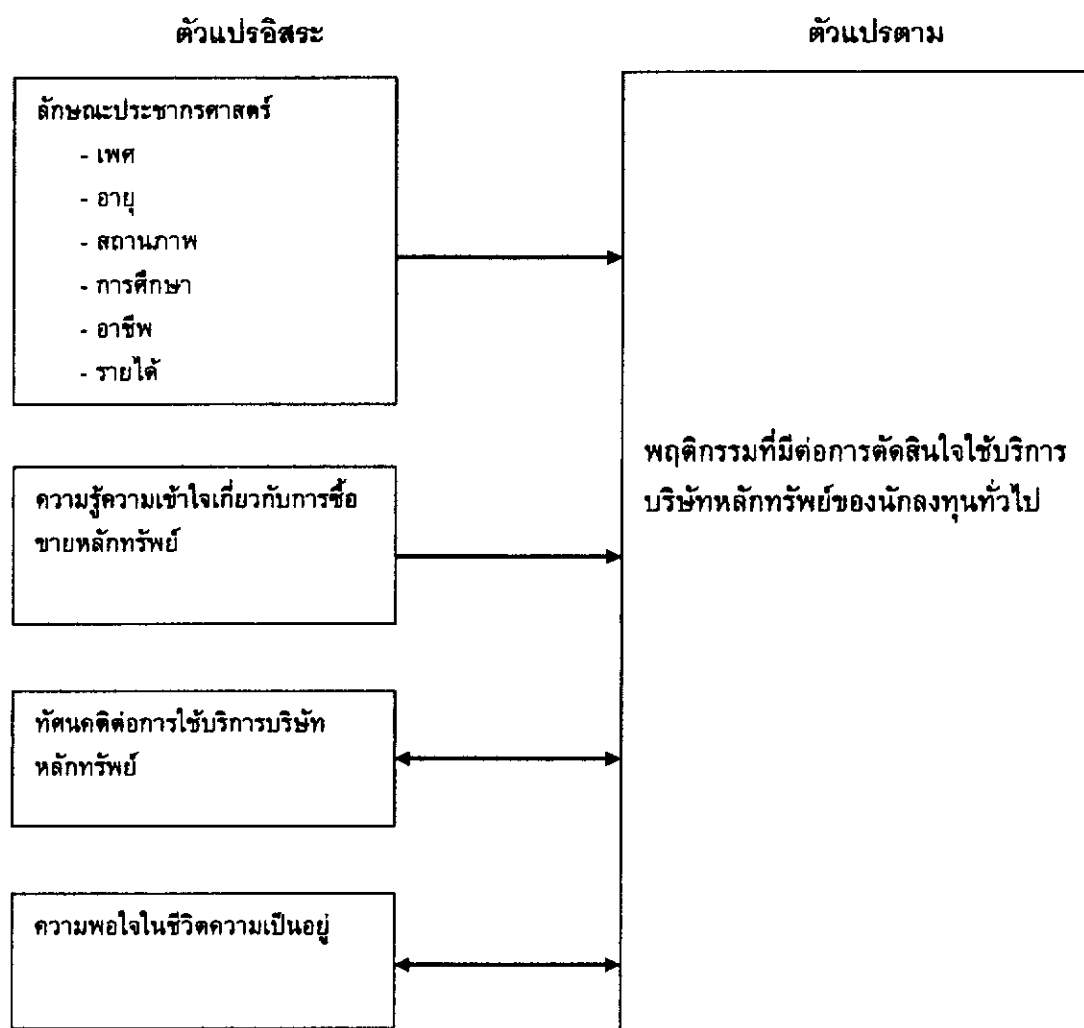
5. ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ หมายถึง การดำเนินชีวิตหรือลักษณะการดำรงชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุนทั่วไป

6. การตัดสินใจใช้บริการในบริษัทหลักทรัพย์ หมายถึง การที่นักลงทุนเลือกใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ใดหลักทรัพย์หนึ่ง เนื่องจากมีการบริการที่ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

7. พฤติกรรมการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ หมายถึง รูปแบบ ลักษณะการให้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ รวมถึงประสบการณ์การลงทุน , วัตถุประสงค์ในการลงทุน , แหล่งที่มาของเงินทุน , แหล่งข้อมูลข่าวสาร , มูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน , จำนวนหลักทรัพย์ถือครองโดยเฉลี่ย , จำนวนบัญชีที่มีการซื้อขายหลักทรัพย์ , การเข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิด และพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของ นักลงทุนทั่วไป



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน
2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน
- 3.ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์
4. ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
5. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
6. แนวคิดเกี่ยวกับความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่
7. ทฤษฎีการลงทุน
8. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุน
9. ประวัติและบทบาท ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

ศุภร เสรีรัตน์ (2544 : 83) ได้ให้ความหมายของความรู้ความเข้าใจว่า ความรู้ความเข้าใจตนเองเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุดในการบรรลุความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจ เนื่องจากความรู้ความเข้าใจตนเองเป็นตัวควบคุมการใช้จ่ายทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับวิถีทางการดำเนินชีวิตในปัจจุบันของผู้บริโภคในแง่ของความรู้สึกจริงๆ แล้วผู้บริโภคก็คือผู้ซื้อนั่นเอง

ความรู้ หมายถึงการเรียนรู้ที่เกิดจากการที่ได้รับความรู้จากบุคคลอื่น หรือจากแหล่งข้อมูลภายนอกต่างๆ เช่นข้อมูลจากการโฆษณาหรือเพื่อนให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เป็นต้น

แรนดัล (Randal. 1997) อธิบายว่า การรับรู้ คือ การเลือกข้อมูลข่าวสารของบุคคล จนเกิดเป็นภาพรวมต่อตราสินค้า ซึ่งการเลือกของผู้บริโภคมีปัจจัยจากประสบการณ์ส่วนตัว ความเชื่อถือ และทัศนคติเข้ามาเกี่ยวข้องโดยผู้บริโภคจะรับรู้ตราสินค้าในภาพรวมที่เกิดความรู้สึก ความเชื่อ และทัศนคติต่อตราสินค้า

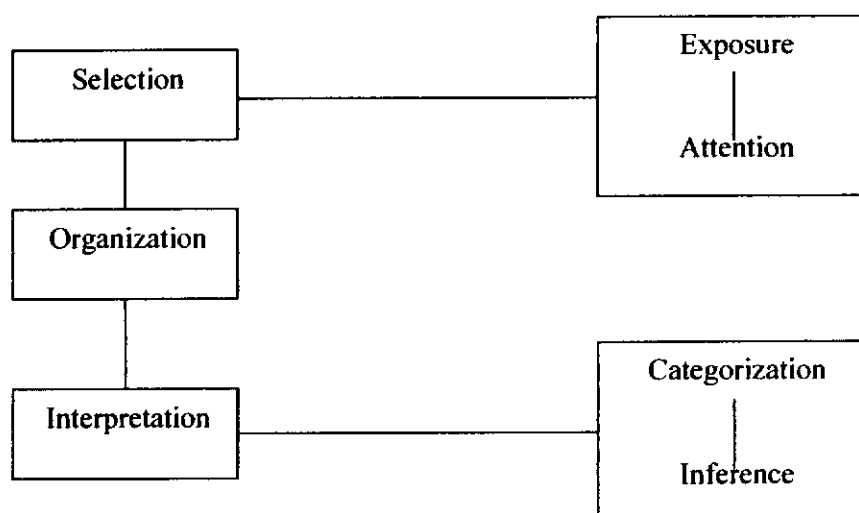
แอสเซล (Assael. 1998) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการของบุคคลในการเลือก (Select) ประมวล (Organize) และตีความ (Interpret) สิ่งเร้า จนเกิดเป็นภาพรวมของสิ่งนั้นๆ การรับรู้ของผู้บริโภคแต่ละคนจึงแตกต่างกัน เนื่องจากการรับรู้ขึ้นอยู่กับความต้องการ ค่านิยม ความคาดหวังของบุคคลเป็นสำคัญดังนั้น แม้สถานการณ์ที่มีสิ่งเร้าเหมือนกันผู้บริโภคแต่ละคนจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งภาพประกอบ 2 แสดงกระบวนการรับรู้มีองค์ประกอบของ แอสเซล (Assael.1998 :218) มีรายละเอียด ดังนี้

1. การเลือกรับรู้ (Perceptual Selection) เป็นกระบวนการแรกของการรับรู้ ผู้บริโภคจะเลือกดูสิ่งที่ตนสนใจ และสามารถตอบสนองความต้องการของตน โดยผู้บริโภคจะเลือกรับข่าวสารจากพื้นฐานทาง

จิตวิทยา (Psychological Set) เนื่องจากในวันหนึ่งๆ มีข่าวสารเข้ามามากมาย ผู้บริโภคไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ทั้งหมด จึงจำเป็นต้องเลือกรับรู้ในสิ่งที่ตนสนใจ และสอดคล้องกับความต้องการ ซึ่งกระบวนการการเลือกรับรู้ของผู้บริโภคมี 2 ขั้นตอน คือ (1) การเปิดรับ (Exposure) เกิดขึ้นเมื่อประสาทสัมผัสต่างๆ ของผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้า ผู้บริโภคจะเปิดรับต่อสิ่งเร้าหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับความสนใจ และความเกี่ยวข้องต่อสิ่งเร้าของผู้บริโภค (2) ความสนใจ (Attention) ผู้บริโภคจะเลือกรับรู้ในสิ่งที่ตนสนใจ และสนองความต้องการของตนได้ หรืออย่างน้อยที่สุดก็เลือกสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตน

2. การเลือกประมวลข้อมูล (Perceptual Organization) เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคจัดกลุ่มข่าวสารจากแหล่งต่างๆ จนเกิดเป็นภาพที่สมบูรณ์ โดยการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของสินค้า ไม่ว่าจะเป็นโฆษณาระดับราคาสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย ลักษณะของตราสินค้า และอื่นๆ จนเกิดเป็นภาพรวมของสินค้าในใจผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคมักจะมีความโน้มในการรวบรวมสิ่งที่รับรู้เป็นภาพรวม

3. การเลือกตีความ (Perceptual Interpretation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการรับรู้ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ (1) การเลือกตีความโดยจัดเป็นประเภท (Categorization) ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังเป็นการจัดประเภทข่าวสารใหม่กับข่าวสารเดิมที่มีอยู่แล้ว (2) การเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้า 2 ตัว (Inference) เช่น การเลือกตีความระหว่างราคาและคุณภาพ โดยผู้บริโภคมักจะตีความว่าสินค้าราคาแพงมักจะมีคุณภาพดี เป็นต้น การตีความการรับรู้แต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน เนื่องจากผู้บริโภคจะเลือกและประมวลสิ่งเร้าบนพื้นฐานของความคิด ความเชื่อ และประสบการณ์ของตน



ภาพประกอบ 2 แสดงแบบจำลองกระบวนการรับรู้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์

1.1 ความหมายของทัศนคติ

โมเวน และไมเนอร์ (Mowen and Minor, 1998 : 249) ได้

ให้คำนิยามของทัศนคติไว้ว่า เป็นแกนกลางของความรู้สึกชอบและไม่ชอบบุคคล กลุ่ม สถานการณ์ สิ่งของรวมทั้งความคิดเห็นที่เรามองไม่เห็น

แอล. จี. เชิร์ฟแมนและคณะ (L.G. Schiffman, et al. 1994: 235) ได้นิยามเกี่ยวกับทัศนคติไว้ว่าคือ ความโน้มเอียงอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ซึ่งจะส่งผลต่อการก่อพฤติกรรมในลักษณะที่แสดงความชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งนั้นสิ่งนี้โดยสม่ำเสมอ

คอตเลอร์ (Kotler, 2003 : 199) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึก ด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 106) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของหรือความคิด ทัศนคติจึงเป็นสิ่งที่ชักนำบุคคลให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2545 : 215) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นตัวแปรตัวหนึ่งในศูนย์สังเคราะห์ของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้และการปฏิบัติต่อกันของผู้บริโภคกับบุคคลอื่น

สรุปได้ว่าทัศนคติ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงออกมาจากภายในส่งผลให้เกิดความโน้มเอียงของบุคคลว่าชอบหรือไม่ชอบในสิ่งต่างๆ หรือแนวคิดของบุคคลที่มีต่อสินค้าตนเอง

1.2 แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์

ทัศนคติ (Attitude) มี 2 ลักษณะ คือ ทัศนคติเชิงบวก และ ทัศนคติเชิงลบ โดย

1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางบวก
2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในเชิงลบ

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ มีขั้นตอนดังนี้

1. K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้ เช่น ทราบใหม่ว่าสินค้าตัวนี้ขายที่ใดเมื่อทราบแล้วขั้นต่อไป

2. A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นตอนต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ทราบแล้วชอบหรือไม่ ซึ่งความรู้และ ทัศนคติ จะส่งผลไปในขั้นต่อไป

3. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำ หลังจากเกิดความรู้และทัศนคติแล้ว

ลักษณะของทัศนคติ (Attitude)

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิด

ที่สัมพันธ์กับการตลาด

2. ทศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are a learned predisposition) มีการตกลงกันว่า ทศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน

3. ทศนคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitude have consistency) ลักษณะของทศนคติก็คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่ แต่ทศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้

4. ทศนคติที่เกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation) ทศนคติเกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติและพฤติกรรม

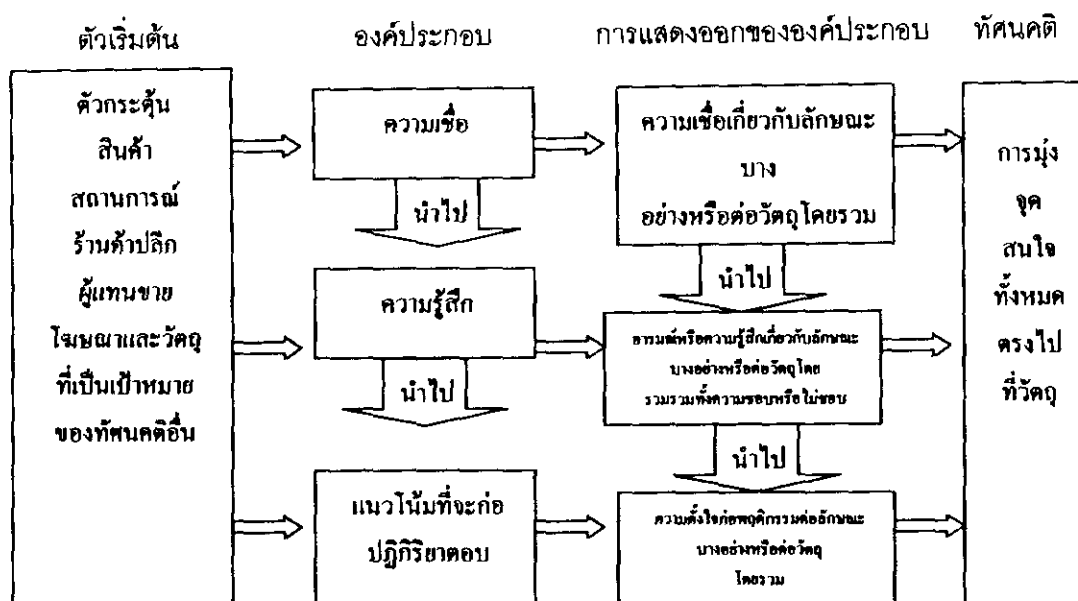
องค์ประกอบต่างๆ ของทศนคติ (Components of Attitude)

ทศนคตินี้องค์ประกอบต่างๆอยู่ 3 ส่วน ดังนี้

1. องค์ประกอบของทศนคติ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือความเชื่อ (The Cognitive component) เป็นองค์ประกอบแรกของทศนคติที่ ประกอบด้วยความรู้ ความเข้าใจของบุคคล นั่นคือความรู้และการรับรู้ที่บุคคลแสวงหามาได้โดยการผสมผสานของประสบการณ์โดยตรงกับทศนคติที่มีต่อวัตถุที่เป็นเป้าหมายและข่าวสารจากแหล่งต่างๆหลายๆ แหล่ง ความรู้นี้เป็นผลทำให้เกิดการรับรู้ซึ่งมักเป็นไปในรูปความเชื่อ นั่นก็คือ ผู้บริโภคเชื่อว่าทศนคติที่มีต่อวัตถุเป้าหมายมีหลายลักษณะ และการแสดงออกถึงพฤติกรรมบางอย่างจะนำไปสู่ผลบางอย่างเช่นกัน ความเชื่อเหล่านี้อาจหมายถึงความคาดหมายด้วย การรับรู้และความคาดหมายของผู้บริโภคมักมีความสัมพันธ์กับความพอใจของลูกค้าโดยปกติความไม่พอใจมักเป็นผลมาจากการตอบสนองที่ไม่ตรงกับความคาดหมายนั่นเอง

2. องค์ประกอบทางด้านความชอบ อารมณ์และ ความรู้สึก (Affective component) อารมณ์หรือความรู้สึกที่มีต่อสินค้าหรือตราหือโดยเฉพาะ เป็นองค์ประกอบของ ทศนคติ อารมณ์และความรู้สึกเหล่านี้จะเป็น องค์ประกอบสำคัญเกี่ยวกับการประเมิน วัตถุที่เป็นเป้าหมายของทศนคติ โดยทั่วไปนั่นคือการที่บุคคลพิจารณาหรือแสดงทศนคติเกี่ยวกับวัตถุที่เป็นเป้าหมายว่าชอบหรือไม่ชอบ

3. องค์ประกอบทางด้านความตั้งใจซื้อ (The Conative component) เป็นองค์ประกอบสุดท้ายของรูปจำลองทศนคติ 3 องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับ แนวโน้มที่บุคคลจะก่อปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ หรือประพฤติปฏิบัติในวิถีทางใดทางหนึ่งโดยเฉพาะเมื่อเผชิญกับวัตถุเป้าหมายของทศนคติ องค์ประกอบด้านนี้อาจรวมถึงพฤติกรรมจริงๆ ก็ได้ ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 3 องค์ประกอบของทัศนคติ

ที่มา : อุดลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. P.218.

โมเดลทัศนคติคุณสมบัติหลายประการ (Multi-attribute attitude models)

หมายถึง โมเดลทัศนคติซึ่งสำรวจส่วนประกอบของทัศนคติของผู้บริโภคในรูปของคุณสมบัติหรือความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ที่ได้เลือกสรร (Schiffman and Kanuk. 1994 : 663) โมเดลนี้ช่วยผู้วิจัยผู้บริโภคและผู้ปฏิบัติการทางการตลาด เพราะ สำรวจทัศนคติในรูปของคุณสมบัติหรือ ความเชื่อถือที่ได้เลือกสรรมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนมากของโมเดลทัศนคติ ในที่นี้จะพิจารณา 3 โมเดลคือ

1. โมเดลทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (The attitude - toward- object model) หมายถึง โมเดลซึ่งเสนอว่าทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า (Schiffman and Kanuk. 1994 : 657) โมเดลนี้เหมาะสมสำหรับการวัดทัศนคติที่มีต่อชนิดผลิตภัณฑ์ (บริการ หรือตราสินค้าใดสินค้าหนึ่ง) ตามโมเดลนี้ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า เป็นหน้าที่หนึ่งของการมีอยู่ (หรือการขาด) และการประเมินผลความเชื่อถือที่มีต่อคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เฉพาะอย่างกล่าวอีกแง่หนึ่ง ผู้บริโภคโดยทั่วไปมีความพึงพอใจต่อตราสินค้า ซึ่งเขาเชื่อว่าระดับของคุณสมบัติที่เพียงพอซึ่งเขาประเมินเป็นบวกและทัศนคติไม่พึงพอใจต่อตราสินค้าที่เขารู้สึกว่าไม่เพียงพอหรือคุณสมบัติลบ

2. โมเดลทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง (The attitude - toward - behavior model) เป็นโมเดลที่เสนอว่าทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่าง (Schiffman and Kanuk 1994 : 657) จะเห็นว่าโมเดลนี้เป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรม หรือการกระทำในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

แทนที่จะเป็นทัศนคติต่อสิ่งนั้นวิธีการจูงใจตามโมเดลนี้ก็คือศึกษาถึงความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดต่อพฤติกรรมอย่างแท้จริง

3. โมเดลทฤษฎีการให้เหตุผล-การปฏิบัติ (Theory-of-reasoned-action model) หมายถึง ทฤษฎีความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ (Attitude) ความตั้งใจ (Intention) และพฤติกรรม (Behavior) (Schiffman and Kanuk. 1994 : 667) ทฤษฎีนี้กำหนดขึ้นมาจากการวิจัยของ Fishbein และคณะ ซึ่งแสดงการประสมประสานความเข้าใจของส่วนประกอบทัศนคติออกเป็นโครงสร้างที่ออกแบบการอธิบายที่ดีขึ้น และการคาดคะเนพฤติกรรมที่ดีขึ้นมีลักษณะเหมือนกับองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการ กล่าวคือ จะรวมส่วนประกอบของความเข้าใจ (Cognitive component) ส่วนประกอบของความรู้สึก (Affective component) และส่วนประกอบของพฤติกรรม (Conative component)

ระดับผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ (Five product levels) เป็นคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ ในแต่ละระดับจะสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าเรียกว่า เป็นลำดับขั้นตอนของคุณค่าสำหรับลูกค้า (Customer Value hierarchy)

1. ประโยชน์หลัก (Core benefit) หมายถึง ประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง

2. รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Tangible product) หรือผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัส หรือรับรู้ได้ ซึ่งเป็นส่วนเสริมผลิตภัณฑ์ให้ทำหน้าที่สมบูรณ์ขึ้นหรือเชิญชวนให้ใช้ยิ่งขึ้น ได้แก่

2.1 คุณภาพ (Quality)

2.2 รูปร่างลักษณะ (Feature)

2.3 รูปแบบ (Style)

2.4 การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

2.5 ตราสินค้า (Brand)

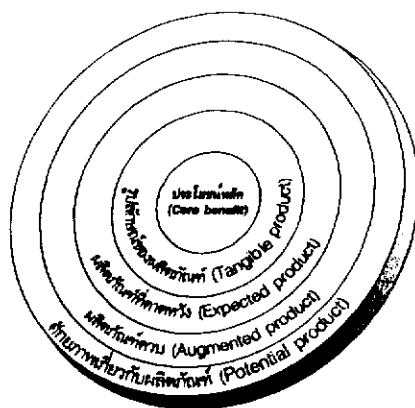
2.6 ลักษณะทางกายภาพอื่นๆ (Others physical product)

3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected product) หมายถึง กลุ่มของคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงจากการซื้อสินค้า การเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก (Customer's satisfaction)

4. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented product) หมายถึง ผลประโยชน์เพิ่มเติมหรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่กับการซื้อสินค้าประกอบด้วยบริการก่อนและหลังการขาย ส่วนใหญ่บริษัทจะจัดผลิตภัณฑ์ควบโดยมอบให้คนกลางในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. การติดตั้ง (Installation)

2. การขนส่ง (Transportation)
3. การรับประกัน (Insurance)
4. การให้สินเชื่อ (Credit)
5. การให้บริการอื่นๆ (Services)
5. ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential product) หมายถึง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มี
การเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาไปเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต



ภาพประกอบ 4 แสดงองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). การบริหารตลาดยุคใหม่. P.395.

จิตวิทยา (Psychology) เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการคิดและการแสดงพฤติกรรมของคน จิตวิทยาธุรกิจ (Business psychology) จึงเป็นศาสตร์อีกแขนงหนึ่งที่มีคุณค่าต่อวงการธุรกิจ เพราะธุรกิจทุกประเภทล้วนมีความเกี่ยวข้องกับคน ดังนั้นความเข้าใจในความคิดและพฤติกรรมของคนได้อย่างถ่องแท้จะช่วยให้การดำเนินงานของธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

จิตวิทยา (Psychology) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดและพฤติกรรมของมนุษย์ โดยใช้หลักวิทยาศาสตร์ (Muchinsky . 2003 : 3) หรือเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนของพฤติกรรมและจิตใจมนุษย์ (Lahey. 2002 : 5) ซึ่งประกอบด้วย 3 คำที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ศาสตร์ (Science) เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นโดยใช้หลักเหตุผล และการสังเกตอย่างมีระบบ (Lahey.2002 : 5)
2. พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การกระทำหรือกิริยาของบุคคลซึ่งสามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง และสามารถวัดได้ (Lahey . 2002 : 5)

3. กระบวนการด้านจิตใจ (Mental processes) เป็นกิจกรรมทางด้านจิตวิทยาของบุคคล ซึ่งไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง ประกอบด้วย ความคิด (Thinking) การรับรู้ (Perceiving) และความรู้สึก (Feeling) (Lahey . 2002 : 5)

เป้าหมายของศาสตร์ด้านจิตวิทยา (Goals of Psychology) ศาสตร์ด้านจิตวิทยามีเป้าหมายเพื่อ

1. อธิบาย (Describe) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อช่วยให้นักจิตวิทยาสามารถอธิบายเหตุการณ์ทางจิตวิทยาได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์

2. พยากรณ์ (Predict) นักจิตวิทยาสามารถใช้พฤติกรรมในอดีตเพื่อพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตได้ ตัวอย่าง นักจิตวิทยาได้ใช้ความรู้ด้านจิตวิทยาเกี่ยวกับพฤติกรรมของชายและหญิง เพื่อคัดเลือกพนักงานชายและหญิงเข้ามาทำงานให้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่การงานต่างๆ

3. ทำความเข้าใจ (Understand) ผู้บริหารจะสามารถเข้าใจพฤติกรรมและกระบวนการการตัดสินใจเพื่ออธิบายถึงสิ่งที่เกิดขึ้น เช่น ความขัดแย้งมีสาเหตุมาจากอะไร และจะแก้ปัญหาความขัดแย้งนั้นได้อย่างไร ซึ่งต้องอาศัยทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยอธิบาย

4. ก่อให้เกิดอิทธิพล (Influence) นักจิตวิทยาจะต้องให้รายละเอียด ทำความเข้าใจ และพยากรณ์พฤติกรรมในอนาคตเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการตัดสินใจ ตัวอย่าง การศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในองค์กร ในประเด็นนี้สามารถแบ่งออกเป็นปัจจัยระดับบุคคล ปัจจัยระดับกลุ่ม และปัจจัยระดับองค์กรซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยนี้ต้องอาศัยหลักจิตวิทยา ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้ การจูงใจ บุคลิกภาพ ความพึงพอใจในงาน ทักษะ และค่านิยม เพื่อช่วยในการตัดสินใจของบุคคล การประเมินผลการทำงาน การคัดเลือกพนักงาน การออกแบบงานและการบริหารความตึงเครียด

ค่านิยม

ค่านิยม (Values) หมายถึง สิ่งที่บุคคลหรือสังคมยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ และกำหนดการกระทำของตนเอง หรือหมายถึง ความเชื่อพื้นฐานซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมของบุคคลหรือสังคม หรือความรู้สึกนิยมชมชอบหรือเห็นคุณค่าในบุคคล สิ่งของ หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ค่านิยมมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ด้านบวกหมายถึงสิ่งที่ดีและต้องการ ส่วนด้านลบหมายถึงสิ่งที่ไม่ดีและไม่ต้องการ ค่านิยมช่วยให้เกิดความรักและความสัมพันธ์กันในสังคมค่านิยมของบุคคล เช่น ค่านิยมด้านความมีอิสระเสรี ความพอใจ การเคารพตนเอง ความซื่อสัตย์ การเชื่อฟัง เป็นต้น น่านิยมทางสังคม เช่น ระบบความร่วมมือ สันติภาพ ความเป็นประชาธิปไตย เป็นต้น

ที่มาของค่านิยม (Sources of value) ค่านิยมของคนเรานั้นได้รับอิทธิพลจาก (1) บิดามารดา (2) ครู (3) กลุ่มเพื่อน (4) กลุ่มสังคม บุคคลจะได้รับการปลูกฝังว่าสิ่งใดถูก สิ่งใดผิด อะไรดี อะไรไม่ดี จะเห็นได้ว่าค่านิยมของคนเรานั้นเกิดจากการเรียนรู้ซึ่งสั่งสมมาตั้งแต่ในอดีต ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งการเรียนรู้และการมีประสบการณ์ที่แตกต่างกันย่อมทำให้บุคคลมีค่านิยมที่แตกต่างกันด้วย

Allport และคณะ (Allport and associates) ได้แบ่งค่านิยมออกเป็น 6 ชนิด คือ

1. ค่านิยมทางวิชาการหรือเชิงทฤษฎี (Theoretical) เป็นค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อเท็จจริง โดยการวิเคราะห์และแสวงหาเหตุผลที่เป็นจริง
2. ค่านิยมทางเศรษฐกิจ (Economic) เป็นค่านิยมที่คำนึงถึงประโยชน์และความคุ้มค่า รวมถึงสะสมความมั่งคั่ง
3. ค่านิยมทางสุนทรียภาพ (Aesthetic) เป็นค่านิยมที่ให้คุณค่าสูงสุดต่อการทำให้เกิดความพึงพอใจการผสมผสานกลิ่นของประสาทสัมผัส เช่น ความสวยงาม ศิลปะ ดนตรี เป็นต้น
4. ค่านิยมทางสังคม (Social) เป็นค่านิยมที่ให้คุณค่ากับความรักและความสัมพันธ์กับผู้อื่นในสังคม เช่น บิดา มารดา เพื่อน ผู้ร่วมงาน เป็นต้น
5. ค่านิยมทางการเมือง (Political) เป็นค่านิยมที่เน้นการได้มาซึ่งอำนาจและอิทธิพล
6. ค่านิยมทางศาสนา (Religious) เป็นค่านิยมที่เกี่ยวกับความเชื่อถือตามคำสั่งสอนในลัทธิศาสนาใดศาสนาหนึ่งอย่างเคร่งครัด

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

(Consumer behavior defined)

ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค สิ่งแรกก่อนอื่นเราควรได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของคำว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเสียก่อน เพื่อจะได้ทราบเนื้อหาโดยภาพรวมที่จะเป็นพื้นฐานสำหรับหารศึกษารายละเอียดต่อไป ซึ่งได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลายที่คล้ายคลึงกันที่รวบรวมได้เป็นสังเขปต่อไปนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525 : 537) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดและความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

สทิพแมน และ คันท (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2541:123 ; อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk.1994:5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา

เจมส์ อี.เอ็นเกล (คำรงค์ดี ชัยสนธิ. 2537:6; อ้างอิงจาก E.Engel and paul. 1994:3) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับการได้มาอุปโภคบริโภค และการจัดการเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมทั้งขบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ

จากความหมายที่กล่าวมาทั้งหมดที่สรุปรวมได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลที่ต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว โดยบุคคลที่จะถือว่าเป็น ผู้บริโภค ในที่นี้คือ "บุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิในการได้มาและใช้ไปในสินค้าและบริการที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด" จากความหมาย

นี้จะเห็นได้ว่าทุกคนต่างก็เป็นผู้บริโภคแต่ทำไมจำเป็นที่ทุกคนจะต้องเป็นผู้บริโภคของสินค้าอย่างเดียวกับผู้บริโภคอาจต้องการสินค้าที่ไม่ได้มีการเสนอขายโดยธุรกิจก็ได้ ซึ่งความปรารถนานี้สามารถได้รับการบำบัดให้พอใจได้ถ้าธุรกิจได้ตระหนักถึงความต้องการนั้น และการทำการผลิตสินค้าที่จำเป็นนั้นออกมาจำหน่ายและผู้บริโภคอาจมีการซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความพอใจส่วนบุคคลก็ได้ หรือสำหรับตอบสนองความต้องการของครอบครัว หรือสำหรับชุมชนบางแห่งที่มีความต้องการที่เหมือนกันได้ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจของพฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อเราเข้าใจผู้บริโภคแต่ละคนในแง่ของความต้องการที่อยากได้ กระบวนการทางความคิด ความประทับใจ ปัญหา และการกระทำ เราก็เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคได้

นักการตลาดจึงสนใจอิทธิพลดังกล่าวทั้ง 2 ที่มีต่อผู้บริโภค คือ กระบวนการตัดสินใจของบุคคลกับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม ดังนั้น เราจึงกล่าวได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมี 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยที่อยู่ภายในของบุคคล
2. ปัจจัยที่อยู่ภายนอกของบุคคล

โดยเราเรียกปัจจัยภายในนั้นว่า ปัจจัยพื้นฐาน และเรียกปัจจัยภายนอกว่า ปัจจัยหรืออิทธิพลของสิ่งแวดล้อม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2537:6)

ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า ผู้บริโภคแต่ละคนคือผู้ทำการตัดสินใจในคนสุดท้ายในปัญหาการซื้อทั้งหมด ซึ่งความสำคัญอันนี้เราจึงเรียกปัจจัยภายในของบุคคลว่า ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมักเรียกชื่ออีกอย่างว่าปัจจัยที่อยู่ในตัวบุคคล เฉพาะปัจจัยพื้นฐานเท่านั้นที่จะมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของบุคคล จะมีผลกระทบต่อนักบริโภคทางอ้อมต่อการตัดสินใจเมื่อผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยพื้นฐานเป็นอันดับแรกเสียก่อน ในส่วนของปัจจัยพื้นฐานจะแยกอธิบายเป็นหัวข้อย่อย 3 หัวข้อคือ

1. ประเภทของปัจจัยพื้นฐาน (Types of basic determinants) ปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นตัวควบคุมกระบวนการความคิดภายในทั้งหมดของผู้บริโภคจะมีด้วยกัน 4 ประการคือ (1) ความต้องการของผู้บริโภค (2) แรงจูงใจ (3) บุคลิกภาพ และ (4) การรู้ซึ่งการรู้จะมีองค์ประกอบเป็นปัจจัยย่อยด้วยกัน 3 ปัจจัย คือ การรับรู้ ทศนคติ และการเรียนรู้ เราสามารถแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยเหล่านี้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ความต้องการ(Needs) หมายถึง สิ่งที่เป็นใจๆ สำหรับร่างกายทางกายภาพหรือจิตใจ ถ้าพูดในแง่ของความรู้สึกแล้ว ความต้องการก็คือ การขาดในบางสิ่งบางอย่างที่มีประโยชน์ที่จำเป็นต้องมี หรือที่ปรารถนาที่อยากได้ด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยได้ว่าความต้องการเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นต้องได้รับการบำบัด

แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง “สิ่งกระตุ้น หรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำ หรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน” แรงจูงใจทำให้เราารู้ถึงความต้องการของเราเองและเป็นการให้เหตุผลสำหรับการกระทำที่แสดงออกอันเนื่องมาจากความต้องการดังกล่าวเหล่านั้น

บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง "ลักษณะพิเศษของมนุษย์หรือลักษณะอุปนิสัยที่ได้สร้างขึ้นในตัว
ของบุคคลทำให้บุคคลแต่ละคนแตกต่างไปจากคนอื่น ๆ แรงจูงใจเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำตามที่เขา
มีความต้องการ แต่บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลมีการกระทำในลักษณะตัวของบุคคล"

การรู้ (Awareness) เป็นคำกว้าง ๆ ที่หมายถึง "การมีความรู้ในบางอย่างได้โดยผ่านประสาททั้งห้า"
ซึ่งการรู้นั้นจะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงมากที่สุดของบุคคลที่ต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกของเขา ในขณะที่
บุคลิกภาพ เป็นเรื่องของการมองถึงสิ่งที่อยู่ภายนอกของผู้บริโภคที่ต้องมีการตีความหมายสำหรับสิ่งที่ผู้บริโภค
ได้เห็นได้ยิน ได้รู้สึกและอื่นๆ เป็นต้น

การรับรู้ของผู้บริโภคจะสามารถแยกย่อยเป็น 3 ประการ การรับรู้ (Perception) ทักษะคติ (Attitudes)
และการเรียนรู้ (Learning) ซึ่งปัจจัยทั้งสามนี้เป็นปัจจัยภายในของบุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม
ภายนอกของผู้บริโภค

การรับรู้ (Perception) หมายถึง "การตีความหมายของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็น
ได้ หรืออะไรก็ตามที่ถูกนำเข้ามาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านทางประสาททั้ง 5"

การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภคการตอบสนองหรือ
พฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการปฏิบัติ ประสบการณ์หรือการเกิดขึ้นของสัญญาณ"
พูดอีกนัยหนึ่งก็คือ ความรู้ที่ได้จากการรับรู้ถึงสิ่งที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนนั่นเอง

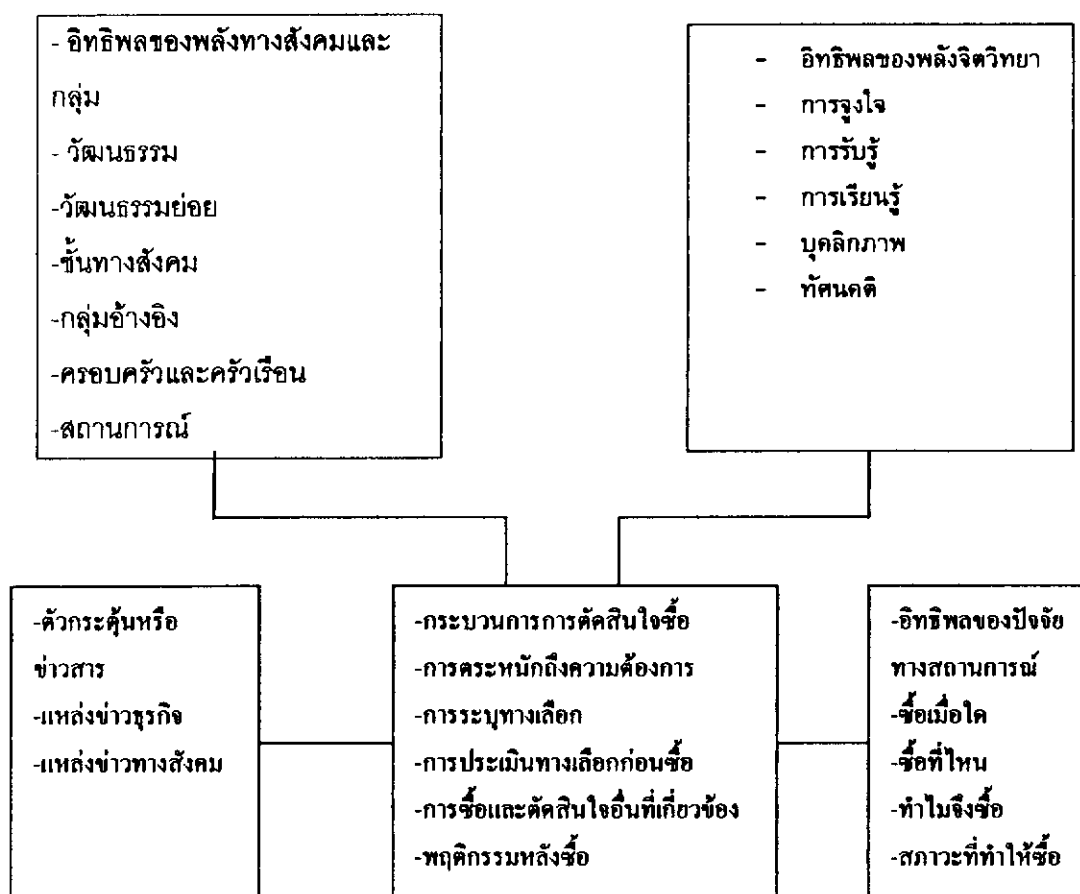
ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง "กลุ่มกว้าง ๆ ของความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวของมนุษย์หรือความเห็นที่
เป็นรูปแบบของพฤติกรรมของบุคคล

2. ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระหว่างปัจจัยพื้นฐาน (Relationship between basic determinants)
จากความหมายของปัจจัยต่างๆ ของปัจจัยพื้นฐานทั้งหมดที่กล่าวจะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์นั้นใกล้ชิดกัน
มากจนยากที่จะแยกได้ว่าเมื่อไหร่ที่ปัจจัยตัวหนึ่งสิ้นสุดลงและอีกปัจจัยหนึ่งมีบทบาท

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analysis Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับ
พฤติกรรม การซื้อและการบริโภคของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการ
บริโภคของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยนักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่
สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2538:125)

จำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

การพิจารณาว่าผู้บริโภค เป็นบุคคลที่มีความนึกคิดที่สลับซับซ้อน และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่
ตลอดเวลา นักการตลาดจึงประสบกับความยุ่งยากในการจัดทำแผนการตลาดเพื่อทำการนำเสนอ และ
ข้อเสนอขาย (Offering – 4Ps) ต่อตลาด แผนการตลาดสำหรับการใช้ในปีหน้า ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องให้
ความสนใจกับผู้บริโภคให้มากขึ้นและต้อง "ปรับ" กลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมอยู่ตลอดเวลาอยู่ช่วงกลางนี้
แสดงถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อมัน (อุดลย์ จาตุรงค์กุล)



ภาพประกอบ 5 รูปแบบจำลองที่สมบูรณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

นักวิชาการมากมายศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในฐานะที่เป็นกระบวนการตัดสินใจ John Dewey พบว่า กระบวนการชนิดนี้เป็นกระบวนการแบบการแก้ไขปัญหา นักวิชาการท่านอื่น พบว่า มีปัจจัยหลายประการ กระทบต่อผลขั้นสุดท้าย รวมทั้งการรับรู้ที่เกิดจากภายในตัวบุคคลและอิทธิพลต่างๆ จากแหล่งภายนอก เช่น แรงผลักดันทางสังคมกับกิจกรรมทางการตลาด ดังจะได้กล่าวโดยละเอียดต่อไป

จากรูปแบบจำลองของการแก้ปัญหาสู่กระบวนการตัดสินใจที่สมบูรณ์ กระบวนการแก้ปัญหาเป็น พฤติกรรมตอบสนองของความต้องการ กล่าวโดยทั่วไป การตัดสินใจของผู้บริโภคมีขั้นตอนดังนี้

1. เล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) เป็นการรับรู้หรือนึกถึงภาพความ แตกต่างอย่างมากระหว่างสภาพที่ปรารถนา ในสิ่งต่างๆ กับสถานการณ์ที่แท้จริง ที่ผู้บริโภคมีอยู่หรือสามารถ หามาได้จนทำให้เกิดการเร้าให้กระบวนการตัดสินใจตื่นตัวขึ้นมา ในที่นี้สภาพที่ปรารถนาเปรียบได้กับตัว ปัญหา และสภาพหรือสถานการณ์ที่เป็นจริงก็เปรียบได้กับตัวแก้ปัญหา

2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Search for Information) เป็นการเสาะแสวงหาข่าวสารที่ตนเก็บรักษาไว้ในความทรงจำ หรือข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจจากสิ่งแวดล้อม
3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ (Pre-purchase Aiternative Evaluation) เป็นการประเมินทางเลือกในแง่ของผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและทำให้การเลือกได้ทางเลือกที่ตนชอบ
4. การซื้อ (Purchase) เป็นการได้ตัวแก้ปัญหาหรือสินค้าที่เรานิยมชมชอบหรือสิ่งที่ทดแทนที่เรายอมรับ
5. การบริโภคหรืออุปโภค (Consumtion) เป็นการอุปโภคบริโภคตราयीหือที่ซื้อมา
6. การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ (Post-Purchase Aiternative Evaluation) เป็นการประเมินระดับการอุปโภคว่ามีความพอใจแค่ไหน
7. การจัดการกับสิ่งที่เหลือใช้ (Divestment) เป็นการจัดการ (ขจัด) ผลิตภัณฑ์ที่มีได้บริโภคหรือเป็นพิเศษของไปแล้ว

ตัวแปรที่ก่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจ

การตัดสินใจของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลและปรับรูปแบบได้โดยปัจจัยและตัวกำหนดหลายอย่างที่เราสามารถจัดกลุ่มได้สามกลุ่ม คือ

1. ตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาด หรือข่าวสารทาง การตลาด
2. อิทธิพลของสิ่งแวดล้อม
3. ความแตกต่างของบุคคล
4. กระบวนการทางจิตวิทยา

จาก (1) ตัวกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) ที่ซึ่งนักการตลาดสามารถควบคุมได้นั้นเองตัวแปรชนิดนี้จะไม่พิจารณาแยกเป็นบทๆ ไป แต่จะพิจารณารวมไปกับตัวแปรอื่น ตัวกระตุ้นดังกล่าวก็คือ 4 Ps นั้นเอง ดังอธิบายในรายละเอียด

จาก (2) อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคอาศัยสิ่งแวดล้อมที่มีความสลับซับซ้อน กระบวนการตัดสินใจและพฤติกรรมของเขาได้รับจากวัฒนธรรม ช้นสังคม อิทธิพลจากตัวบุคคล เป็นต้น

จาก (3) อิทธิพลและความแตกต่างของตัวบุคคล เป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมีความแตกต่างกันที่ทรัพยากรมนุษย์และความรู้ของผู้บริโภค การสนใจ ทศนคติ บุคลิกภาพและแบบของการใช้ชีวิต (Life style) เป็นต้น

จาก (4) กระบวนการทางจิตวิทยา มีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อพฤติกรรมผู้บริโภค นักวิจัยตลาดมีความสนใจในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก กระบวนการนี้ประกอบด้วย การดำเนินกรรมวิธีเกี่ยวกับข่าวสาร การเรียนรู้ ซึ่งจะไดกล่าวรายละเอียดต่อไปในบทต่างๆ ของหนังสือเล่มนี้

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้ว วัตถุประสงค์ของการตลาด สร้างการแลกเปลี่ยนให้เกิดขึ้นโดยมีกำไรกิจกรรมทางการตลาดจึงมีอิทธิพลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนสมทางการตลาด (4Ps) แต่ละตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ การวางราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (สื่อสารการตลาด) ต่างก็กระทบต่อกระบวนการซื้อในขั้นตอนต่างๆ ด้วย ในขณะที่เป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้ตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision - Making process) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความต้องการ ซึ่งอาจเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายใน เช่น ความหิว หรือความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอกที่มากระตุ้นให้ตระหนักถึงความต้องการดังกล่าว เช่น ได้เห็นโฆษณาหรือเห็นตัวสินค้าแล้วเกิดความต้องการขึ้น

2. การค้นหาข้อมูล (Search) เมื่อบุคคลได้ตระหนักถึงความต้องการแล้วจะค้นหาที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับความพอใจการค้นหาอาจกระทำขึ้นโดยสัญชาตญาณอย่างรวดเร็ว หรืออาจต้องมีความพยายามและการวิเคราะห์ข้อมูล การที่บุคคลจะมีการค้นหาข้อมูลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการคือ (1) จำนวนข้อมูลที่จะหาได้ (2) ความพอใจที่ได้รับจากการค้นหาข้อมูล (3) ผลที่เกิดขึ้นในภายหลังหากไม่ได้มีการค้นหาข้อมูล

3. การประเมินผลทางเลือกต่างๆ (Evaluation of Alternatives) หลังจากขั้นตอนการค้นหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคต้องทำการประเมินผลทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปได้ก่อนทำการตัดสินใจ ในขั้นนี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่จะใช้สำหรับการประเมินผล ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องราวของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา ความคงทน หรือคุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น หรือเป็นเรื่องความพอใจส่วนบุคคล เช่น ชื่อเสียงของตราสินค้า แบบหรือสี เป็นต้น ฉะนั้นผู้บริโภคต้องเลือกทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพอใจมากที่สุด

4. การซื้อ (Purchase) หลังจากพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างแล้วก็มาถึงขั้นที่จะต้องตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ ถ้าการประเมินผลทางเลือกเป็นที่น่าพอใจ การซื้อก็จะเกิดขึ้น

5. การประเมินผลหลังการซื้อ (Postpurchase Evaluation) เมื่อมีการซื้อและใช้สินค้าแล้วการประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้านี้ก็จะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่เขาซื้อไปนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ควรทราบ ทั้งนี้เพราะมีผลต่อการซื้อซ้ำและการแนะนำต่อๆ กันไป (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ : 2543)

การตัดสินใจ

มีผู้ให้ความหมายของการตัดสินใจ ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. องค์การและการจัดการ ฉบับสมบูรณ์. 2542 : 230-231; ศิริวรรณ เสรีรัตน์. ม.ป.ป. ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า การตัดสินใจ (Decision Makeing) เป็นการกำหนดปัญหาและโอกาส การเสนอทางเลือก การตัดสินใจเลือกและการปฏิบัติตามผลลัพธ์นั้น หรือหมายถึง กระบวนการสร้างการประเมินทางเลือก และการตัดสินใจเลือกจากทางเลือกเหล่านั้น ฉะนั้น การตัดสินใจ หมายถึงการเลือกกระบวนทางเลือกซึ่งคาดว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงพอใจจากปัญหาใดปัญหาหนึ่ง

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ.2542 : 361; สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. ม.ป.ป. ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า การตัดสินใจ ก็คือการเลือกกระบวนทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหลาย ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

บาร์นาร์ด (Barnard.1938 : 14) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ เป็นเทคนิคในการทำให้ทางเลือกที่มีอยู่มากมายนั้นให้เหลือน้อยลง ดังนั้น ในการดำเนินการใดๆ สิ่งที่ไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงได้ ก็คือ การต้องตัดสินใจเลือกเอาทางเลือกที่เหมาะสมหรือพอใจที่สุด

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Stage of Decision Making Process)

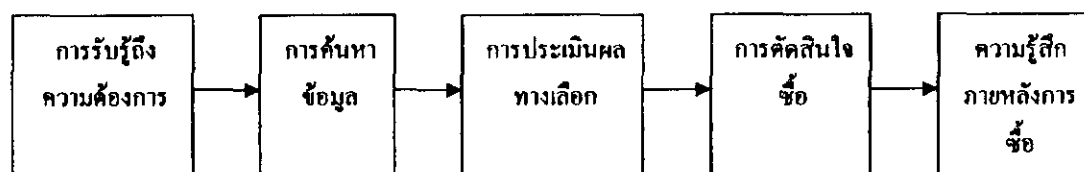
มีขั้นตอนที่สำคัญ 3 ขั้นตอนดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเผชิญกับปัญหา

2. การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ (Prepurchase Search) เป็นขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อซึ่งผู้บริโภคได้รับรู้ถึงความจำเป็นและค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการของเขา ขั้นตอนนี้ผู้บริโภคต้องค้นหาข้อมูลโดยวิธีการต่างๆ เช่น ประสพการณ์ หรือจากแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Sources) คือ ความทรงจำจากขอบเขตด้านจิตวิทยา หรือแหล่งข้อมูลภายนอก เช่นจากสื่อหรือพนักงานขาย

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อซึ่งผู้บริโภคประเมินผลประโยชน์ที่จะได้รับจากแต่ละทางเลือกของผลิตภัณฑ์ที่กำลังพิจารณา (Schiffman and Kanuk. 1994 : 660) และทางเลือกที่มีผลประโยชน์ดีที่สุด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539)

ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) มีลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมี 5 ขั้นตอนดังนี้



ภาพประกอบ 6 โมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542) การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 146

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

บริการ (Service)

มีผู้ให้ความหมายการบริการ ดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 334) กล่าวว่า บริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า

วีระพงษ์ เจริญจิรรัตน์ (2538 : 6) กล่าวว่า บริการคือ กระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ

ศุภินันท์ โชติรัตน์ชัย (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2530 : 6 ; อ้างอิงจาก Gronroos.n.d.) กล่าวว่า การบริการ หมายถึงกิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากไม่น้อย จับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการหรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้าหรือลูกค้ากับระดับของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลาปัญหาของลูกค้า

สเดตัน (จิตตินันท์ เดชะคุปต์ . 2530 : 7 ; อ้างอิงจาก Gronroos.n.d) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใดๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจ ด้วยลักษณะเฉพาะในตัวของมันเอง ที่จับต้องไม่ได้และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตนแต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้า

ประเภทของธุรกิจบริการ

ธุรกิจบริการสามารถจัดได้ 4 ประเภท

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถยนต์
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น การบริการเครื่องถ่ายเอกสาร
3. เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร

4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น บริการหลักทรัพย์ ธนาคาร สถาบันลดน้ำหนัก

ลักษณะของบริการ

บริการมีลักษณะสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกก่อนที่จะมีการซื้อ
2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายรายหนึ่ง สามารถซื้อบริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน
3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใครจะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ผู้ขายบริการก็ต้องมีการควบคุมภาพ 2 ขั้นตอนคือตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า
4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การบริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

ลักษณะการตัดสินใจ หมายถึง การเลือกกิจกรรมจากสองทางเลือกขึ้นไป (Schiffman and Kanuk. 1994 : 555) เมื่อบุคคลมีทางเลือกในการตัดสินใจซึ่งระหว่างสองตราสินค้าหรือบุคคลอยู่ในภาวะที่จะทำการตัดสินใจซื้อ

จากความหมายที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการตัดสินใจได้ว่า เป็นการเลือกทางเลือกที่มีอยู่หลายทางเลือกและเป็นไปได้ให้เหมาะสมที่สุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและผลลัพธ์ที่พึงพอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับการพอใจในชีวิตความเป็นอยู่

ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ (Affective well – being) ประกอบด้วย 2 ประการคือ

- (1) ความพอใจ (Pleasure)
- (2) การกระตุ้นเร้า (Arousal)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน

แนวคิดเกี่ยวกับตลาดทุน

การศึกษาตลาดทุนผู้วิจัยได้ทำการศึกษารายละเอียดดังนี้

โครงสร้างของตลาดการเงิน

ตลาดการเงินเป็นแหล่งกลางในการระดมเงินออมจากผู้มีเงินออม เพื่อจัดสรรแก่ผู้ต้องการเงินทุน ในการทำหน้าที่ดังกล่าว เราอาจจำแนกประเภทของตลาดการเงิน ตามอายุของตราสาร หรืออายุของสัญญาที่เป็นเครื่องมือในการโยกย้ายเงินทุน ได้เป็น 2 ตลาด คือ ตลาดเงิน และตลาดทุน ตลาดการเงินต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ คือ สถาบันการเงิน และเครื่องมือ หรือตราสารทางการเงิน

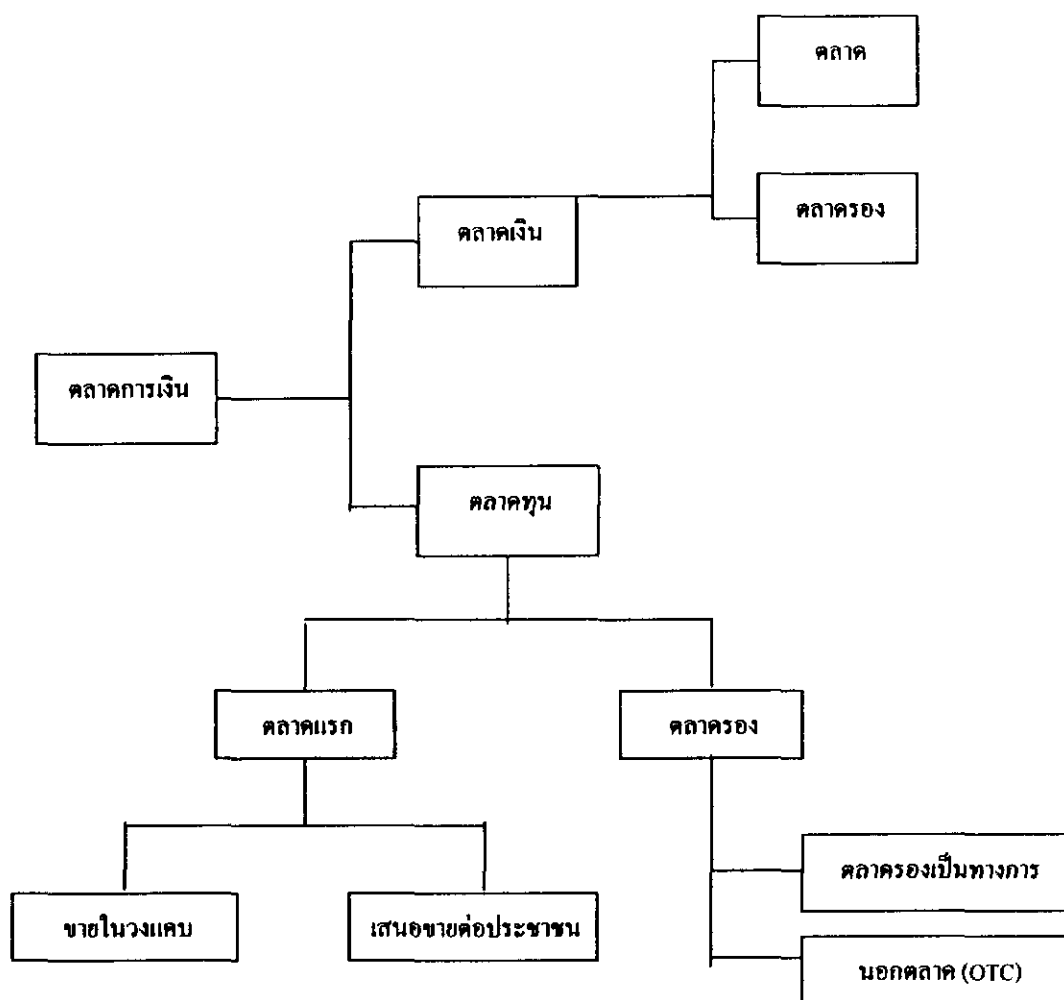
ตลาดเงินเป็นศูนย์กลางในการระดมเงินและจัดสรรเงินระยะสั้น โดยการระดมเงินออมจากผู้มีเงินเหลือใช้ชั่วคราว และให้กู้แก่ผู้ที่มีความจำเป็นต้องใช้เงินระยะสั้น ตลาดเงินบางประเภทเป็นตลาดเงินที่มีการซื้อขายเอกสารสิทธิทางการเงิน ที่มีสภาพคล่องเงินสดและสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่าย ตราสารเหล่านี้ ได้แก่ ตั๋วเงินคลัง บัตรเงินฝาก ตราสารพาณิชย์ของธุรกิจอุตสาหกรรม ตั๋วสัญญาใช้เงิน อัตราดอกเบี้ยลอยตัว แลกเงิน และเช็ค เป็นต้น สถาบันในตลาดเงิน ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน และโรงรับจำนำ เป็นต้น

ตลาดเงินบางประเภทเป็นตลาดเงินที่ไม่มีการซื้อขายเอกสารสิทธิทางการเงิน ธุรกิจในตลาดเงินประเภทหลังนี้ เป็นการให้และการใช้สินเชื่อ หรือเป็นการโยกย้ายเงินทุนที่เป็นการกู้ยืมระยะสั้น เช่น การให้กู้ของธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน การให้กู้ของธนาคารแห่งประเทศไทย และตลาดเงินระหว่างประเทศ เป็นต้น (รศ.ดร.มนตรี โสคติยานุรักษ์, 2546)

ตลาดทุน

ตลาดทุนเป็นแหล่งระดมเงินออมระยะยาว (เกิน 1 ปี) เพื่อจัดสรรให้กับผู้ต้องการเงินทุนระยะยาว สถาบันในตลาดทุน ได้แก่ บริษัทเงินทุน บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทเครดิตฟองซิเอร์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ศูนย์ซื้อขายหลักทรัพย์กรุงเทพ และชมรมผู้ค้าตราสารหนี้ ตราสารทางการเงินหรือหลักทรัพย์ในตลาดทุนประกอบด้วย หุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ หุ้นกู้ พันธบัตร หน่วยลงทุนของกองทุนรวม ใบสำคัญแสดงสิทธิ เป็นต้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)

ตลาดทุนสามารถจำแนกได้เป็น ตลาดแรก หรือ ตลาดหลักทรัพย์ออกใหม่ (Primary หรือ New Issue Market) และตลาดรอง (Secondary Market) ซึ่งตลาดแรกนี้เป็นแหล่งกลางสำหรับรัฐบาลหรือธุรกิจเอกชนที่ต้องการระดมทุน โดยการนำหลักทรัพย์ออกใหม่ (New Issue) เสนอขายให้แก่ผู้ต้องการลงทุน ตลาดรองหรือตลาดค้าหลักทรัพย์ เป็นแหล่งกลางสำหรับการซื้อขายเปลี่ยนมือความเป็นเจ้าของหลักทรัพย์ ที่ได้ผ่านการจองซื้อในตลาดแรกมาแล้ว



ภาพประกอบ 7 แผนภูมิโครงสร้างตลาดเงิน จำแนกประเภทเป็นตลาดแรกและตลาดรอง
(มนตรี ใสศุขยานุรักษ์. 2546)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (the Stock Exchange of Thailand)

เป็นสถาบันหนึ่งในตลาดรอง และเป็นตลาดค้าหลักทรัพย์ที่จัดตั้งตามพระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2517 เปิดทำการซื้อขายวันแรกเมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2518 ปัจจุบันดำเนินการภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2535 จัดตั้งขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ในการส่งเสริมการระดมเงินออมและจัดสรรเงินทุนในตลาดทุน อันเป็นประโยชน์ต่อการเสริมสร้างการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาวเป็นสถาบันที่ดำเนินงานในรูปของหน่วยงานที่มุ่งหวังกำไร มีสภาพเป็น

นิติบุคคลและเป็นสถาบันกึ่งทางการ การดำเนินงานต่างๆ ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2546)

วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ส่งเสริมการออมทรัพย์ประเทศไทยและการระดมเงินทุนระยะยาว โดยตลาดหลักทรัพย์ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขาย ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนมือหลักทรัพย์ เป็นการเสริมสภาพคล่องให้แก่หลักทรัพย์อื่น เป็นการส่งเสริมให้ผู้มีเงินออมเข้ามาลงทุนในตลาดทุน
2. ช่วยปรับโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจเอกชนและรัฐวิสาหกิจ ให้มีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่เหมาะสม ทำให้ธุรกิจมีความเสี่ยงทางการเงินต่ำลง
3. เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายอย่างมีระบบระเบียบ มีสภาพคล่องและยุติธรรม
4. สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ลงทุนได้เลือกลงทุนในธุรกิจอุตสาหกรรมต่างๆ โดยตลาดหลักทรัพย์ฯ จะเป็นผู้กำกับดูแลบริษัทที่เข้ามาจดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์ฯ ให้เปิดเผยข้อมูลแก่ประชาชนทั่วไป เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน
5. ให้ความคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้ลงทุนในเรื่องความยุติธรรมในการซื้อขายหุ้น
6. ตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นดัชนีชี้้นำการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

องค์ประกอบที่สำคัญของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตลาดหลักทรัพย์ฯ เช่นเดียวกับตลาดกลางเพื่อการซื้อขายสินค้าต่างๆ ไป คือ ประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆดังต่อไปนี้

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand) ทำหน้าที่เป็นตลาดหุ้นหรือศูนย์กลางการซื้อขายหลักทรัพย์ ในด้านการควบคุมดูแลให้การซื้อขายหลักทรัพย์เป็นไปอย่างมีระบบระเบียบ คล่องตัวและยุติธรรม เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ลงทุน และก่อให้เกิดการระดมเงินออมจากประชาชนไปลงทุนในกิจการต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวม

บริษัทสมาชิก (Broker) การซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ต้องกระทำผ่านบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็น “ สมาชิก ” ของตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนหรือนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ให้แก่ผู้ซื้อขายหลักทรัพย์ให้แก่ผู้ซื้อผู้ขายทั่วไป โดยได้รับค่าธรรมเนียมเป็นการตอบแทน

“สมาชิก” หมายถึง บริษัทหลักทรัพย์ที่มีใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจเป็นนายหน้าหลักทรัพย์และได้รับการคัดเลือกเข้าเป็น “สมาชิก” ของตลาดหลักทรัพย์

“ธุรกิจหลักทรัพย์” ที่กล่าวข้างต้น ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 ให้ความหมายไว้ว่า ให้หมายถึงธุรกิจหลักทรัพย์ประเภทดังต่อไปนี้

1. การนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์
2. การค้าหลักทรัพย์
3. การเป็นที่ปรึกษาการลงทุน
4. การจัดจำหน่ายหลักทรัพย์
5. การจัดการกองทุนรวม
6. การจัดการกองทุนส่วนบุคคล
7. กิจกรรมอื่นเกี่ยวกับหลักทรัพย์ ตามที่คณะกรรมการ ก.ล.ต. กำหนด

บริษัทนายหน้าช่วง (Sub – Broker) ทำหน้าที่รับคำสั่งจากผู้ลงทุนที่จะซื้อขายหลักทรัพย์เช่นเดียวกับบริษัทสมาชิก (Broker) แต่ต้องส่งคำสั่งผ่านไปยังบริษัทสมาชิกเพื่อเข้าระบบการซื้อขายของตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากไม่ได้เป็นบริษัทสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์

ห้องค้าหลักทรัพย์ เป็นสถานที่ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการประกอบกิจการซื้อหรือขายหลักทรัพย์การซื้อขายหลักทรัพย์กระทำทุกวันทำการวันละสองรอบตั้งแต่เวลา 10.00 – 12.30 น. และ 14.30 – 16.30 น. เว้นวันหยุดตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

หลักทรัพย์จดทะเบียน (Listed Securities) หมายถึงหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทมหาชน จำกัด ที่จดทะเบียนหลักทรัพย์ของบริษัท เพื่อให้มีการซื้อขายกันในตลาดหลักทรัพย์ได้ โดยทั้งหลักทรัพย์จดทะเบียนและบริษัทจดทะเบียนผู้ออกหลักทรัพย์นั้น จะต้องมีความสัมพันธ์ตรงตามที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนดและเป็นไปตามข้อตกลง การจดทะเบียนหลักทรัพย์ (Listing Agreement) ประเภทของหลักทรัพย์จดทะเบียนสามารถแบ่งออกเป็น หุ้นสามัญ (Common Stock) หุ้นบุริมสิทธิ (Preferred Stock) หุ้นกู้ (Debenture) หุ้นกู้แปลงสภาพ (Convertible Debenture) พันธบัตร (Bond) หน่วยลงทุน (Unit Trust) ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ หุ้นกู้หรือหน่วยลงทุน (warrant) ทั้งนี้บริษัทที่ต้องการให้หลักทรัพย์ของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน จะต้องยื่นคำขอต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์เป็นผู้พิจารณาคำขอนั้น

ผู้ลงทุน (Investor) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของตลาดหลักทรัพย์ โดยผู้ลงทุนอาจเป็นประชาชนทั่วไป หรือนิติบุคคลทั้งในและต่างประเทศโดยหวังผลตอบแทนรูปของกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์ (นักลงทุนระยะสั้น) หรือหวังผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ย เงินปันผล และสิทธิต่างๆ ของหุ้น (ผู้ลงทุนระยะยาว)

ระบบการซื้อขายหลักทรัพย์ที่ใช้ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

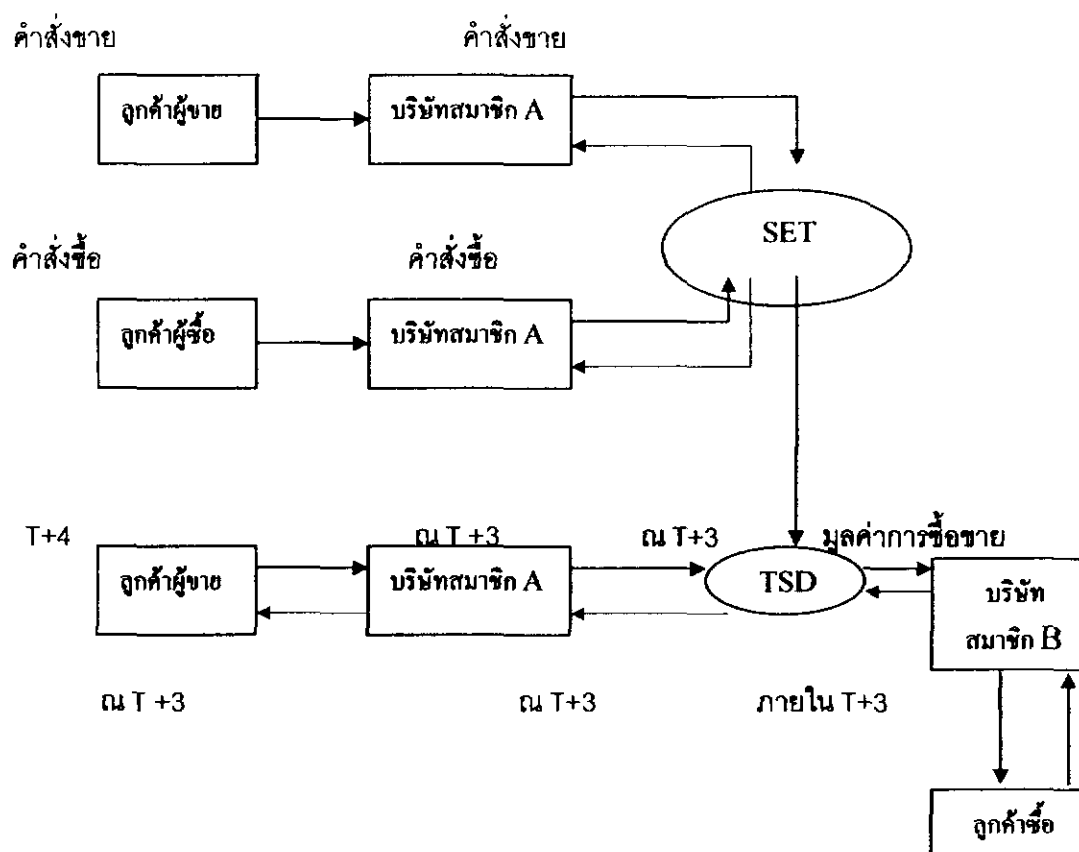
ระบบการซื้อขายหลักทรัพย์ (Trading System) การซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ เป็นไปตามระบบการซื้อขายที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนดไว้ตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์

ระบบวิธีการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ต่างๆ ในโลกมีพื้นฐานบนหลักการเดียวกันหมด คือ การให้มีการเสนอราคาแข่งขันกันอย่างเสรีของผู้ซื้อและผู้ขายอย่างเปิดเผย โดยระบบวิธีการซื้อขายเป็นราคาที่ดีที่สุด กล่าวคือ เป็นราคาที่สูงสุดที่ผู้ขายจะขายได้ และเป็นราคาที่ต่ำที่สุดที่ผู้ซื้อจะซื้อได้ในขณะที่มีการซื้อขายเกิดขึ้น ทั้งนี้โดยเป็นไปตามจำนวนหุ้นที่ทำการซื้อหรือขายและคุณค่าของหลักทรัพย์ในความเห็นของทั้งผู้ซื้อผู้ขาย

ระบบวิธีการซื้อขายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะกำหนดไว้ในข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่องข้อกำหนดเกี่ยวกับการซื้อขาย การชำระราคาและการส่งมอบหลักทรัพย์จดทะเบียน และประกาศตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์เปิดให้มีการซื้อขายครั้งแรกเมื่อวันที่ 30 เมษายน 2518 ภายใต้วิธีการซื้อขายแบบประมูลราคาอย่างเปิดเผย (open Auction) ด้วยวิธีเคาะกระดานในห้องค้าหลักทรัพย์ (Trading Floor) ในวันที่ 31 พฤษภาคม 2534 ตลาดหลักทรัพย์ได้นำระบบการซื้อขายด้วยคอมพิวเตอร์ ที่เรียกว่าระบบ ASSET (Automated System for the Stock Exchange of Thailand) มาใช้แทน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความยุติธรรม ความรวดเร็วและรองรับกับปริมาณการซื้อขายที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งระบบคอมพิวเตอร์ ดังกล่าวเป็นระบบกระจายศูนย์ (Distributed System) เป็นระบบการซื้อขายที่จะทำการจับคู่คำสั่งซื้อ/ขายที่ส่งเข้ามาจากบริษัทสมาชิกโดยอัตโนมัติ (Automated Matching) โดยพิจารณาจับคู่คำสั่งซื้อ/ขายตามหลักเกณฑ์ของลำดับราคาและเวลา (Price and Time Priority) โดยคำสั่งซื้อ/ขายที่มีลำดับราคาและเวลาที่ต่ำที่สุดจะได้ทำการซื้อขายก่อนและเมื่อมีการจับคู่การซื้อขายเกิดขึ้นแล้ว ระบบจะยืนยันการซื้อขายดังกล่าวกลับไปยังบริษัทสมาชิกให้ทราบผลได้ทันที

วิธีการซื้อขายหลักทรัพย์

ผู้ลงทุนสามารถทำการซื้อขายหลักทรัพย์โดยผ่านระบบการซื้อขายของตลาดหลักทรัพย์



ภาพประกอบ 8 วิธีการซื้อขายหลักทรัพย์

SET	หมายถึง	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
TSD	หมายถึง	บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
→	หมายถึง	การส่งมอบหลักทรัพย์
←	หมายถึง	การส่งมอบเงินค่าซื้อหลักทรัพย์
←	หมายถึง	ตลาดหลักทรัพย์ยืนยันรายการจับคู่ซื้อขายหลักทรัพย์
T	หมายถึง	วันที่ซื้อ / ขายหลักทรัพย์

ขั้นตอนการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

เมื่อทราบถึงหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ และได้พิจารณาศักยภาพและความต้องการการลงทุนแล้ว ขั้นตอนการเข้าสู่การลงทุนและซื้อขายหลักทรัพย์ มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วางแผนการลงทุนอย่างชัดเจน วงเงินที่สามารถนำมาลงทุนระยะเวลาที่จะลงทุน ความคาดหวังผลตอบแทน ศักยภาพของตนเองว่าสามารถรองรับความเสี่ยงได้มากน้อยเพียงใด หรือพร้อมรับความจริงหาก ต้องขาดทุนวงเงินที่ไม่เกินเท่าไร ในทำนองเดียวกันหากได้กำไรจะขายวงเงินในการลงทุนหรือไม่

ขั้นตอนที่ 2 ต้องมีบัญชีกับธนาคารเพื่อใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งอาจเป็นบัญชีออมทรัพย์ หรือกระแสรายวัน และต้องแจ้งเลขที่บัญชีที่จะใช้เมื่อเปิดบัญชี เพื่อซื้อขายหลักทรัพย์กับโปรแกรมที่จะให้บริการ

ขั้นตอนที่ 3 ติดต่อบริษัทหลักทรัพย์หรือโปรแกรมและสมัครเป็นสมาชิกหรือลูกค้าโดยการขอเปิดบัญชีเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งมีให้เลือก 2 ประเภทคือ

1. บัญชีเงินสด (Cash Account) หมายถึง บัญชีที่ผู้ลงทุนจะต้องชำระเงินสด เมื่อมีการยืนยันคำสั่งซื้อบัญชีเงินสดนี้โปรแกรมจะพิจารณาอนุมัติวงเงินที่เหมาะสมกับฐานะการเงิน และความสามารถในการชำระหนี้ทั้งนี้การซื้อขายหลักทรัพย์จะต้องชำระค่าซื้อขายภายใน 3 วันทำการ นับจากวันที่ซื้อหลักทรัพย์

2. บัญชีเงินให้กู้ยืมเพื่อซื้อหลักทรัพย์ เรียกว่าบัญชีมาร์จิน (Margin Account) หรือเครดิตบาลานซ์ (Credit Balance) เป็นบัญชีที่ผู้ลงทุนจ่ายชำระค่าซื้อหลักทรัพย์ส่วนหนึ่ง และกู้ยืมเงินจากโปรแกรมอีกส่วนหนึ่ง โดยมีหลักทรัพย์ที่ซื้อวางเป็นหลักประกันและมีข้อตกลงว่าผู้ลงทุนจะต้องจ่ายดอกเบี้ยสำหรับเงินในส่วนที่กู้ยืม ด้วยการลงทุนด้วยระบบมาร์จินมีความซับซ้อนที่ต้องระวังที่วงเงินกู้ที่คุณใช้ลงทุนอยู่นั้นสามารถเพิ่มขึ้นหรือ ลดลงได้ตลอดเวลาและอาจรวดเร็วรุนแรงตามสภาพการณ์ของตลาดหลักทรัพย์และของหุ้นที่ลงทุนด้วยระบบมาร์จินอยู่

การลงทุนในระบบมาร์จินในกรณีที่มูลค่าที่ลงทุนด้วยระบบบัญชีมาร์จินตกต่ำจากวงเงินกู้ครั้งแรก (Initial Margin) จนถึงเกณฑ์ที่กำหนด โปรแกรมจะเรียกเพื่อนำเงินสดมาวางเป็นหลักประกันเพิ่มเติม (Margin Call) เพื่อให้มูลค่าหลักประกันวงเงินกู้ของคุณอยู่ในอัตราส่วนที่กำหนด หรือที่เรียกว่า Maintenance Margin Rate หากไม่นำเงินมาวางเป็นหลักประกัน โดยที่ราคานั้นที่ลงทุนอยู่นั้นตกลงไปเรื่อยๆ จนถึงระดับที่ตลาดหลักทรัพย์ กำหนดไว้โปรแกรมจะต้องนำหุ้นของคุณออกขาย (Forced Sell) เพื่อนำเงินสดที่ได้มาใช้หลักประกันเพิ่มเติมเพื่อให้ Maintenance Margin Rate ของคุณอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ถ้าตลาดหลักทรัพย์กำหนด Initial Margin Rate = 50%

Margin Call = 35%

Forced Sell = 25%

หากมีความประสงค์จะซื้อหุ้นด้วยบัญชีมาร์จินมูลค่า 100,000 บาท จะต้องวางเงินเป็นหลักประกันเบื้องต้น (Initial Margin Rate) 50,000 บาท เมื่อราคาหุ้นของคุณลดต่ำลงจนมูลค่าเหลือ 75,000 บาท หลักประกัน ของคุณจะลดลงเหลือ 25,000 บาท ซึ่งคิดจาก 50,000 – (100,000 – 75,000) = 25,000 บาท หรือเท่ากับ 33.33 % ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ 35 %

โบรกเกอร์ของคุณจะให้คุณนำเงินมาวางเพิ่มเพื่อให้มูลค่าหลักประกันของคุณครบตามเกณฑ์คือ 35 % ซึ่งมีวิธีคำนวณคือ

$$\frac{75,000 \times 35}{100} = 26,250 \text{ บาท}$$

ดังนั้นคุณจะต้องนำเงินสดมาวางเป็นหลักประกันเพิ่มอีก

$$26,250 - 25,000 = 1,250 \text{ บาท}$$

หากคุณไม่นำเงินสดไปวางเป็นหลักประกันเพิ่มเติม และราคาหุ้นของคุณยังตกลงเรื่อยๆ จนเหลือมูลค่าเพียง 40,000 บาท อันเป็นระดับที่จะถูก Forced Sell (เมื่อมูลค่าหุ้นลดต่ำลงเหลือเพียง 25 % ของวงเงินกู้ครั้งแรก) โบรกเกอร์จะนำหุ้นของคุณบางส่วนออกขาย เพื่อให้ได้เงินสดมาวางเป็นหลักประกันเพิ่มแก่วงเงินกู้ของคุณ โดยเทียบกับยอดมูลค่าหลักทรัพย์แล้วเกินกว่า 25 % ในกรณีที่ถูก Forced Sell หลายครั้งจนกระทั่งหุ้นของคุณหมด คุณยังต้องรับผิดชอบภาระหนี้ส่วนที่เหลือกับแหล่งเงินกู้ของคุณพร้อมภาระดอกเบี้ยทั้งหมดด้วย

เอกสารที่ต้องใช้เป็นหลักฐานประกอบการเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์

เมื่อคุณตัดสินใจจะเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ จะต้องจัดเตรียมเอกสารดังต่อไปนี้

1. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน สำเนาใบสำคัญคนต่างด้าวหรือสำเนาหนังสือเดินทางในกรณีเป็นคนต่างชาติด
2. สำเนาทะเบียนบ้าน
3. สำเนาบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร
4. สำเนาใบแจ้งรายการบัญชีธนาคาร (Bank Statement) หรือสำเนาคู่ฝากบัญชีออมทรัพย์ย้อนหลัง 6 เดือน

วิธีส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ สามารถกระทำได้ 3 วิธี คือ

1. สั่งซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยตัวเองที่ห้องค้ำหลักทรัพย์ ซึ่งจะต้องกรอกใบคำสั่งซื้อหรือขายด้วยตนเอง พร้อมทั้งเซ็นชื่อกำกับ

2. ส่งซื้อทางโทรศัพท์ ในกรณีที่ไม่สามารถหรือไม่สะดวกที่จะไปส่งซื้อขายที่ห้องค้าหลักทรัพย์ อาจโทรศัพท์ไปยังเจ้าหน้าที่การตลาดผู้ดูแลบัญชีของคุณและรายละเอียดของคำสั่ง ได้แก่ ชื่อหลักทรัพย์ที่ต้องการซื้อหรือขายและจำนวนที่ต้องการซื้อขายโดยต้องไม่ลืมให้รหัสประจำตัวของคุณแก่เจ้าหน้าที่การตลาดด้วยทุกครั้ง

3. ส่งซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในกรณีที่คุณได้เปิดบัญชี และแจ้งความต้องการที่จะซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต คุณจะได้รับรหัสลูกค้าและรหัสผ่าน (User Name & Password) สำหรับใช้ในการส่งซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งคุณควรรักษารหัสดังกล่าวให้เป็นความลับเช่นเดียวกับรหัสบัตร ATM

ตลาดหลักทรัพย์ได้กำหนดหน่วยการซื้อขายและช่วงราคาของการซื้อขายหลักทรัพย์ ดังนี้

1. หน่วยการซื้อขาย (Board Lot) กำหนดเท่ากับ 100 หุ้นต่อหนึ่งหน่วยการซื้อขาย สำหรับการซื้อขายในกระดานหลักทุกหลักทรัพย์ โดยมีข้อยกเว้นในกรณีหลักทรัพย์ใดมีราคาตั้งแต่ 500 บาท ขึ้นไปและไม่ต่ำกว่า 500 บาท เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ตลาดหลักทรัพย์จะกำหนดให้มีหน่วยการซื้อขายเป็น 50 หุ้นต่อหนึ่งหน่วยการซื้อขายได้

2. ช่วงราคาสถิติหลักทรัพย์ (Spread) สำหรับกระดานหลัก ราคาที่เสนอซื้อขายและฐานราคาซึ่งหารด้วยช่วงของราคาเสนอซื้อขายนั้น ผลลัพธ์ที่ได้ต้องลงตัวและเป็นจำนวนเต็ม สำหรับช่วงและฐานราคากำหนดให้มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ราคาของหลักทรัพย์				ช่วงราคาสถิติหลักทรัพย์	
ต่ำกว่า				2 บาท	0.01 บาท
ตั้งแต่	2	บาท	แต่ต่ำกว่า	5 บาท	0.02 บาท
ตั้งแต่	5	บาท	แต่ต่ำกว่า	10 บาท	0.05 บาท
ตั้งแต่	10	บาท	แต่ต่ำกว่า	25 บาท	0.10 บาท
ตั้งแต่	25	บาท	แต่ต่ำกว่า	50 บาท	0.25 บาท
ตั้งแต่	50	บาท	แต่ต่ำกว่า	100 บาท	0.50 บาท
ตั้งแต่	100	บาท	แต่ต่ำกว่า	200 บาท	1.00 บาท
ตั้งแต่	200	บาท	แต่ต่ำกว่า	400 บาท	2.00 บาท
ตั้งแต่	400	บาท	แต่ต่ำกว่า	800 บาท	4.00 บาท
ตั้งแต่	800	บาท	ขึ้นไป		6.00 บาท

การกำหนดราคาซื้อขายสูงสุดและต่ำสุด (Ceiling & Floor)

ในการสั่งซื้อขายหรือขายหลักทรัพย์ ราคาจะต้องอยู่ภายในระดับราคาสูงสุดและราคาต่ำสุดประจำวัน การกำหนดราคาสูงสุดและต่ำสุดให้ใช้กับการซื้อขายบนกระดานหลักและกระดานหน่วยย่อย ราคาซื้อขายหลักทรัพย์ประจำวัน สามารถเปลี่ยนแปลงได้ไม่เกินร้อยละ 30 ของราคาปิดของวันก่อนหน้า ถ้าราคาคำนวณได้ไม่ตรงตามช่วง ก็ให้ปัดขึ้น (ถ้าราคาต่ำสุด) หรือปัดลง (ถ้าราคาสูงสุด) ให้ตรงตามช่วง ยกเว้นการซื้อขายหลักทรัพย์บนกระดานรายใหญ่ กระดานพิเศษในประเทศ และกระดานต่างประเทศ และใบสำคัญแสดงสิทธิให้สามารถเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดและลดต่ำลงประจำวันได้ไม่เกินร้อยละ 30 ของหุ้นคืนด้วยจำนวนสิทธิในการซื้อหุ้นที่จะได้รับจากการใช้สิทธิจำนวน 1 สิทธิ

การหยุดการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นการชั่วคราว (Circuit Breaker)

ตลาดหลักทรัพย์มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคานี้ตลาดหลักทรัพย์ไว้ด้วยเช่นกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ลงทุนได้รับทราบและได้มีเวลารับรู้และไตร่ตรองข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้น ก่อนที่จะตัดสินใจลงทุนต่อไป โดยในกรณีที่เกิดการเปลี่ยนแปลงของระดับราคาอย่างรุนแรง Circuit Breaker จะทำงานใน 2 ระดับดังนี้

ระดับแรก เมื่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลงลดลงถึงร้อยละ 10 ของดัชนีปิดในวันทำการก่อนหน้า ตลาดหลักทรัพย์จะหยุดทำการซื้อขายเป็นเวลา 30 นาที

ระดับที่สอง เมื่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลงลดลงถึงร้อยละ 20 ของค่าดัชนีปิดในวันทำการก่อนหน้า ตลาดหลักทรัพย์จะหยุดทำการซื้อขายเป็นเวลา 1 ชั่วโมง

หลังจากการทำงานระดับที่สองของ Circuit Breaker แล้วตลาดหลักทรัพย์จะเปิดให้ทำการซื้อขายต่อไป จนถึงเวลาปิดทำการซื้อขายตามปกติ โดยไม่มีการหยุดทำการซื้อขายอีก เนื่องจากดัชนีตลาดหลักทรัพย์จะถูกกำกับโดยกลไกของราคา Ceiling & Floor ซึ่งจะเป็นตัวควบคุมไม่ให้ดัชนีราคานี้ตลาดหลักทรัพย์ลดลงต่ำกว่าร้อยละ 30 อยู่แล้ว

ระยะเวลาที่สมาชิกสามารถส่งคำสั่งซื้อขายได้ เวลาทำการซื้อขายหลักทรัพย์ วันละ 2 ช่วงทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ ตลาดหลักทรัพย์ได้กำหนดระยะเวลาที่สามารถส่งคำสั่งซื้อขายมาเป็นการเสนอซื้อขายบนกระดานหลักได้ดังนี้

เวลา 9.30 – 10.00 น. ระยะเวลาเปิดทำการซื้อขายช่วงเช้า (Pre – open)

เวลา 10.00 – 12.30 น. ระยะเวลาทำการซื้อขายช่วงเช้า (open)

เวลา 14.00 – 14.30 น. ระยะเวลาก่อนเปิดทำการซื้อขายช่วงบ่าย (Pre-open)

เวลา 14.30 – 16.30 น. ระยะเวลาทำการซื้อขายช่วงบ่าย (open)

การซื้อขายหลักทรัพย์ เป็นธุรกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานะภาพของผู้ถือหลักทรัพย์ (หุ้น) รายหนึ่งไปยังอีกรายหนึ่ง โดยผู้ถือหลักทรัพย์รายเดิม (ผู้ขาย) เมื่อขายหลักทรัพย์ สถานะความเป็นเจ้าของ

หลักทรัพย์ (ผู้ถือหุ้น) ที่ขายจะถูกโอนไปยังผู้ถือหลักทรัพย์รายใหม่ (ผู้ซื้อ) ขณะเดียวกันผู้ถือหลักทรัพย์รายใหม่ (ผู้ซื้อ) ก็ชำระราคาค่าซื้อหลักทรัพย์นั้นให้กับผู้ถือหลักทรัพย์รายเดิม (ผู้ขาย) เป็นการตอบแทน

กระบวนการซื้อขายหลักทรัพย์ มี 4 ขั้นตอน

1. การตกลงซื้อขาย
2. การชำระราคา
3. การส่งมอบหลักทรัพย์
4. การโอนหลักทรัพย์

การเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์

ผู้ที่ต้องการลงทุนในหลักทรัพย์สามารถติดต่อเพื่อขอเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ กับบริษัทหลักทรัพย์ ที่เป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ได้ ทั้งบริษัทที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ทฤษฎีการเงินที่พ้องกับตลาดทุน

การวิเคราะห์หลักทรัพย์ด้วยปัจจัยพื้นฐาน Fundamental Analysis เพื่อเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ซึ่งพิจารณาความเสี่ยงกับผลตอบแทนโดยใช้ทฤษฎี ดังนี้

1. Capital Access Pricing Model (CAPM) ของ Markowitz Sharp Blume เป็นการพิจารณาความเสี่ยงเฉพาะรายธุรกิจ (Unique Risk)

ผู้คิดค้นทฤษฎีนี้คือ Pro.Harry Markowitz, William Sharp Blume

2. Arbitrage Pricing Theory (APT) ของ Ross & Roll เป็นการพิจารณาผลตอบแทนซึ่งคาดว่าจะได้รับโดยได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก ด้านอัตราความเสี่ยง อัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา อัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของธุรกิจแต่ละประเภท

ทฤษฎี APT (Arbitrage Pricing Theory) ผู้พัฒนาทฤษฎีคือ S.Ross กับ R. Roll

การลงทุนทางการเงิน (Invesment)

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการลงทุนคือ ความเสี่ยง (Risk) กับ ผลตอบแทน (Return) ค่าความเสี่ยงและผลตอบแทนจะตามกันเสมอ นั่นคือ ถ้าความเสี่ยงสูง ผลตอบแทน จะสูงและถ้าความเสี่ยงต่ำผลตอบแทนจะต่ำ แต่ความต้องการของมนุษย์จะต้องการความเสี่ยงต่ำแต่ผลตอบแทนสูง

ความเสี่ยง คือความไม่แน่นอน จำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. Unique Risk คือความเสี่ยงเฉพาะตัวขององค์การ บางทีเรียกว่า Unsystematic Risk แต่ละกิจการจะมีความเสี่ยงเฉพาะตัว ซึ่งอาจเหมือนหรือไม่เหมือนกับกิจการอื่น เป็นความเสี่ยงภายใน เช่น บริษัท ก.มีความเสี่ยงเรื่องการเงิน ทรัพยากร บริษัท ข. มีความเสี่ยงเรื่องบุคลากร และการเงิน เป็นต้น

2. Systematic Risk หรือ Market Risk เป็นความเสี่ยงที่อยู่ภายนอกบริษัท เป็นปัจจัย ภายนอกในเชิงมหภาค เช่น อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน อัตราเงินเฟ้อ อัตราการเจริญเติบโตเศรษฐกิจ เป็นต้น ปัจจัยเสี่ยงเหล่านี้บริษัทที่อยู่ในประเทศเดียวกันจะประสบเหมือนกัน

ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักลงทุน

แนวคิดในเรื่องแรงจูงใจ

McClellan (McClellan's acquired – needs theory) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2542:415-416) ได้เสนอแนวคิดในเรื่องแรงจูงใจหรือทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประการคือ

1. ความต้องการอำนาจ (Need for Power) ได้พบว่าบุคคลมีความต้องการอำนาจสูงจะมีความเกี่ยวข้องกับอิทธิพลและการควบคุม บุคคลเหล่านี้ต้องการความเป็นผู้นำเป็นนักพูด เป็นผู้ต้องการทำงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น เช่น นักลงทุนบางรายที่มีพฤติกรรมในการลงทุนด้วยปริมาณเงินมากเพื่อที่จะเข้าไปมีบทบาทครอบงำและบริหารกิจการของบริษัทต่างๆ

2. ความต้องการความผูกพัน (Need for Affiliation) บุคคลที่มีความต้องการข้อนี้สูงจะพอใจจากการเป็นที่รัก และมีแนวโน้มจะเสี่ยงความเจ็บปวดจากการต่อต้านโดยสมาชิกกลุ่มสังคมเขาจะรักษาความสัมพันธ์อันดีในสังคม พยายามให้ความร่วมมือมากกว่าการแย่งชิง พยายามสร้างและรักษาสัมพันธภาพกับผู้อื่น ต้องการสร้างความเข้าใจดีจากสังคมที่เขาเป็นสมาชิกอยู่ เช่น การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งต้องการที่จะเป็นนักลงทุนโดยการเป็นสมาชิกหรือเป็นลูกค้าของโบรกเกอร์จะมีความรู้สึกว่าได้รับการยกย่องว่ามีความรู้ทางการเงินที่ดี เป็นที่ยอมรับในวงการธุรกิจ

3. ความต้องการความสำเร็จ (Need for achievement) บุคคลที่ต้องการความสำเร็จสูงจะมีความปรารถนาอย่างรุนแรงที่จะประสบความสำเร็จและกลัวต่อความล้มเหลว ต้องการแข่งขันและกำหนดเป้าหมายที่ยากลำบากสำหรับตนเอง มีทัศนคติชอบเสี่ยงแต่ไม่ชอบการพนัน พยายามที่จะวิเคราะห์และประเมินปัญหา มีความรับผิดชอบเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วง และมีการป้อนกลับในการทำงานตลอดจนมีความปรารถนาที่จะทำงานให้ดีกว่าบุคคลอื่น แสวงหาหรือพยายามรับผิดชอบในการค้นหาวิธีแก้ไขปัญหาคำดีที่สุด เช่น นักลงทุนมีความต้องการที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยคาดหวังว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจะนำไปสู่ความสำเร็จในชีวิต

ประเภทของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แบ่งตามพฤติกรรมเป็น 2 ประเภทใหญ่คือ (เพชร ชุมทรัพย์. 2544:64)

1. นักลงทุน (Investor) นักลงทุนที่ซื้อหุ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้โดยหวังเอาเงินปันผลเป็นหลัก ส่วนกำไรจากการขายหุ้นย่อมแล้วแต่โอกาสการลงทุนในลักษณะนี้ ผู้ลงทุนจะต้องพิจารณาคุณภาพของหลักทรัพย์ที่จะลงทุนอย่างรอบคอบ เพื่อให้ความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นน้อยที่สุด การเล่นหุ้นแบบนักเล่นหุ้นมี 2 ลักษณะ

1.1 Conservative เป็นการเล่นหุ้นแบบเน้นความปลอดภัยของนักลงทุนเป็นสำคัญ ได้รายได้พอสมควรแต่ขอให้มีความเสถียรภาพ การลงทุนในลักษณะนี้มักเป็นการลงทุนระยะยาว แต่อย่างไรก็ตามถ้ามีจังหวะดีราคาหุ้นสูงผู้ลงทุนอาจนำออกขายเขาก็ทำได้

1.2 Enterprising การลงทุนในลักษณะนี้ผู้ลงทุนมีความกล้าเสี่ยงมากขึ้น เขาจะขายและซื้อหุ้นบ่อยครั้ง โดยตั้งเป้าหมายไว้ว่าต้องการเงินทุนงอกเงยและได้รายได้รวม (เงินปันผลบวกกำไรจากการขายหุ้น) ให้ได้สูงขึ้น

1.3 หลักทรัพย์ที่จะลงทุนนี้จะต้องเป็นหุ้นของบริษัทที่กำลังเติบโต มีโครงการขยายงานหรือกิจการตามที่ได้วางแผนไว้ บริษัทลักษณะนี้จะจ่ายเงินปันผลในอัตราต่ำ ซึ่งผู้ลงทุนก็ยังพอใจ ทั้งนี้บริษัทลักษณะนี้จะมีการขยายกิจการมักจะเก็บกำไรส่วนหนึ่งไว้เพื่อการนี้และจะจ่ายเงินปันผลแต่น้อย ผลคือถ้าขยายกิจการประสบผลสำเร็จเงินปันผลในอนาคตจะได้อีกมากขึ้นขณะเดียวกันราคาหุ้นก็จะสูงด้วย

2. นักเก็งกำไร (Speculation) มักเป็นนักเล่นหุ้นที่ซื้อหุ้นที่มีความเสี่ยงสูงโดยหวังผลตอบแทนในรูปกำไรจากการขายหุ้นในระยะสั้นๆ และไม่หวังเงินปันผล การเล่นหุ้นในลักษณะนี้แบบเก็งกำไร (Speculative) ผู้เล่นหุ้นในลักษณะนี้ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญและการตัดสินใจที่ฉับไว อาศัยช่วงจังหวะการเคลื่อนไหวราคาหุ้นเป็นสำคัญ ถ้าเก็งกำไรถูกต้องก็จะได้กำไรช่วงสั้น ๆ แต่ถ้าเก็งกำไรผิดก็เกิดผลขาดทุนในเวลาอันสั้นเช่นเดียวกัน

ความแตกต่างระหว่างการลงทุน (Investment) และการเก็งกำไร (Speculation) พิจารณาได้จากระดับของอัตราที่คาดว่าจะได้รับ ระดับความเสี่ยงและระยะเวลาการลงทุน (จิรติน์ สังข์แก้ว, 2544 : 14)

1. ความแตกต่างด้านระดับอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง โดยทั่วไปแล้วการเก็งกำไรมักต้องการอัตราผลตอบแทนที่สูงกว่าการลงทุน
2. ความแตกต่างด้านระดับของความเสี่ยงนักลงทุนจะยอมรับความเสี่ยงได้น้อยกว่านักเก็งกำไร
3. ความแตกต่างด้านระยะเวลาการลงทุน ระยะเวลาที่นักเก็งกำไรถือหลักทรัพย์เก็งกำไรจะถือสั้นกว่านักลงทุน

ตามทฤษฎีของต่างประเทศได้มีการศึกษาพฤติกรรมของนักลงทุนประเภทบุคคลธรรมดาไว้โดยมีการวิเคราะห์ไว้ 2 ด้านคือ การวิเคราะห์ด้านจิตวิทยา (Psychographics) และการวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographics)

การวิเคราะห์ด้านจิตวิทยา (Psychographics) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับทัศนคติความคิดเห็นความนิยมชอบส่วนตัว บุคลิกภาพและความต้องการของแต่ละบุคคลซึ่งอาจแตกต่างกันออกไปโดยการวิเคราะห์ทางด้านของจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนที่สำคัญได้แก่

Barnewall Two-way Model

Bailard, Biehi & Kaiser Five-way Model

Barnewall Two-way Model

เป็นการวิเคราะห์วิจัยบุคคลในกลุ่มอาชีพต่างๆ เป็นเวลากว่า 13 ปี โดย Marilyn MacGruder Barnewall แห่ง MacGruder Agency พบว่านักลงทุนสามารถแบ่งออกเป็นลักษณะใหญ่ ๆ ได้ 2 ลักษณะ ได้แก่

1. นักลงทุนประเภทรอรับผล (Passive Investors) มักจะหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Averse) หรือ ยอมรับความเสี่ยงได้ต่ำกว่า (Lower Risk Tolerance) บุคคลเหล่านี้ได้แก่

1.1 บุคคลที่ทุนทรัพย์โดยตนเองไม่ต้องพึ่งพาอุปสรรคหรือสร้างด้วยมือตนเองเช่น ได้รับเงินมรดกหรือขายที่ดินที่มีราคาสูงขึ้นจากถนนตัดผ่าน

1.2 บุคคลที่มีทุนทรัพย์น้อยและกลัวขาดทุน

1.3 ลูกจ้างที่ทำงานตำแหน่งสูงในบริษัทและองค์กรขนาดใหญ่ เช่น หนายความและที่ปรึกษากฎหมาย นักบัญชี

1.4 แพทย์ทั่วไปที่ไม่ใช่ศัลยแพทย์

นักลงทุนประเภทรอรับผลมักมอบหมายการจัดการลงทุนให้แก่มืออาชีพมากกว่าการจัดการลงทุนด้วยตนเอง

2. นักลงทุนประเภทมุ่งหวังผล (Active Investors) มักชอบความเสี่ยงมากกว่าความมั่นคงของเงินลงทุนโดยมีความเห็นว่าถ้าเงินลงทุนต้องสูญเสียไปก็สามารถสร้างใหม่ได้บุคคลเหล่านี้ได้แก่

2.1 บุคคลที่ร่ำรวยโดยสร้างธุรกิจด้วยมือของตนเอง

2.2 บุคคลที่ทำงานอิสระมิได้เป็นลูกจ้างผู้ใดในสายอาชีพต่างๆ เช่น หนายความอิสระ นักบัญชี

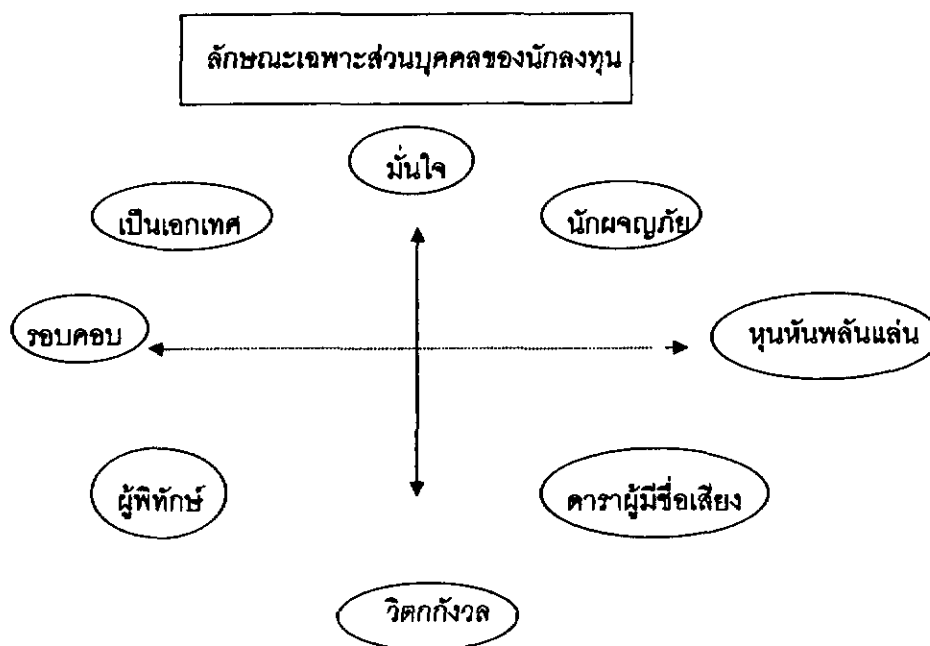
2.3 ศัลยแพทย์มีอดีตนักลงทุนประเภทมุ่งหวังผลมักจะลงทุนด้วยตนเองเพราะมีความมั่นใจในตนเองสูง

Bailard, Biehi & Kaiser Five-way Model

เป็นทฤษฎีที่ได้แยกแยะประเภทนักลงทุนโดยใช้การวิเคราะห์จากระดับความมั่นใจ (Level of Confidence) และแนวปฏิบัติ (method of Action) ของบุคคลนั้นๆ เมื่อมีสิ่งที่เข้ามาในชีวิต (รวมถึงการลงทุน) บุคคลย่อมมีปฏิกิริยาที่แตกต่างอาจมีความมั่นใจ (Confident) หรือในทางตรงกันข้ามอาจมีความวิตกกังวล (Anxious) ในขณะเดียวกันความมั่นใจหรือความวิตกกังวลที่บุคคลมีจะสะท้อนไปยังแนวปฏิบัติของบุคคลนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินการอย่างรอบคอบระมัดระวัง (Cereful) มีการวิจัยวางแผนหรือดำเนินการอย่างหุนหันพันแล่น (Impetuous) ขาดความระมัดระวัง

Baillard, Biehi & Kaiser (BB&K) มีแกนจิตวิทยา 2 แกนได้แก่

1. แกนตั้ง Confident-Anxious Axis (แสดงเป็นเส้นทึบ) ด้านบนสุดแสดงความมั่นใจสูงและด้านล่างสุดแสดงความวิตกกังวล
2. แกนนอน Careful- Impetuous Axis (แสดงเป็นเส้นประ) ด้านซ้ายสุดแสดงความระมัดระวังและด้านขวาสุดแสดงความหุนหันพลันแล่น



ภาพประกอบ 9 ลักษณะส่วนบุคคลของนักลงทุน

Baillard, Biehi ; & Kaiser Five-way Model ได้ทำการจำแนกประเภทนักลงทุนออกเป็น 5 ประเภทดังแผนภาพด้านบน

1. นักผจญภัย (Adventurer) ลูกค้ายที่มีลักษณะประเภทนี้มักใช้ความเชื่อมั่นในตัวเองสูง เป็นผู้มีความสุขในการตัดสินใจ ใช้ชีวิตอยู่กับความไม่แน่นอน และเมื่อตัดสินใจ มักจะหุนหันพลันแล่น ไม่ค่อยจะคิดให้รอบคอบ มักเป็นคนที่ต้องการลงทุนแบบมุ่งหวังผล (Active Investor)

2. ผู้มีความเป็นเอกเทศ (Individualist) ลูกค้ายที่มีคุณลักษณะประเภทนี้ มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง เป็นผู้มีความสุขในการตัดสินใจเองเช่นเดียวกับ นักผจญภัย (Adventurer) จะต่างกันตรงที่ว่าจะตัดสินใจอย่างรอบคอบระมัดระวังหลังจากมีดุลพินิจอย่างถี่ถ้วนแล้วเป็นคนที่ต้องการลงทุนแบบมุ่งหวังผล (Active Management Approach) มักลงทุนด้วยตัวเอง แต่ถ้าไว้ใจผู้จัดการกองทุน (fund manager) มีอาชีพจัดการลงทุนไว้ให้แล้ว ก็มักจะไม่วางใจเลย

3. ดาราผู้มีชื่อเสียง (Celebrity) ลูกค้ายที่มีคุณลักษณะประเภทนี้มักซี้กังวล ในขณะที่เดียวกันก็เป็นพวกตามกระแส กลัวตกข่าว ตกฐาน จึงมักตัดสินใจเร็วโดยไม่ค่อยระมัดระวังส่วนใหญ่มักจะเป็นลูกค้าของบริษัทนายหน้าค้าหลักทรัพย์ (broker) มากกว่าจะเป็นลูกค้าของผู้จัดการกองทุน (fund manager)

4. ผู้พิทักษ์ (Guardian) ลูกค้ายที่มีคุณลักษณะประเภทนี้ มักจะระมัดระวังรอบคอบค่อนข้างจริงจังและมีความวิตกกังวลมาก เป็นคนที่รู้ข้อจำกัดของตัวเองและกลัวการตัดสินใจ จึงเต็มใจให้ผู้จัดการกองทุน (fund manager) มืออาชีพเข้ามาช่วยในการจัดการลงทุนมักจะพอใจที่จะลงทุนแบบรอรับผล (Passive Management Approach) มากกว่า

5. ผู้ที่อยู่คาบเส้น (Straight Arrow) ได้แก่ลูกค้ายที่ไม่ตกอยู่ในประเภทหนึ่งข้างต้นแต่จะมีคุณลักษณะอยู่ตรงกลาง

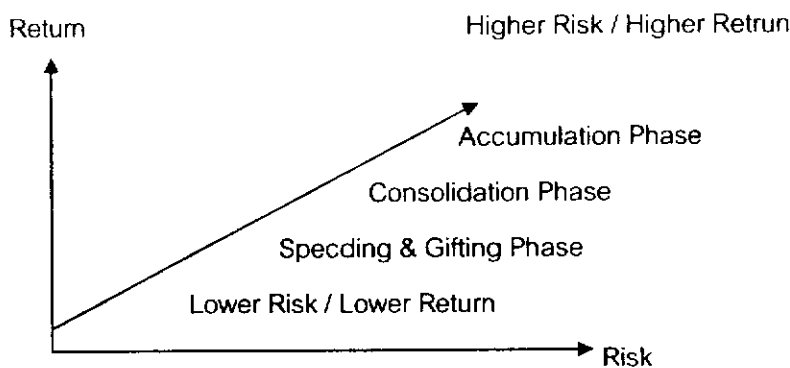
การวิเคราะห์ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographics)

การวิเคราะห์แบบลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographics) เป็นการวิเคราะห์นักลงทุนบุคคลธรรมดา จากคุณสมบัติ เช่นรายได้และความมั่นคง (Income & wealth) และช่วงอายุ (Life Cycle)

รายได้และความมั่นคง (Income & wealth) เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการลงทุนในตลาดการเงิน เมื่อบุคคลมีรายได้ (Income) สูงกว่าการใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคปัจจุบัน (Current consumption) บุคคลนั้นก็ย่อมมีเงินเหลือใช้ ที่สามารถนำไปลงทุนในหลักทรัพย์และตราสารทางการเงินประเภทต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายว่าจะนำเงินลงทุนและผลประโยชน์ที่เกิดจากการลงทุนนั้นไปใช้ในการจัดหาสิ่งอุปโภคบริโภคในปัจจุบัน เพื่อให้ได้มาซึ่งการอุปโภคบริโภคในอนาคตที่ตั้งใจไว้ นั่นเอง

ช่วงอายุ (Life Cycle) มีความสัมพันธ์กับรายได้ นั่นคือ เมื่อบุคคลมีอายุเพิ่มขึ้นก็มักจะมีรายได้เพิ่มขึ้น และเมื่อบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้น การอุปโภคบริโภคในอนาคตที่ตั้งใจไว้ก็จะมาถึงเร็วขึ้น

จากสถิติพบว่าผู้มีอายุน้อยและมีรายได้อยู่ในช่วงเริ่มสะสมทรัพย์สินมักจะนิยมลงทุนในลักษณะที่มีความเสี่ยงสูง เพื่อโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนสูงกว่า (Higher risk / higher return ด้านขวามือของรูป) เพราะเมื่อการลงทุนไม่ประสบผลดังที่คาดไว้ ก็ยังสามารถเริ่มสะสมทรัพย์สินใหม่แต่ผู้มีอายุมากกว่า แม้ว่าจะรายได้ที่มั่นคงแล้ว ก็มักนิยมจะลงทุนในลักษณะที่มีความเสี่ยงโดยรวมต่ำลง แม้ว่าผลตอบแทนจะลดลงก็ตาม (Lower risk / lower return ด้านซ้ายมือของรูป) ทั้งนี้เพราะหากพลาดแล้ว ช่วงอายุมีที่เหลืออาจไม่เพียงพอที่จะเริ่มสะสมทรัพย์สินใหม่



ภาพประกอบ 10 แสดงช่วงอายุของนักลงทุน

ช่วงอายุ (Life Cycle) ของนักลงทุนแบ่งออกเป็น

1. Accumulation Phase คือ ขั้นตอนของชีวิตที่เริ่มทำงาน (Early Career) เริ่มสะสมทุนทรัพย์หนี้สิน อาจมากกว่าทรัพย์ มีรายได้น้อยแต่สม่ำเสมอ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างมั่นคงและน่าพอใจในอนาคต นักลงทุนอายุนี้มักจะชอบลงทุนประเภท Higher risk / higher return
2. Consolidation Phase คือ ขั้นตอนของชีวิตช่วงที่มีรายได้สูงกว่ารายจ่าย จะอยู่ในช่วง Mid to Late Career คือ มีหน้าที่การงานที่มั่นคง รายได้สม่ำเสมอ หนี้สินมีลดลงจนใกล้ชำระเสร็จสิ้น แนวการลงทุนจะลดความเสี่ยงลงและคำนึงถึงความมั่นคงมากขึ้น
3. Spending Phase คือ ขั้นตอนของช่วงเกษียณอายุการทำงาน มีอิสระทางการเงิน (Financial Independence) คือ ไม่มีภาระหนี้สิน แม้ไม่มีรายได้จากการทำงาน (Earned Income) แต่มีรายได้จากกองทุนบำนาญที่สะสมและลงทุนไว้สามารถดำรงมาตรฐานชีวิตเช่นเดิมก่อนเกษียณอายุงาน
4. Gifting Phase คือ ขั้นตอนของช่วงปลายชีวิต มีทรัพย์สินมากเกินไปจนจะใช้หมด จึงเหลือเผื่อแผ่เจือจุนให้แก่ผู้อื่นได้

(เพรรี ชุมทรัพย์. 2544 : 6) ได้กำหนดปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดจุดมุ่งหมายของนักลงทุนไว้ดังต่อไปนี้

1. อายุของนักลงทุน (The age of the investor) ผู้ลงทุนที่มีอายุน้อยหรือระหว่าง 25-40 ปี มักกล้าเสี่ยงและสนใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ก่อให้เกิดความมั่งคั่งแก่เงินลงทุน แต่ผู้ลงทุนที่มีอายุระหว่าง 40-50 ปี อาจสนใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้ประจำ ทั้งนี้เนื่องมาจากภาระทางครอบครัวและผู้ลงทุนที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ยิ่งพอใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้แน่นอน
2. การมีครอบครัวและความรับผิดชอบที่มีต่อครอบครัว (Marital status and family responsibilities) ผู้ลงทุนที่มีครอบครัวแล้วต้องรับผิดชอบต่อความเป็นอยู่ของครอบครัว ต้องให้การศึกษาแก่บุตรทำให้เขาเกิด

ความจำเป็นที่จะต้องลงทุนในหลักทรัพย์ที่มั่นคง ให้รายได้แน่นอนจนส่วนคนโสดไม่มีภาระผูกพัน ย่อมลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงได้

3. สุขภาพของนักลงทุน (The health of the investor) ปัญหาเรื่องสุขภาพของผู้ลงทุนมีต่อการกำหนดนโยบายลงทุนของผู้ลงทุน ผู้ลงทุนที่มีสุขภาพไม่สมบูรณ์ย่อมต้องการรายได้ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมากกว่าหวังผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

4. นิสัยส่วนตัวของผู้ลงทุน (Personal habit) ผู้ลงทุนที่มีนิสัยตะหนี่อาจไม่มีความจำเป็นต้องใช้รายได้ที่ได้รับจากการลงทุนในหลักทรัพย์ เขาอาจลงทุนในหลักทรัพย์ของธุรกิจที่มีการขยายตัวในอนาคตก็ได้ในทางตรงกันข้าม ผู้ลงทุนที่ใช้จ่ายฟุ่มเฟือยย่อมต้องการได้รายได้ที่แน่นอนเพื่อมาจุนเจือรายจ่ายที่เกิดขึ้น

5. ความสมัครใจในการลงทุน (Willingness to accept risk of investment) ผู้ลงทุนบางคนอาจต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยง ความเสี่ยงในที่นี้มีหลายลักษณะด้วยกัน เช่น ความเสี่ยงในธุรกิจ ความเสี่ยงในตลาด ความเสี่ยงในอัตราดอกเบี้ย และความเสี่ยงในอำนาจซื้อเป็นต้น ผู้ลงทุนในลักษณะนี้ได้เตรียมตัวเตรียมใจที่จะเผชิญกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตแล้ว

6. ความจำเป็นของนักลงทุน (Investors needs) ความจำเป็นของผู้ลงทุนอาจแตกต่างกันบางท่านอาจมีความจำเป็นทางด้านการเงิน บางท่านอาจมีความจำเป็นในแง่ของความรู้สึกและจิตใจแน่นอนที่สุดสิ่งสำคัญที่เร่งเร้าให้เกิดการลงทุนก็คือตัวกำไร ซึ่งอาจเก็บสะสมไว้เพื่อใช้ในยามชราเพื่อการศึกษาหรือเพื่อปรับฐานะการครองชีพของตนเองให้ดีขึ้น

บริษัทหลักทรัพย์

กิจการธุรกิจหลักทรัพย์เริ่มดำเนินงานในทวีปยุโรปเป็นแห่งแรก จากหลักฐานที่ค้นพบในปี พ.ศ. 2098 ได้มีการจัดตั้งบริษัทค้าร่วมชื่อ บริษัทมัสโควี (Muscovy Company) ขึ้นในประเทศอังกฤษ เพื่อทำการค้ากับประเทศรัสเซีย โดยแบ่งทุนออกเป็นหุ้นขายให้แก่คนทั่วไป หุ้นของบริษัทนี้ซื้อขายเปลี่ยนมือกันได้ นับเป็นบริษัทเก่าแก่ที่ได้บันทึกไว้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2211 ได้มีการจัดตั้งบริษัทอินเดียตะวันออก (East India Company) และบริษัทฮัดสันส์เบย์

(Hudsons Bay Company) โดยออกหุ้นขายคนทั่วไปเช่นเดียวกันการซื้อขายหุ้นส่วนใหญ่เกิดขึ้นในทวีปยุโรป และมีพัฒนาการเรื่อยมาจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2316 จึงได้มีการจัดตั้งตลาดหุ้นชื่อ The Stock Exchange ขึ้นอย่างเป็นทางการ แห่งแรกของโลก การซื้อขายหุ้นได้ขยายตัวขึ้นตามความเจริญเติบโตของภาวะเศรษฐกิจการค้าและอุตสาหกรรม

ในประเทศไทยได้มีการจัดตั้งบริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์ขึ้นเป็นครั้งแรกในรูปของบริษัทหลักทรัพย์ ก่อนเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2496 คือ บริษัทเบิร์ต จำกัด โดยนายวิลลิส เฮลซาร์ เบิร์ต ในระยะแรกบริษัทประกอบธุรกิจด้านนำเข้าและส่งออกเป็นงานหลัก จนกระทั่งปี พ.ศ. 2506 จึงได้เริ่มเป็นนายค้าหุ้นอย่างจริงจัง ในระยะนี้มีบริษัทหลักทรัพย์เกิดขึ้นอีก คือ บริษัททิลกวมมิ่ง จำกัด จัดตั้งเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2502 ต่อมาใน

เดือนกรกฎาคม 2505 กลุ่มอุตสาหกรรมไทยเอกชนได้ร่วมกันจัดตั้งกิจการดำเนินงานในลักษณะสถานปริวรรตหุ้นที่เรียกว่า ตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้ชื่อว่า บริษัทตลาดหุ้นกรุงเทพ จำกัด (Bangkok Stock Exchange)

บริษัทหลักทรัพย์ดำเนินธุรกิจประเภทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ โดยเป็นนายหน้าหรือตัวแทนซื้อขาย และการเปลี่ยนหลักทรัพย์กับบุคคลอื่นโดยได้รับค่านายหน้าหรือค่าธรรมเนียมเป็นการตอบแทน โดยกำหนดให้บริษัทหลักทรัพย์เรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากลูกค้าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 0.25 ของมูลค่าการซื้อขายสำหรับลูกค้าทุกประเภท ยกเว้นกรณีซื้อขายหน่วยลงทุนของกองทุนตราสารทุนและใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหน่วยลงทุนของกองทุนตราสารทุนโดยกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมขั้นต่ำร้อยละ 0.20 และอัตราไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 0.20 สำหรับการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ต

ประเภทนักลงทุน

ประเภทของบุคคลเมื่อพิจารณาจากระดับของการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Level of Risk Aversion) บุคคลแบ่งออกเป็น 3 ประเภท จากระดับของการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ได้แก่

- (1) บุคคลที่หลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Averter) หมายถึง นักลงทุนที่คาดหวังจะได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้น ถ้าระดับความเสี่ยงของการลงทุนเพิ่มขึ้น เช่น นักลงทุน (Investor)
- (2) บุคคลที่ชอบความเสี่ยง (Risk Seeker) หมายถึง บุคคลที่ชอบการพนัน ความไม่แน่นอนของผลตอบแทนค่อนข้างสูง ซึ่งหมายถึง ความเสี่ยงของการลงทุนจะสูงมากโดยคาดการณ์ไม่ได้ เช่น นักการพนัน (Gamber)
- (3) บุคคลที่ไม่น่าสนใจความเสี่ยง (Risk Neutral) หมายถึง บุคคลที่ไม่น่าสนใจความเสี่ยงของทางเลือกในการลงทุน โดยตัดสินใจเลือกลงทุนจากอัตราผลตอบแทนเท่านั้น เช่น นักเก็งกำไร (Speculator)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นายอุดม โรจน์รัชนิกร, นายสมชาย โล่ห์ประธาน, นส.เนาวรัตน์ ใจภักดี, นส.ประภาพร พิทักษ์ผล, นางสุรีย์ โปษกรณู (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ลักษณะและพฤติกรรมของนักลงทุนทั่วไปในกรุงเทพมหานคร และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักลงทุนกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ในห้วงด้านหลักทรัพย์เป็นเพศหญิง สำหรับพฤติกรรมการลงทุนนั้น นักลงทุนส่วนใหญ่จะมีประสบการณ์เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ 7 ปีขึ้นไป มีวัตถุประสงค์เข้ามาลงทุนเพื่อเก็งกำไรส่วนต่างราคา ใช้เงินออมของตนเองในการลงทุน ใช้แหล่งข้อมูลจากหนังสือพิมพ์มากที่สุดในการตัดสินใจซื้อ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลักทรัพย์พบว่า นักลงทุนในห้วงด้านหลักทรัพย์ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักลงทุนในห้วงด้านส่วนใหญ่เข้ามาลงทุนเพื่อเก็งกำไรส่วนต่างราคา และต้องการความรวดเร็วถูกต้องในคำสั่งซื้อขาย

สุพร จรุงรังษี (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร. การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ พบว่า นักลงทุนทั่วไปในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุอยู่ในช่วง 30 – 39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 50,000 บาท นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีบุคลิกภาพ ใช้เหตุผลในการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือความรอบคอบระมัดระวัง ในด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร นักลงทุนให้ความสำคัญมากที่สุดคือ จากบทวิเคราะห์และคำแนะนำของโปรแกรมเมอร์ จุดมุ่งหมายในการลงทุน นักลงทุนส่วนใหญ่ต้องการกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์มากที่สุด

นฤมล ศรีหะวรรณ (2546) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้ผลการการวิจัยพบว่า นักลงทุนทั่วไปที่ซื้อขายหลักทรัพย์ในบริษัทหลักทรัพย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 30 –39 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ปัจจัยทางด้านทัศนคติที่มีต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเกณฑ์ที่ดี ส่วนเรื่องความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตดีขึ้น ด้านพฤติกรรมของนักลงทุนด้านมูลค่าในการซื้อขายหลักทรัพย์นั้น มีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

สุวิทย์ เจริญวงศ์ (2545) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการลงทุนส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนระยะสั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการผลตอบแทนระยะสั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดบัญชีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์จำนวน 2 แห่ง และตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์จากสื่อสิ่งพิมพ์และข้อมูลปัจจัยทางเทคนิค ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและการจัดจำหน่ายในเรื่องของบริษัทหลักทรัพย์ควรมีจำนวนสาขามากและกระจายครอบคลุมหลายพื้นที่

สุเทพ เจริญวรรณ (2538 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จังหวัดขอนแก่น โดยศึกษาพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์ทั้งในภาพรวมและรายกรณี และได้ทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนโดยจำแนกตามเพศ วัยเงิน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นลูกค้าของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์จำนวน 181 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิง และเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรในกรอบแนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์ กรอบแนวคิดด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ กรอบแนวคิดด้านทัศนคติต่อการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ กรอบแนวคิดด้านความพึงพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ และกรอบความคิดด้านพฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องความรู้ความเข้าใจ ทศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์
ของนักลงทุนทั่วไป ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินงานและขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักลงทุนทั่วไปที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัท
หลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาตในการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์

กลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง นักลงทุนทั่วไปที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในบริษัท
หลักทรัพย์เนื่องจากจำนวนประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอน
ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการให้สูตรในการคำนวณกลุ่ม
ตัวอย่างของ นราศรี ไววนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี (2538:104) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 PQ}{D^2}$$

P = ความน่าจะเป็นของประชากร

Q = 1 - P

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่า Z score ที่ระดับความเชื่อมั่น

D = ระดับความคลาดเคลื่อน

โดยกำหนดให้มีค่าความเชื่อมั่นที่ 95% Z จะเท่ากับ 1.96 และกำหนดให้ $p = 0.5$ และ $D =$ ค่าความคลาดเคลื่อนที่อนุโลมได้ 5 % จะได้ผลดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.5)^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

$$\text{สำรวจ } 4 \% = 385 \times 4 \% = 15 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 385 ตัวอย่าง และสำรวจไว้ 15 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างอันเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด จำนวน 400 คน ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างจากนักลงทุนที่ลงทุนผ่านบริษัทหลักทรัพย์ 5 แห่ง ได้แก่ บริษัทหลักทรัพย์ แอ็คซิชั่น จำกัด (มหาชน), บริษัทหลักทรัพย์ ชิกโก้ จำกัด (มหาชน), บริษัทหลักทรัพย์ ไทยพาณิชย์ จำกัด, บริษัทหลักทรัพย์ ยูโอบี เคย์เอียน (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัทหลักทรัพย์ ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด เนื่องจากบริษัทหลักทรัพย์ทั้ง 5 แห่งนี้มีสถานที่ตั้งอยู่ที่อาคารสินธรทาวเวอร์ ซึ่งเป็นอาคารที่เคยเป็นตลาดหลักทรัพย์เก่า

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการคำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บในแต่ละบริษัทหลักทรัพย์ จากจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เลือกทั้งหมด 5 บริษัทหลักทรัพย์ ได้กลุ่มตัวอย่างละ 80 คน ซึ่งได้มาจากการนำบริษัทหลักทรัพย์จำนวน 5 บริษัทหลักทรัพย์ นำไปคิดค่าเฉลี่ยหารจากจำนวนประชากรทั้งหมด 400 คน

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักลงทุนทั่วไปที่ซื้อขายหลักทรัพย์ของแต่ละบริษัทหลักทรัพย์ตามที่ได้กำหนดไว้แล้ว

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละบริษัทหลักทรัพย์

บริษัทหลักทรัพย์	จำนวนตัวอย่าง (คน)
บริษัทหลักทรัพย์ แอ็ดดิชั่น จำกัด (มหาชน)	80
บริษัทหลักทรัพย์ ชิกโก้ จำกัด (มหาชน)	80
บริษัทหลักทรัพย์ ไทยพาณิชย์ จำกัด	80
บริษัทหลักทรัพย์ ยูโอบี เคย์เฮียน (ประเทศไทย) จำกัด	80
บริษัทหลักทรัพย์ ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด	80
จำนวนรวม	400

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษาซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดขอบเขตเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ซึ่งจะใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ทำให้สามารถได้คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริง แล้วนำมาประยุกต์เป็นคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน รวมทั้งสิ้น 36 ข้อ ในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ในบริษัทหลักทรัพย์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close - ended questions) จำนวน 6 ข้อ

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งช่วงอายุแสดงในตาราง 2 การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ช่วงอายุ ตั้งแต่ 20 -60 ปี โดยกำหนดช่วงอายุ คำนวณดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.2542 : 110)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{60 - 20}{4} = 10
 \end{aligned}$$

ตารางที่ 2 แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม

ช่วงอายุ
20 - 30 ปี
31 - 40 ปี
41 - 50 ปี
50 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1. โสด
2. สมรส / อยู่ด้วยกัน
3. หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1. พนักงานบริษัท
2. ข้าราชการ
3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
5. อื่นๆโปรดระบุ.....

ข้อที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้หลักเกณฑ์เรื่องรายได้ขั้นต่ำของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์อย่างต่ำไม่น้อยกว่า 10,000 บาท ซึ่งบริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาวงเงินให้กับลูกค้า จึงได้กำหนดช่วงรายได้แสดงในตารางที่ 3

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{รายได้สูงสุด} - \text{รายได้ต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{50,000 - 10,000}{4} = 10,000
 \end{aligned}$$

ตาราง 3 แสดงการแบ่งช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในแบบสอบถาม

ช่วงรายได้	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	
15,001 – 25,000	บาท
25,001 – 35,000	บาท
มากกว่า 35,000	บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้เรื่องการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close - ended questions) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือก 2 คำตอบ (Check List) คือ ใช่ และ ไม่ใช่ มีข้อที่ต้องการคำตอบว่าใช่ จำนวน 8 ข้อได้แก่ข้อ 1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, ส่วนที่ต้องการคำตอบว่า ไม่ใช่ จำนวน 3 ข้อได้แก่ข้อ 2, 5, 10

ผู้ตอบมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์สามารถตอบคำถามอย่างถูกต้องให้ 1 คะแนน

ผู้ตอบไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์สามารถตอบคำถามอย่างถูกต้องให้ 0 คะแนน

เมื่อรวมคะแนนและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจออกเป็น 2 ระดับ ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (สถิติวิจัย หวังพานิช. 2529: 27)

$$\begin{aligned} \text{อันดับภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการแบ่ง}} \\ &= \frac{10 - 0}{2} = 5 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

ระดับความรู้ความเข้าใจ	ระดับคะแนน	ระดับเปอร์เซ็นต์(%)
ความรู้ความเข้าใจในระดับมาก	0.51 - 1.00	51 - 100
ความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย	0.00 - 0.50	0 - 50

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบสเกล (Semantic Differential Scale) จำนวน 13 ข้อ

โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับ 5 หมายถึง	มีระดับทัศนคติต่อการใช้บริการดีอย่างมาก
ระดับ 4 หมายถึง	มีระดับทัศนคติต่อการใช้บริการที่ดี
ระดับ 3 หมายถึง	มีระดับทัศนคติต่อการใช้บริการเฉยๆ
ระดับ 2 หมายถึง	มีระดับทัศนคติต่อการใช้บริการไม่ดี
ระดับ 1 หมายถึง	มีระดับทัศนคติต่อการใช้บริการไม่ดีอย่างมาก

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2542 : 110) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหารระดับคะแนนเฉลี่ย โดยที่กำหนดความสำคัญ ดังนี้

4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง	ทัศนคติต่อการใช้บริการดีอย่างมาก
3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง	ทัศนคติต่อการใช้บริการที่ดี
2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง	ทัศนคติต่อการใช้บริการเฉย ๆ
1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง	ทัศนคติต่อการใช้บริการไม่ดี
1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง	ทัศนคติต่อการใช้บริการไม่ดีอย่างมาก

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบสเกล (Semantic Differential Scale) จำนวน 7 ข้อ

โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับ 5 หมายถึง	ระดับความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีอย่างมาก
ระดับ 4 หมายถึง	ระดับความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี
ระดับ 3 หมายถึง	ระดับความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง	ระดับความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ไม่ดี
ระดับ 1 หมายถึง	ระดับความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ไม่ดีอย่างมาก

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2542 : 110) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหารระดับคะแนนเฉลี่ย โดยที่กำหนดความสำคัญ ดังนี้

4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีอย่างมาก
3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี
2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ปานกลาง
1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ไม่ดี
1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ไม่ดีอย่างมาก

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักลงทุน ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open – ended questions) จำนวน 4 ข้อ คือ ข้อที่ 1,5,6,7,8, และข้อที่ 9 เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) และข้อที่ 2 – 4 , 10 มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close – ended Question) แบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการบริษัทหลักทรัพย์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open – ended questions)

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบและวิธีการเขียนแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา
2. รวบรวมเนื้อหาและสาระต่างๆ ที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี ผลการวิจัย และการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร
3. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลนั้นมาสร้างแบบสอบถามทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์
 - ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์
 - ส่วนที่ 4 ด้านความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่นักลงทุน
 - ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้อง และความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำไปปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้
6. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (บุญธรรม กิจปรีดาวิรุทธิ์, 2531 : 40) เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของครอนบัค (Cronbach) (พ่วงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538 : 125-128) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยไปทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นก่อนที่จะนำไปใช้ในการวัดผลการวิจัยจริง โดยมีวิธีการดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องตรงในเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยนี้หรือไม่ จากนั้นจึงนำมาแก้ไขตามคำแนะนำ และดำเนินการขั้นต่อไป

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หาค่าความเชื่อมั่นโดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างในขั้นต้น (Try out) จำนวน 40 ราย โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546: 449) โดยใช้สูตร Cronbach's alpha coefficient

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance / variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance / variance}}$$

เมื่อ	α	แทน สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
	k	แทน จำนวนคำถามของแบบสอบถาม
	covariance	แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	variance	แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

เมื่อทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างในขั้นต้น (Try out) จำนวน 40 ราย โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นดังต่อไปนี้

1. ด้านทัศนคติของนักลงทุนต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ เท่ากับ 0.8066
2. ด้านความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน ในทัศนะของผู้ใช้บริการ เท่ากับ 0.7127 ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.8322

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาแนวโน้มการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

- 1.1 เอกสารเผยแพร่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 1.2 หนังสือพิมพ์ธุรกิจ วารสารต่างๆ
- 1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 1.4 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนการดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

- 2.1 ขอจดหมายจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
- 2.2 ติดต่อบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้ระบุไว้ทั้ง 5 แห่ง เพื่อขอความร่วมมือ และอนุญาตในการสอบถามลูกค้าที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในบริษัทหลักทรัพย์แต่ละแห่ง
- 2.3 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับลูกค้าที่ใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ในบริษัทหลักทรัพย์แต่ละแห่งที่จะตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็นบริษัทหลักทรัพย์แต่ละ 44 ชุด
- 2.4 นำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้เข้าใจวัตถุประสงค์ และอธิบายวิธีตอบแบบสอบถามก่อนที่จะตอบแบบสอบถาม และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง
- 2.5 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน, ตุลาคม, พฤศจิกายน

การจัดกระทำข้อมูล

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ได้กระทำการออกแบบไว้ (Pre-test) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการของ Cronbach's α
2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้ว ออกเก็บข้อมูลจริง
3. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยจะเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างคือ นักลงทุนทั่วไปที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในบริษัทหลักทรัพย์เท่านั้น
4. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้ว นำมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
5. นำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 10 และ 11 และทำการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐานได้แก่
 - 1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนคำตอบ}}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}} \times 100$$

1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean = $\bar{X}$) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ
(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2545 : 255) แบบสอบถาม

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนทั้งหมด
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่างๆ
(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2545 : 255)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 449) โดยหาค่าความเชื่อมั่นในส่วนองทัศนคติของนักลงทุนต่อการให้บริการบริษัทหลักทรัพย์ (ส่วนที่ 2) ด้านความรู้ความเข้าใจ (ส่วนที่ 3) ด้านความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ (ส่วนที่ 4) พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ (ส่วนที่ 5)

3. สถิติที่ใช้การทดสอบสมมติฐาน

3.1 ค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ในด้านเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2523 : 83)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-
	$\bar{x}_1 - \bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	$S_1^2 + S_2^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ
	n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (n1+n2-2)

3.2 ค่า Anova (One-way Analysis of Variance) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ (ยกเว้นตัวแปร - เพศ) โดยใช้สูตร F-test (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2523 : 112)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution
	MS_b	แทน	ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม
	df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1), ภายในกลุ่ม (n-k)

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 333)

$$LSD = t_{\alpha; n-k} \sqrt{\frac{2 \text{ MSE}}{2n_i}}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

$r = n - k$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ i และ j
	MSE	แทน	ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
	n	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น

3.3 ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)

ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลแตกต่างกัน (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 72)

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[\sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนน X
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนน Y
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum XY$ แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
 n แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $0 \leq r \leq 1$ ดังนี้

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามคือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย
3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า r มีค่าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย
6. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541: 324) มีดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 1.00-0.91 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.90-0.71 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.70-0.31 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.30-0.01 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา จะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ทิศนคติที่มีต่อบริษัทหลักทรัพย์ พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสิทธิภาพในการซื้อขายหลักทรัพย์ ได้นำมาแจกแจง จำนวน

ความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามในส่วนที่ 2 โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.3 วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามในส่วนที่ 3 ได้นำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.4 วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามในส่วนที่ 4 ได้นำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.5 วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามในส่วนที่ 5 โดย ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ จะนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาความสัมพันธ์ของสถิติที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป กับคุณสมบัติของผู้บริโภคทางด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และเพื่อเปรียบเทียบ, ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์,ทัศนคติของนักลงทุนต่อการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ และความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุนทั่วไป โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

2.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ใช้สถิติ t – Test independent ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (เฉพาะตัวแปร – เพศ)

2.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สถิติ F – Test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (ยกเว้นตัวแปร – เพศ) โดยใช้

2.3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สถิติ F – Test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

2.4 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์กับแนวโน้มในการตัดสินใจใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ใช้สถิติ t – Test ใช้วิเคราะห์ความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจ เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

2.5 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของทัศนคติของนักลงทุนกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ (Pearson

Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 โดยใช้ผลรวมของทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์

2.6 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุนกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิด และพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนผู้บริโภครวมกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
df	แทน	องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
LSD	แทน	Least Significant Difference
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean of Squares)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
Prob	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (ในตาราง Chi – squares)
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้รายต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 หญิง	246	61.50
1.2 ชาย	154	38.50
รวม	400	100.0
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	148	37.00
2.2 31-40 ปี	118	29.50
2.3 41-50 ปี	78	19.50
2.4 50 ปีขึ้นไป	56	14.00
รวม	400	100.0
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	230	57.50
3.2 สมรส /อยู่ด้วยกัน	150	37.50
3.3 หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	20	5.00
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
4.1 ปริญญาตรี	272	68.00
4.2 ปริญญาตรีขึ้นไป	82	20.50
4.3 ต่ำกว่าปริญญาตรี	46	11.50
รวม	400	100.0
5. อาชีพ		
5.1 พนักงานบริษัท	244	61.00
5.2 ประกอบธุรกิจส่วนตัว	104	26.00
5.3 อื่นๆ (แม่บ้าน,ข้าราชการที่เกษียณอายุ)	28	7.00
5.4 พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	24	6.00
รวม	400	100.0
6. รายได้ต่อเดือน		
6.1 มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป	120	30.00
6.2 25,001-35,000 บาท	102	25.50
6.3 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	98	24.50
6.4 15,001-25,000 บาท	80	20.00
รวม	400	100.00

ผลจากตาราง 4 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน สามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

1. เพศ นักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 เป็นเพศชาย จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50

2. อายุ นักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม จำนวนมากที่สุดมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 มีอายุ 41-

50 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และมีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ

3. สถานภาพ นักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม มากกว่าครึ่งมีสถานภาพโสด จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมา มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และมีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

4. ระดับการศึกษาสูงสุด นักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมา ปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

5. อาชีพ นักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมา มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 มีอาชีพอื่นๆ (.....) คือแม่บ้าน จำนวน 20 คน, ข้าราชการที่เกษียณอายุ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 16 คน และมีอาชีพข้าราชการ จำนวน 8 คน ซึ่งรวมกันคิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

6. รายได้ต่อเดือน นักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม จำนวนมากที่สุดมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และมีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

ตาราง 5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่าง

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์	ตอบผิด		ตอบถูก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. บริษัทหลักทรัพย์จะต้องได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์	0	(0.00)	400	(100)

ตาราง 5 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์	ตอบผิด		ตอบถูก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2. เจ้าหน้าที่การตลาดหลักทรัพย์ไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ	64	(16)	336	(84)
3. บริษัทหลักทรัพย์จะเป็นผู้ให้บริการที่ปรึกษาแนะนำช่องทางและให้ข้อมูลที่มีประโยชน์เกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์	42	(10.50)	358	(89.50)
4. การส่งซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยตัวท่านเองที่ห้องค้าหลักทรัพย์ ซึ่งคุณจะต้องกรอกใบคำสั่งซื้อขายด้วยตัวท่านเองเท่านั้น	104	(26.00)	296	(74.00)
5. การส่งซื้อขายหลักทรัพย์มีแค่ 2 วิธีเท่านั้นคือทางโทรศัพท์และการส่งซื้อด้วยตัวเองในห้องค้าหลักทรัพย์	68	(17.00)	332	(83.00)
6. การซื้อขายหลักทรัพย์ต้องใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น	18	(4.50)	382	(95.50)
7. เมื่อคุณได้รับการยืนยันผลการซื้อขาย จะต้องจ่ายเงินค่าซื้อขายหลักทรัพย์หรือรับเงินค่าขายหลักทรัพย์ ณ วันทำการที่ 3 หลังจากเกิดรายการซื้อขายขึ้น	18	(4.50)	382	(95.50)
8. ปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์ได้เปิดเสรีค่าธรรมเนียมในการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นอัตราที่ต่อรองกันได้ระหว่างบริษัทหลักทรัพย์และลูกค้า โดยเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 0.25	204	(51.00)	196	(49.00)
9. บัญชีซื้อขายหลักทรัพย์มีแค่ 2 บัญชีคือบัญชีเงินสดและบัญชีมาร์จิน	266	(66.50)	134	(33.50)
10. การซื้อขายหลักทรัพย์ไม่สามารถซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	8	(2.00)	392	(98.00)

ผลจากตาราง 5 แสดงข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

1. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์จะต้องได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ มีผู้ตอบถูกจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 และไม่มีผู้ตอบผิดเลย
2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่การตลาดหลักทรัพย์ไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพมีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 84 และผู้ตอบผิดจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16
3. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์ จะเป็นผู้ให้บริการที่ปรึกษาแนะนำช่องทางและให้ข้อมูลที่มีประโยชน์เกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ มีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.50 และผู้ตอบผิดจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50
4. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสั่งซื้อซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยตัวท่านเองที่ห้องค้าหลักทรัพย์ ซึ่งคุณจะต้องกรอกใบคำสั่งซื้อขายด้วยตัวท่านเองเท่านั้น มีผู้ตอบถูกจำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26
5. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสั่งซื้อซื้อขายหลักทรัพย์มีแค่ 2 วิธีเท่านั้นคือทางโทรศัพท์และการสั่งซื้อด้วยตัวเองในห้องค้าหลักทรัพย์ มีผู้ตอบถูกจำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83 มีผู้ตอบผิดจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17
6. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์จะต้องใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น มีผู้ตอบถูกจำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50
7. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเมื่อคุณได้รับการยืนยันผลการซื้อขาย จะต้องจ่ายเงินค่าซื้อขายหลักทรัพย์หรือรับเงินค่าขายหลักทรัพย์ ณ วันทำการที่ 3 หลังจากการเกิดรายการซื้อขายขึ้น มีผู้ตอบถูกจำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50
8. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์ได้เปิดเสรีค่าธรรมเนียมในการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นอัตราที่ต่อรองกันได้ระหว่างบริษัทหลักทรัพย์และลูกค้า โดยเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 0.25 มีผู้ตอบถูกจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51
9. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์มีแค่ 2 บัญชีคือบัญชีเงินสดและบัญชีมาร์จินมีผู้ตอบถูกจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50

10. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ไม่สามารถซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตมีผู้ตอบ ถูกจำนวน 392 คน คิดเป็นร้อยละ 98 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ตาราง 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์

ระดับความรู้ความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความรู้ความเข้าใจในระดับมาก	390.00	97.50
ความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย	10.00	2.50
	400.00	100.00

จากตาราง 6 ผู้วิจัยได้รวบรวมคะแนนผลการวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 10 ข้อ พอสรุปได้ว่านักลงทุนที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยส่วนใหญ่ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจในระดับมากมีจำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 97.50 รองลงมา มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อยมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ในด้านภาพพจน์

ข้อมูลทัศนคติด้านภาพพจน์	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ (น่าเชื่อถือ ไม่น่าเชื่อถือ)	4.29	0.953	ดีอย่างมาก
2. ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ (พึงพอใจ ไม่พึงพอใจ)	4.08	0.955	ดี

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติด้านภาพพจน์	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
3.ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัท (มั่นคง ไม่มั่นคง)	4.29	0.869	ดีอย่างมาก
4.ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (น่าเชื่อถือ ไม่น่าเชื่อถือ)	4.00	0.966	ดี
5.ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหาร (น่าเชื่อถือ ไม่น่าเชื่อถือ)	4.22	1.011	ดีอย่างมาก
6.ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท (น่าพอใจ ไม่น่าพอใจ)	3.98	1.150	ดี
ผลรวมทัศนคติด้านภาพพจน์	4.14	0.815	ดี

ผลจากตาราง 7 แสดงข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ในด้านภาพพจน์ของนักลงทุน พบว่า โดยรวมนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมทัศนคติด้านภาพพจน์อยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อ มีข้อที่มีทัศนคติดีอย่างมาก คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ และฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัท รองลงมาคือ ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหาร ส่วนข้อที่มีทัศนคติในระดับดี คือ ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ในด้านการให้บริการ

ข้อมูลทัศนคติด้านการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ (รวดเร็ว ล่าช้า)	4.29	0.865	ดีอย่างมาก

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติด้านการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
2. การบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (มีบริการไม่มีบริการ)	4.01	1.18	ดี
3. มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ (มีบริการ.....ไม่มีบริการ)	3.49	1.238	ดี
4. วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ (เพียงพอไม่เพียงพอ)	3.53	1.218	ดี
5. การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ (มีบริการ ไม่มีบริการ)	4.24	1.07	ดีอย่างมาก
6. การบริการหลังการขายหลักทรัพย์ (มีบริการไม่มีบริการ)	1.14	1.06	ดี
7. ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการ ชำระราคาซื้อขาย (มีบริการ ไม่มีบริการ)	4.49	0.907	ดีอย่างมาก
ผลรวมทัศนคติด้านการให้บริการ	4.03	0.872	ดี

ผลจากตาราง 8 แสดงข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ในด้านการให้บริการ พบว่า โดยรวมนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมทัศนคติด้านการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อ มีข้อที่มีทัศนคติดีอย่างมาก คือ ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย รองลงมาคือ การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ และการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ ส่วนข้อที่มีทัศนคติในระดับดี คือ การบริการหลังการขายหลักทรัพย์ รองลงมาคือ การบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ และมีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัท หลักทรัพย์ ในด้านเทคโนโลยี

ข้อมูลทัศนคติด้านเทคโนโลยี	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า (ปลอดภัย ไม่ปลอดภัย)	4.31	0.947	ดีมาก
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า (เพียงพอ ไม่เพียงพอ)	4.24	0.944	ดีมาก
3. ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน (เข้าใจง่าย ซับซ้อน)	4.18	0.970	ดี
4. ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด (ไม่บ่อย ค่อนข้างบ่อย)	3.87	1.236	ดี
ผลรวมทัศนคติด้านเทคโนโลยี	4.15	0.899	ดี

ผลจากตาราง 9 แสดงข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ในด้านเทคโนโลยี พบว่า โดยรวมนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมทัศนคติด้านเทคโนโลยีอยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อ มีข้อที่มีทัศนคติดีมาก คือ ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า รองลงมาคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ส่วนหัวข้อที่มีทัศนคติดี คือ ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน รองลงมาคือ ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัท
หลักทรัพย์ ในด้านพนักงาน

ข้อมูลทัศนคติด้านพนักงาน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.ความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน (สุภาพ..... ไม่สุภาพ)	4.15	1.03	ดี
2.ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ซื่อสัตย์..... ไม่ซื่อสัตย์)	4.25	1.038	ดีอย่างมาก
3.การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน (ชัดเจนไม่ชัดเจน)	3.99	1.152	ดี
4.ความน่าเชื่อถือของพนักงาน (น่าเชื่อถือ.....ไม่น่าเชื่อถือ)	4.11	1.068	ดี
5.การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ (ถูกต้อง ไม่ค่อยถูกต้อง)	4.35	1.034	ดีอย่างมาก
6.ความเอาใจใส่ของพนักงาน (เอาใจใส่.....ไม่ค่อยเอาใจใส่)	4.12	1.053	ดี
ผลรวมทัศนคติด้านพนักงาน	4.15	0.982	ดี

ผลจากตาราง 10 แสดงข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ในด้านพนักงาน พบว่า โดยรวมนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมทัศนคติด้านพนักงานอยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อ มีข้อที่มีทัศนคติดีอย่างมาก คือ การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ รองลงมา คือ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน ส่วนข้อที่มีทัศนคติดี คือ ความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน รองลงมา คือ ความเอาใจใส่ของพนักงาน ความน่าเชื่อถือของพนักงาน และการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุนตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัท
หลักทรัพย์ ในด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ

ข้อมูลทัศนคติด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้น (สะดวก ไม่สะดวก)	4.05	1.114	ดี
2. ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ (สะอาด ไม่สะอาด)	4.03	1.006	ดี
3. สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน (ใกล้ ไกล)	3.89	1.244	ดี
4. ความโอเอียง / กว้างขวางของสถานที่ (กว้างขวาง แคบแคบ)	3.91	1.039	ดี
ผลรวมทัศนคติด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ	3.97	0.901	ดี

ผลจากตาราง 11 แสดงข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ในด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ พบว่า โดยรวมนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมทัศนคติด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศอยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อ ข้อที่มีทัศนคติดี มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้น รองลงมาคือ ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ ความโอเอียง / กว้างขวางของสถานที่ และสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนัก
ลงทุน

ข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. มีความรู้สึกผ่อนคลาย	3.54	0.831	ดี
2. มีชีวิตความเป็นอยู่ที่สะดวกสบาย	3.57	0.74	ดี

ตาราง 12 (ต่อ)

ข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
3.มีความสุข	3.65	0.867	ดี
4.มีความราบรื่น	3.53	0.819	ดี
5.มีความพึงพอใจในชีวิตความเป็นอยู่	3.66	0.893	ดี
6.มีความชื่นชมยินดี	3.62	0.841	ดี
7.มีความตื่นเต้นสนุกสนาน	3.52	0.923	ดี
ผลรวมความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน	3.58	0.66	ดี

ผลจากตาราง 12 แสดงข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน พบว่า โดยรวมนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุนอยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อ ข้อที่มีความพอใจอยู่ในเกณฑ์ดี คือ มีความพึงพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ รองลงมาคือ มีความสุข มีความชื่นชมยินดี ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีสบาย มีความรู้สึกผ่อนคลาย มีความราบรื่น และมีความตื่นเต้นสนุกสนาน ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์

ตาราง 13 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์

ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์หลักของการเข้ามาลงทุน		
เก็งกำไรส่วนต่างราคา	338	84.5
ผลตอบแทนจากเงินปันผล	58	14.5
อื่นๆ	4	1
รวม	400	100

ตาราง 13 (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่ที่ใช้ในการลงทุน		
เงินออมของตนเอง	370	92.5
เงินจากญาติพี่น้อง	26	6.5
เงินกู้จากสถาบันการเงิน	4	1
รวม	400	100
แหล่งที่มาของข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์		
หนังสือพิมพ์/บทวิเคราะห์หลักทรัพย์	268	67
เจ้าหน้าที่การตลาด	106	26.5
อินเทอร์เน็ต	20	5
โทรทัศน์/วิทยุ	6	1.5
รวม	400	100
ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์		
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	342	85.5
เจ้าหน้าที่การตลาด	32	8
เพื่อนนักลงทุน	18	4.5
ครอบครัว	8	2
รวม	400	100

ผลจากตาราง 13 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม สามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

วัตถุประสงค์หลักของการเข้ามาลงทุน นักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักของการเข้ามาลงทุน คือ เก็บกำไรส่วนต่างราคา จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 84.50 รองลงมาคือ ผลตอบแทนจากเงินปันผล จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50

แหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่ที่ใช้ในการลงทุน นักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่ที่ใช้ในการลงทุน คือ เงินออมของตนเอง จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.50 รองลงมาคือ เงินจากญาติพี่น้อง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และ เงินกู้จากสถาบันการเงิน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

แหล่งที่มาของข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ นักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ คือ หนังสือพิมพ์/บทวิเคราะห์หลักทรัพย์ จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่การตลาด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 อินเทอร์เน็ต จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และโทรทัศน์วิทยุ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ นักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ คือ ตัดสินใจด้วยตัวเอง จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.50 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่การตลาด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 เพื่อนนักลงทุน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และครอบครัว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าสูงสุด, ต่ำสุด, ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์

ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์	Max	Min	$\bar{x}$	S.D.
ประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ (เดือน)	144.00	1.00	35.86	32.61
มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย (บาทต่อวัน)	1,000,000.00	2,000.00	160,480.00	219,551.63
จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย (หลักทรัพย์)	30.00	1.00	4.26	3.55
ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ (วัน)	3,240.00	14.00	158.38	357.81

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์	Max	Min	$\bar{x}$	S.D.
จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี (บริษัท)	5.00	1.00	1.74	0.88
จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ (วัน)	7.00	0.00	1.81	1.96

ผลจากตาราง 14 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย 35.86 เดือน มีมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย 160,480.00 บาท จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย 4.26 หลักทรัพย์ มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ 158.38 วัน จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี 1.74 บริษัทและมีจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์เฉลี่ย 1.81 วัน

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่มีเพศต่างกัน

ข้อมูลพฤติกรรม	เพศ	t-test for Equality of Means			
		$\bar{x}$	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
ประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้า	ชาย	46.01	39.86	5.08*	0.000
มาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	หญิง	29.50	25.20		
มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์	ชาย	157,337.66	184,896.34	-0.24	0.811
โดยเฉลี่ย	หญิง	162,447.15	239,045.15		
จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครอง	ชาย	5.05	3.73	3.58*	0.000
โดยเฉลี่ย	หญิง	3.76	3.35		
ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์	ชาย	94.66	104.67	-3.50*	0.001
โดยประมาณ	หญิง	198.26	444.42		
จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิด	ชาย	1.81	0.92	1.22	0.224
บัญชี	หญิง	1.69	0.86		
จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขาย	ชาย	2.09	2.07	2.30*	0.022
หลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	หญิง	1.63	1.87		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 15 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามกับเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า

ประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 .000 .001 และ .022 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ

1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ พบว่าเพศชายจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มากกว่าเพศหญิง

2. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย พบว่าเพศชายมีจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองมากกว่าเพศหญิง

3. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ พบว่าเพศหญิงมีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์มากกว่าเพศชาย

4. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ พบว่าเพศชายเข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในห้องค้าหลักทรัพย์มากกว่าเพศหญิง

ส่วนด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย และด้านจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .811 และ .224 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่ไม่แตกต่างกันในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย และจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 อายุ ที่แตกต่างกัน มี ผลต่อ พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่มีอายุต่างกัน

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ระหว่างกลุ่ม	3	53,329.15	17,776.38	18.969*	0.000
	ภายในกลุ่ม	396	371,101.72	937.13		
	รวม	399	424,430.88			
มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3	121,465,548,432.96	40,488,516,144.32	0.839	0.473
	ภายในกลุ่ม	396	19,111,498,291,567.00	48,261,359,322.14		
	รวม	399	19,232,963,840,000.00			
จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3	438.28	146.09	12.569*	0.000
	ภายในกลุ่ม	396	4,602.68	11.62		
	รวม	399	5,040.96			
ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ระหว่างกลุ่ม	3	739,514.72	246,504.91	1.939	0.123
	ภายในกลุ่ม	396	50,343,439.03	127,129.90		
	รวม	399	51,082,953.75			
จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	3	17.26	5.75	7.737*	0.000
	ภายในกลุ่ม	392	291.43	0.74		
	รวม	395	308.69			
จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	3	46.13	15.38	4.097*	0.01
	ภายในกลุ่ม	392	1,471.29	3.75		
	รวม	395	1,517.41			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 16 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามกับอายุ โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบพบว่า ประสพการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ มีค่า $P_{orb.}$ เท่ากับ 0.000 0.000 0.000 และ 0.007 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันในเรื่องประสพการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยและระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณมีค่า $P_{orb.}$ เท่ากับ .473 และ .123 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่ไม่แตกต่างกันในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยและระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ กับอายุ

อายุ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	50 ปีขึ้นไป	
	$\bar{x}$	23.16	39.54	38.51	57.95
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	23.16	-16.38*	-15.35*	-34.78*	
		(0.000)	(0.000)	(0.000)	
31-40 ปี	39.54		1.03	-18.40*	
			(0.818)	(0.000)	
41-50 ปี	38.51			-19.43*	
				(0.000)	
50 ปีขึ้นไป	57.95				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05.

ผลจากตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ กับอายุ พบว่า นักลงทุนที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์น้อยกว่านักลงทุนที่มีอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไป 16.38 15.35 และ 34.78 เดือน ตามลำดับ

ส่วนนักลงทุนที่มีอายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์น้อยกว่านักลงทุนที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป 18.40 และ 19.43 เดือน ตามลำดับ

มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอายุ 41-50 ปี มีจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย น้อยกว่านักลงทุนที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปโดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.20 หลักทรัพย์

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี กับอายุ

อายุ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	50 ปีขึ้นไป
$\bar{x}$	1.61	1.58	1.92	2.14
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	1.61	0.03 (0.745)	-0.31* (0.010)	-0.53* (0.000)
31-40 ปี	1.58		-0.35* (0.006)	-0.57* (0.000)
41-50 ปี	1.92			-0.22 (0.146)
50 ปีขึ้นไป	2.14			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี กับอายุ พบว่า นักลงทุนที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอายุ 41-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอายุ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี น้อยกว่านักลงทุนที่มีอายุ 41-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไปโดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.31 และ 0.53 แห่ง ตามลำดับ

ส่วนนักลงทุนที่มีอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอายุ 41-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอายุ 31-40 มีจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี น้อยกว่านักลงทุนที่มีอายุ 41-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไปโดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.35 และ 0.57 แห่ง ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ กับอายุ

อายุ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	50 ปีขึ้นไป
$\bar{x}$	1.67	1.49	2.05	2.50
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	1.67	0.18 (0.467)	-0.38 (0.159)	-0.83* (0.007)
31-40 ปี	1.49		-0.56* (0.048)	-1.01* (0.001)
41-50 ปี	2.05			-0.45 (0.187)
50 ปีขึ้นไป	2.50			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ กับอายุ พบว่า นักลงทุนที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทาง

สถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ น้อยกว่านักลงทุนที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปโดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.83 วัน

ส่วนนักลงทุนที่มีอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอายุ 41-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอายุ 31-40 ปี มีจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ น้อยกว่านักลงทุนที่มีอายุ 41-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไปโดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.56 และ 1.01 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่มีสถานภาพต่างกัน

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ประสบการณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	47,231.89	23,615.95	24.856*	0
เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ภายในกลุ่ม	397	377,198.98	950.12		
	รวม	399	424,430.88			

ตาราง 21 (ต่อ)

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
มูลค่าการซื้อขาย	ระหว่างกลุ่ม	2	101,487,248,695.65	50,743,624,347.83	1.053	0.35
หลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ภายในกลุ่ม	397	19,131,476,591,304.40	48,190,117,358.45		
	รวม	399	19,232,963,840,000.00			
จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	2	33.68	16.84	1.335	0.264
	ภายในกลุ่ม	397	5,007.28	12.61		
	รวม	399	5,040.96			
ระยะเวลาถือครอง	ระหว่างกลุ่ม	2	599,587.99	299,794.00	2.358	0.096
หลักทรัพย์โดยประมาณ	ภายในกลุ่ม	397	50,483,365.76	127,162.13		
	รวม	399	51,082,953.75			
จำนวนบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	3	17.26	5.75	7.737*	0.00
หลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ภายในกลุ่ม	392	291.43	0.74		
	รวม	395	308.69			
จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	3	46.13	15.38	4.097*	0.01
	ภายในกลุ่ม	392	1,471.29	3.75		
	รวม	395	1,517.41			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 21 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามกับสถานภาพ โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบพบว่า พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย และระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .565 .350 .264 และ .096 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อ

พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่ไม่แตกต่างกันในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย และระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนพฤติกรรมในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .002 และ .000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี กับสถานภาพ

สถานภาพ	โสด	0.32	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	
	$\bar{x}$	1.60	1.92	1.90
โสด	1.60	-0.32*	-0.30	
		(0.001)	(0.144)	
สมรส /อยู่ด้วยกัน	1.92		0.020	
			(0.923)	
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	1.90			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี กับ

สถานการณ์ พบว่า นักลงทุนที่มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีสถานภาพโสด มีจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีน้อยกว่านักลงทุนที่มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน 0.32 แห่ง

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ กับสถานภาพ

สถานภาพ		โสด	สมรส / อยู่ ด้วยกัน	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่
	$\bar{x}$	1.28	2.56	2.10
โสด	1.28		-1.28* (0.000)	-0.82 (0.061)
สมรส / อยู่ด้วยกัน	2.56			0.46 (0.301)
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	2.10			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ กับสถานภาพ พบว่า นักลงทุนที่มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีสถานภาพโสด มีจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ น้อยกว่านักลงทุนที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน 1.28 วัน

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ระหว่างกลุ่ม	2	15,392.41	7,696.21	7.470*	0.001
	ภายในกลุ่ม					
		397	409,038.47	1,030.32		
	รวม	399	424,430.88			
มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	2	518,742,489,725.53	259,371,244,862.77	5.502*	0.004
	ภายในกลุ่ม	397	18,714,221,350,274.50	47,139,096,600.19		
	รวม	399	19,232,963,840,000.00			
จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	2	13.45	6.73	0.531	0.588
	ภายในกลุ่ม	397	5,027.51	12.66		
	รวม	399	5,040.96			
ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ระหว่างกลุ่ม	2	189,547.85	94,773.92	0.739	0.478
	ภายในกลุ่ม	397	50,893,405.90	128,194.98		
	รวม	399	51,082,953.75			

ตาราง 24 (ต่อ)

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
จำนวนบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	2	5.58	2.79	3.614*	0.028
หลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ภายในกลุ่ม	393	303.11	0.77		
	รวม	395	308.69			
จำนวนวันที่เข้ามา	ระหว่างกลุ่ม	2	24.06	12.03	3.166*	0.043
ซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ภายในกลุ่ม	393	1493.35	3.8		
	รวม	395	1,517.41			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามกับระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบพบว่า พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 .004 .028 และ .043 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนพฤติกรรมในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ โดยประมาณ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .588 และ .478 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา สูงสุด ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่ไม่แตกต่างกันในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ ซึ่ง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการ เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ กับ ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป
	$\bar{x}$	46.37	31.63	44.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	46.37		14.74* (0.004)	2.37 (0.689)
ปริญญาตรี	31.63			-12.38* (0.002)
ปริญญาตรีขึ้นไป	44.00			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยราย คู่ระหว่าง พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุน ในตลาดหลักทรัพย์ กับระดับการศึกษา พบว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรม ในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มากกว่านักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญา ตรี 14.74 เดือน

ส่วนนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไม่น้อยกว่านักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป 12.38 เดือน

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย กับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป
	$\bar{x}$	68,043.48	180,463.24	146,048.78
ต่ำกว่าปริญญาตรี	68,043.48	-		
			112,419.76*	-78,005.30
			(0.001)	(0.052)
ปริญญาตรี	180,463.24			34,414.45
				(0.209)
ปริญญาตรีขึ้นไป	146,048.78			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย กับระดับการศึกษา พบว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยมากกว่านักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี 112,419.76 บาท

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์
ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี กับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป
	$\bar{x}$	1.96	1.66	1.88
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.96		0.30* (0.033)	0.08 (0.628)
ปริญญาตรี	1.66			-0.22* (0.047)
ปริญญาตรีขึ้นไป	1.88			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี กับระดับการศึกษา พบว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรามีจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี มากกว่านักลงทุนที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรี 0.30 แห่ง

ส่วนนักลงทุนที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรามีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีระดับการศึกษापริญญาตรีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีระดับการศึกษापริญญาตรีน้อยกว่าจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีน้อยกว่านักลงทุนที่มีระดับการศึกษापริญญาตรีขึ้นไป 0.22 แห่ง

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์กับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป
	$\bar{x}$	2.39	1.81	1.49
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.39		0.59 (0.061)	0.90* (0.012)
ปริญญาตรี	1.81			0.32 (0.197)
ปริญญาตรีขึ้นไป	1.49			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ กับระดับการศึกษา พบว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ มากกว่านักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป 0.90 วัน

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน
ทั่วไปที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน
ทั่วไปที่แตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่มีอาชีพ
ต่างกัน

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ระหว่างกลุ่ม	3	24,902.34	8,300.78	8.227*	0.000
	ภายในกลุ่ม	396	399,528.54	1,008.91		
	รวม	399	424,430.88			
มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3	472,928,010,419.74	157,642,670,139.92	3.328*	0.002
	ภายในกลุ่ม	396	18,760,035,829,580.30	47,373,827,852.48		
	รวม	399	19,232,963,840,000.00			
จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3	319.43	106.48	8.930*	0.000
	ภายในกลุ่ม	396	4,721.53	11.92		
	รวม	399	5,040.96			
ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ระหว่างกลุ่ม	3	1,859,842.92	619,947.64	4.987*	0.020
	ภายในกลุ่ม	396	49,223,110.83	124,300.78		
	รวม	399	51,082,953.75			

ตาราง 29 (ต่อ)

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
จำนวนบริษัท หลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	3	19.46	6.49	8.792*	0.000
	ภายในกลุ่ม					
	รวม	395	308.69			
จำนวนวันที่เข้ามา ซื้อขายหลักทรัพย์	ระหว่างกลุ่ม	3	50.7	16.9	4.516*	0.004
	ภายในกลุ่ม	392	1,466.72	3.74		
ใน 1 สัปดาห์						
	รวม	395	1,517.41			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 29 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามกับอาชีพ โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบพบว่า พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 .009 .003 .001 .000 และ .001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ กับอาชีพ

อาชีพ		พนักงาน บริษัท	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ)
	$\bar{x}$	31.30	47.35	34.25
พนักงานบริษัท	31.30		-16.04*	-2.95
			(0.000)	(0.546)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	47.35			13.10*
				(0.016)
อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และ พนักงานรัฐวิสาหกิจ)	34.25			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ กับอาชีพ พบว่า นักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีพฤติกรรมในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ น้อยกว่านักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว 16.04 เดือน

ส่วนนักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีพฤติกรรมในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอาชีพอื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มากกว่านักลงทุนที่มีอาชีพอื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) 13.10 เดือน

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย กับอาชีพ

อาชีพ	พนักงานบริษัท	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ)	
	$\bar{x}$	180,909.84	153,076.92	79,423.08
พนักงานบริษัท	180,909.84	27,832.91 (0.275)	101,486.76* (0.002)	
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	153,076.92		73,653.85* (0.047)	
อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ)	79,423.08			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย กับอาชีพ พบว่า นักลงทุนที่มีอาชีพอื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) มีพฤติกรรมในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) มีมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย น้อยกว่านักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว 101,486.76 และ 73,653.85 บาท ตามลำดับ

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย กับอาชีพ

อาชีพ		พนักงาน บริษัท	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ)
	$\bar{x}$	3.87	4.48	5.65
พนักงานบริษัท	3.87		-0.61 (0.138)	-1.78* (0.001)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.48			-1.17* (0.050)
อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และ พนักงานรัฐวิสาหกิจ)	5.65			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย กับอาชีพ พบว่า นักลงทุนที่มีอาชีพอื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอาชีพอื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) มีจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย น้อยกว่านักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว 1.78 และ 1.17 หลักทรัพย์ ตามลำดับ

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ กับอาชีพ

อาชีพ	พนักงาน บริษัท	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ)	
	$\bar{x}$	212.42	79.62	62.31
พนักงานบริษัท	212.42	132.80*	150.11*	
		(0.001)	(0.006)	
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	79.62		17.31	
			(0.772)	
อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และ พนักงานรัฐวิสาหกิจ)	62.31			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณกับอาชีพ พบว่า นักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ มากกว่านักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) 132.80 และ 150.11 วัน ตามลำดับ

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี กับอาชีพ

อาชีพ	พนักงานบริษัท	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ)	
	$\bar{x}$	1.59	2.08	1.73
พนักงานบริษัท	1.59	-0.49*	-0.14	
		(0.000)	(0.292)	
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.08		0.35*	
			(0.018)	
อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ)	1.73			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี กับอาชีพ พบว่า นักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีน้อยกว่านักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว 0.49 แห่ง

ส่วนนักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอาชีพอื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีมากกว่านักลงทุนที่มีอาชีพ(อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) 0.35 แห่ง

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ กับอาชีพ

อาชีพ	พนักงาน บริษัท	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ)	
	$\bar{x}$	1.53	2.19	2.35
พนักงานบริษัท	1.53	-0.67*	-0.82*	
		(0.003)	(0.006)	
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.19		-0.15	
			(0.640)	
อื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และ พนักงานรัฐวิสาหกิจ)	2.35			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 35 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ กับอาชีพ พบว่า นักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ น้อยกว่านักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ (อาทิ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ) 0.67 และ 0.82 วัน ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่ไม่แตกต่างกัน

H₁: รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของ นักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

ตาราง 36 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่มีรายได้ต่อ เดือนต่างกัน

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ระหว่างกลุ่ม	3	45,598.90	15,199.63	15.888*	0.000
	ภายในกลุ่ม	396	378,831.98	956.65		
	รวม	399	424,430.88			
มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3	600,260,432,637.06	200,086,810,879.02	4.252*	0.006
	ภายในกลุ่ม	396	18,632,703,407,362.90	47,052,281,331.72		
	รวม	399	19,232,963,840,000.00			
จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3	125.92	41.97	3.382*	0.018
	ภายในกลุ่ม	396	4,915.04	12.41		
	รวม	399	5,040.96			
ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ระหว่างกลุ่ม	3	677,719.16	225,906.39	1.775	0.151
	ภายในกลุ่ม	396	50,405,234.59	127,285.95		
	รวม	399	51,082,953.75			
จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	3	15.90	5.30	7.094*	0.000
	ภายในกลุ่ม	392	292.79	0.75		
	รวม	395	308.69			
จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	3	19.83	6.61	1.730	0.160
	ภายในกลุ่ม	392	1,497.59	3.82		
	รวม	395	1,517.41			

ผลจากตาราง 36 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามกับรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบพบว่า พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย และจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 .006 .018 และ .000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย และจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .151 และ .160 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 37 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ กับ รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป
	$\bar{x}$	20.78	33.90	35.60	49.70
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	20.78		-13.12* (0.005)	-14.82* (0.001)	-28.92* (0.000)
15,001-25,000 บาท	33.90			-1.70 (0.713)	-15.80* (0.000)
25,001-35,000 บาท	35.60				-14.10* (0.001)
มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป	49.70				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ กับรายได้ต่อเดือน พบว่า นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท 25,001-35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์น้อยกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท 25,001-35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป 13.13 14.82 และ 28.92 เดือนตามลำดับ ส่วนนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-

25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 115,001-25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท 15.80 และ 14.10 เดือน ตามลำดับ

ตาราง 38 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย กับรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป
	$\bar{x}$	187,836.73	116,250.00	120,235.29	201,833.33
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	187,836.73		71,586.73*	67,601.44*	-13,996.60
			(0.029)	(0.028)	(0.636)
15,001-25,000 บาท	116,250.00			-3,985.29	-85,583.33*
				(0.902)	(0.007)
25,001-35,000 บาท	120,235.29				-81,598.04*
					(0.005)
มากกว่า 35,000 บาท	201,833.33				
ขึ้นไป					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย กับรายได้ต่อเดือน พบว่า นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยมากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท 71,586.73 และ 67,601.44 บาท ตามลำดับ ส่วนนัก

ลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไปมีพฤติกรรมในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป มีมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยมากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท 85,583.33 และ 81,598.04 บาท ตามลำดับ

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย กับรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.94	4.83	3.51	4.78
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.94		-0.89 (0.096)	0.43 (0.390)	-0.84 (0.079)
15,001-25,000 บาท	4.83			1.32* (0.013)	0.04 (0.935)
25,001-35,000 บาท	3.51				-1.27* (0.008)
มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป	4.78				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 39 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย กับรายได้ต่อเดือน พบว่า นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวน

หลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ยแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ยมากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท 1.32 หลักทรัพย์ ส่วนนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ยแตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ยน้อยกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป 1.27 หลักทรัพย์

ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี กับรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป
	$\bar{x}$	1.69	1.37	1.82	1.93
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	1.69		0.33* (0.014)	-0.13 (0.290)	-0.24* (0.043)
15,001-25,000 บาท	1.37			-0.46* (0.001)	-0.56* (0.000)
25,001-35,000 บาท	1.82				-0.11 0.346
มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป	1.93				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 40 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีกับรายได้ต่อเดือน พบว่า นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,001 บาท มีพฤติกรรมในเรื่อง

จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,001 บาท มีจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี มากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท 0.33 แห่งและน้อยกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป 0.24 แห่งตามลำดับ ส่วนนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีน้อยกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท 0.33 แห่งและน้อยกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท ขึ้นไป 0.46 และ 0.56 แห่ง ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน

ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ต่างกัน

ข้อมูลพฤติกรรม	ความรู้ ความเข้าใจ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้า	มาก	37.20	34.34	3.095*	398	0.002
มาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	น้อย	27.97	17.77			
มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์	มาก	158,134.50	226,239.28	-0.518	398	0.604
โดยเฉลี่ย	น้อย	174,310.34	176,026.93			

ตาราง 41 (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรม	ความรู้ ความเข้าใจ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครอง โดยเฉลี่ย	มาก	4.37	3.71	1.484	398	0.139
	น้อย	3.62	2.39			
ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ โดยประมาณ	มาก	163.66	383.53	0.717	398	0.474
	น้อย	127.21	122.68			
จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่ เปิดบัญชี	มาก	1.73	0.86	-0.198	394	0.843
	น้อย	1.76	1.01			
จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขาย หลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	มาก	1.73	1.96	-2.006*	394	0.049
	น้อย	2.30	1.92			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 41 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่ตอบแบบสอบถามกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า

มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .604 .139 .474 และ .843 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนประสมการเกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .002 และ .049 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรม

การตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ จะมีประสบการณ์ในการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และมีจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในหนึ่งสัปดาห์หลักทรัพย์สม่ำเสมอ

สมมติฐานที่ 3 ทักษะคตินักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

สมมติฐานที่ 3.1 ทักษะคตินักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทักษะคตินักลงทุนทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

H_1 : ทักษะคตินักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

ตาราง 42 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

ข้อมูลทัศนคติ	n	ประสบการณ์เกี่ยวกับการ ระดับความสัมพันธ์		
		เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์		
		r	Sig. (2-tailed)	
ด้านภาพพจน์				
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ				
ของบริษัทหลักทรัพย์	400	0.027	0.592	ไม่สัมพันธ์
2. ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ	400	0.099*	0.049	ระดับต่ำ

ตาราง 42 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	ประสบการณ์เกี่ยวกับการ		ระดับความสัมพันธ์
		เข้ามาลงทุนในตลาด		
		หลักทรัพย์		
		r	Sig. (2-tailed)	
3. ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัท	400	0.083	0.098	ไม่สัมพันธ์
4. ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่	400	0.047	0.349	ไม่สัมพันธ์
5. ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหาร	400	0.024	0.629	ไม่สัมพันธ์
6. ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท	400	0.041	0.415	ไม่สัมพันธ์
ด้านการให้บริการ				
7. การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และ ในห้องค้าหลักทรัพย์	400	0.07	0.162	ไม่สัมพันธ์
8. การบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	400	-0.022	0.654	ไม่สัมพันธ์
9. มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	400	-0.061	0.227	ไม่สัมพันธ์
10. วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	380	-0.07	0.173	ไม่สัมพันธ์
11. การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร, งานวิจัยและงานวิเคราะห์	400	0.012	0.813	ไม่สัมพันธ์
12. การบริการหลังการขายหลักทรัพย์	400	0.07	0.162	ไม่สัมพันธ์
13. ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อ เวลาในการชำระราคาซื้อขาย	400	0.115*	0.021	ระดับต่ำ
ด้านเทคโนโลยี				
14. ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บ ข้อมูลลูกค้า	400	0.055	0.270	ไม่สัมพันธ์
15. มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	400	0.068	0.176	ไม่สัมพันธ์

ตาราง 42 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	ประสบการณ์เกี่ยวกับการ เข้ามาลงทุนในตลาด หลักทรัพย์		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
16. ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน	400	0.103*	0.040	ระดับต่ำ
17. ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด	400	0.086	0.087	ไม่สัมพันธ์
ด้านพนักงาน				
18. ความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน	400	0.025	0.619	ไม่สัมพันธ์
19. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	400	0.057	0.255	ไม่สัมพันธ์
20. การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน	394	-0.008	0.881	ไม่สัมพันธ์
21. ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	400	0.017	0.737	ไม่สัมพันธ์
22. การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ	400	0.013	0.803	ไม่สัมพันธ์
23. ความเอาใจใส่ของพนักงาน	400	-0.019	0.698	ไม่สัมพันธ์
ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ				
24. มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้น	400	0.061	0.224	ไม่สัมพันธ์
25. ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ	400	0.078	0.122	ไม่สัมพันธ์
26. สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	400	-0.011	0.826	ไม่สัมพันธ์
27. ความโอ่โถง / กว้างขวางของสถานที่	400	0.044	0.378	ไม่สัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 42 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์

เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) โดยจำแนกเป็นรายชื่อได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.592 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักลงทุนมีทัศนคติด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.099 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ นักลงทุนมีทัศนคติด้านความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ดี ดังนั้นนักลงทุนจะแนวโน้มเข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์สม่ำเสมอและจะใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์นั้นๆ เป็นระยะเวลานานหรือมีประสบการณ์ในการเข้ามาใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เป็นอย่างดี

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.098 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของนักลงทุนด้านฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.349 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.629 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.415 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

7. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนงค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.162 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนงค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์

ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

8. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.654 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

9. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.227 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

10. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.173 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

11. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร, งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.813 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุน

ด้านการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

12. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.162 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

13. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.115 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

14. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.270 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

15. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.176 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

16. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.103 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

17. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.087 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

18. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation

Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.619 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

19. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.255 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

20. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.881 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

21. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.737 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

22. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment

Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.803 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

23. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเอาใจใส่ของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.698 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความเอาใจใส่ของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

24. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.224 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

25. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.122 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความสะดวกเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

26. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การ

ทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.826 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

27. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความโอ้โง่ / กว้างของสถานที่ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.378 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความโอ้โง่ / กว้างขวางของสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

สมมติฐานที่ 3.2 ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

H_1 : ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

ตาราง 43 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

ข้อมูลทัศนคติ	n	มูลค่าการซื้อขาย หลักทรัพย์โดยเฉลี่ย		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
ด้านภาพพจน์				
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของบริษัทหลักทรัพย์	400	0.027	0.592	ไม่สัมพันธ์
2. ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ	400	0.099*	0.048	ระดับต่ำ
3. ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัท	400	0.107*	0.032	ระดับต่ำ
4. ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่	400	0.163*	0.001	ระดับต่ำ
5. ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหาร	400	0.072	0.149	ไม่สัมพันธ์
6. ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท	400	0.037	0.462	ไม่สัมพันธ์
ด้านการให้บริการ				
7. การบริการรับคำสั่งซื้อขาย หุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์	400	0.058	0.248	ไม่สัมพันธ์
8. การบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	400	-0.112*	0.025	ระดับต่ำ
9. มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	400	-0.014	0.773	ไม่สัมพันธ์
10. วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	380	-0.043	0.406	ไม่สัมพันธ์
11. การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร, งานวิจัยและงานวิเคราะห์	400	-0.019	0.703	ไม่สัมพันธ์
12. การบริการหลังการขายหลักทรัพย์	400	0.127*	0.011	ระดับต่ำ
13. ความถูกต้องของจำนวนเงินและ ความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย	400	0.007	0.886	ไม่สัมพันธ์

ตาราง 43 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	มูลค่าการซื้อขาย หลักทรัพย์โดยเฉลี่ย		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
ด้านเทคโนโลยี				
14. ความปลื้มกัยของเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลลูกค้า	400	0.085	0.091	ไม่สัมพันธ์
15. มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	400	0.173*	0.001	ระดับต่ำ
16. ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน	400	0.122*	0.015	ระดับต่ำ
17. ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด	400	0.179*	0.000	ระดับต่ำ
ด้านพนักงาน				
18. ความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน	400	0.176*	0.000	ระดับต่ำ
19. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	400	0.148*	0.003	ระดับต่ำ
20. การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน	394	0.161*	0.001	ระดับต่ำ
21. ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	400	0.196*	0.000	ระดับต่ำ
22. การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ	400	0.140*	0.005	ระดับต่ำ
23. ความเอาใจใส่ของพนักงาน	400	0.210*	0.000	ระดับต่ำ
ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ				
24. มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้น	400	0.237*	0.000	ระดับต่ำ

ตาราง 43 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	มูลค่าการซื้อขาย หลักทรัพย์โดยเฉลี่ย		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
25. ความสะอาดเรียบร้อยของ				
สถานที่ให้บริการ	400	0.188*	0.000	ระดับต่ำ
26. สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	400	0.023	0.649	ไม่สัมพันธ์
27. ความโอโงะ / กว้างขวาง				
ของสถานที่	400	0.129*	0.01	ระดับต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 43 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) พบว่า

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.108 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การ

ทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.099 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.107 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับเรื่องฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.163 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์

จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.149 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับเรื่องความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารของบริษัทหลักทรัพย์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.462 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทหลักทรัพย์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

7. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.248 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการเกี่ยวกับเรื่องการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

8. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก

(H₀) ยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.112 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านการบริการเกี่ยวกับเรื่องการให้บริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

9. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.773 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับเรื่องการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

10. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.406 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านเกี่ยวกับการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

11. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.703 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านการบริการเกี่ยวกับเรื่องข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

12. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.127 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

13. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.886 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับเรื่องความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

14. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.091 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

15. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson

Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.173 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

16. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.122 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

17. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบซื้อขายหยุดทำการบอยเพียงใด กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบซื้อขายหยุดทำการบอย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.179 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้าน

เทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบซื้อขายหยุดทำการบอยเพียงใด จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

18. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะการสื่อสารของพนักงานด้านพนักงานเกี่ยวกับความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.176 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะการสื่อสารของพนักงานด้านพนักงานความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

19. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะการสื่อสารของพนักงานด้านพนักงานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.148 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะการสื่อสารของพนักงานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

20. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะการสื่อสารของพนักงานด้านพนักงานเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดย

เฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.161 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศณคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

21. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศณคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.196 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศณคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

22. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศณคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.140 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศณคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

23. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเอาใจใส่ของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความเอาใจใส่ของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.210 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความเอาใจใส่ของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

24. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.237 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อให้บริการ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

25. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกสบายเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสะดวกสบายเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.188 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสะดวกสบายเรียบร้อยของสถานที่

ให้บริการ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

26. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.649 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย

27. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความโอเื่อง / กว้างของสถานที่ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความโอเื่อง / กว้างของสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.129 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความโอเื่อง/กว้างของสถานที่ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 3.3 ทศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติของนักลงทุนทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

H_1 : ทศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

ตาราง 44 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

ข้อมูลทัศนคติ	n	จำนวนหลักทรัพย์ที่ ถือครองโดยเฉลี่ย		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
ด้านภาพพจน์				
1. ชื่อเสียงและความ น่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์	400	-0.07	0.164	ไม่สัมพันธ์
2. ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ	400	-0.047	0.347	ไม่สัมพันธ์
3. ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัท	400	0.078	0.119	ไม่สัมพันธ์
4. ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่	400	-0.143*	0.004	ระดับต่ำ
5. ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหาร	400	-0.07	0.162	ไม่สัมพันธ์
6. ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท	400	-0.037	0.464	ไม่สัมพันธ์
ด้านการให้บริการ				
7. การบริการรับคำสั่งซื้อขาย หุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักลงทุน	400	-0.095	0.058	ไม่สัมพันธ์
8. การบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	400	-0.072	0.149	ไม่สัมพันธ์
9. มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	400	0.007	0.896	ไม่สัมพันธ์
10. วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	380	-0.009	0.855	ไม่สัมพันธ์
11. การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร, งานวิจัยและงานวิเคราะห์	400	-0.126*	0.012	ระดับต่ำ
12. การบริการหลังการขายหลักทรัพย์	400	-0.120*	0.016	ระดับต่ำ
13. ความถูกต้องของจำนวนเงินและ ความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย	400	-0.119*	0.018	ระดับต่ำ

ตาราง 44 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	จำนวนหลักทวิพจน์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
ด้านเทคโนโลยี				
14. ความปลอดภัยของเทคโนโลยี				
ในการเก็บข้อมูลลูกค้า	400	-0.186*	0.000	ระดับต่ำ
15. มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆที่ทันสมัยเพียงพอ				
ต่อความต้องการของลูกค้า	400	-0.068	0.178	ไม่สัมพันธ์
16. ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน	400	-0.063	0.208	ไม่สัมพันธ์
17. ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด	400	-0.074	0.137	ไม่สัมพันธ์
ด้านพนักงาน				
18. ความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน	400	-0.131*	0.009	ระดับต่ำ
19. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	400	-0.054	0.281	ไม่สัมพันธ์
20. การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน	394	-0.115*	0.023	ระดับต่ำ
21. ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	400	-0.081	0.104	ไม่สัมพันธ์
22. การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขาย	400	-0.143*	0.004	ระดับต่ำ
23. ความเอาใจใส่ของพนักงาน	400	-0.097	0.053	ไม่สัมพันธ์
ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ				
24. มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ				
เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้น	400	-0.124*	0.013	ระดับต่ำ
25. ความสะอาดเรียบร้อยของ				
สถานที่ให้บริการ ของสถานที่	400	-0.123*	0.014	ระดับต่ำ

ตาราง 44 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	จำนวนหลักทรัพย์ที่ ถือครองโดยเฉลี่ย		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
26. สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	400	-0.031	0.537	ไม่สัมพันธ์
27. ความโอโง / กว้างขวาง ของสถานที่	400	-0.166*	0.001	ระดับต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 44 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) พบว่า

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.164 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.347 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยการใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.119 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยการใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.143 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หักศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยการใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.162 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า หักศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับเรื่องความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยการใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.464 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

7. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.058 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการเกี่ยวกับเรื่องการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

8. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.149 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

9. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.896 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับเรื่องการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

10. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.855 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านเกี่ยวกับเรื่องการเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

11. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านการบริการเกี่ยวกับเรื่องข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.126 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

12. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่อง จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.120 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

13. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครอง

โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับเรื่องความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.119 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

14. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.186 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

15. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.178 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

16. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.208 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

17. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.137 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

18. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.131 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านพนักงานความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

19. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.281 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ของพนักงาน

ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

20. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.115 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

21. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.104 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

22. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.143 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้อง

แม่นยำ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่อง จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

23. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเอาใจใส่ของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.053 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับ ความเอาใจใส่ของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย

24. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.124 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อให้บริการ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

25. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกสบายของสถานที่ให้บริการ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสะดวกสบายของสถานที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.123 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ

ทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ จะมีพฤติกรรม การซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

26. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน กับพฤติกรรมการซื้อขาย หลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติ สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.537 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติ ฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ ถือครองโดยเฉลี่ย

27. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความโอโง่ / กว้างของสถานที่ กับพฤติกรรมการซื้อขาย หลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าสถิติ สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความโอโง่ / กว้างของสถานที่ที่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดย เฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.166 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทัศนคติของนักลงทุน ด้านพนักงานเกี่ยวกับความโอโง่/กว้างของสถานที่ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนใน เรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 3.4 ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์ในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์ในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

H_1 : ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์ในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

ตาราง 45 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ โดยประมาณ

ข้อมูลทัศนคติ	n	ระยะเวลาถือครอง		ระดับความสัมพันธ์
		หลักทรัพย์โดยประมาณ		
		r	Sig. (2-tailed)	
ด้านภาพพจน์				
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์	400	-0.02	0.692	ไม่สัมพันธ์
2. ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ	400	0.066	0.185	ไม่สัมพันธ์
3. สถานะการเงินและความมั่นคงของบริษัท	400	0.016	0.757	ไม่สัมพันธ์
4. ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่	400	0.052	0.296	ไม่สัมพันธ์
5. ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหาร	400	0.044	0.375	ไม่สัมพันธ์
6. ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท	400	-0.011	0.828	ไม่สัมพันธ์
ด้านการให้บริการ				
7. การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์	400	-0.06	0.232	ไม่สัมพันธ์
8. การบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	400	-0.029	0.568	ไม่สัมพันธ์
9. มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	400	-0.028	0.574	ไม่สัมพันธ์
10. วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	380	-0.016	0.75	ไม่สัมพันธ์
11. การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร, งานวิจัยและงานวิเคราะห์	400	0.065	0.194	ไม่สัมพันธ์
12. การบริการหลังการขายหลักทรัพย์	400	0.020	0.684	ไม่สัมพันธ์

ตาราง 45 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	ระยะเวลาถือครอง หลักทรัพย์โดยประมาณ		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
13. ความถูกต้องของจำนวนเงินและ				
ความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย	400	0.087	0.082	ไม่สัมพันธ์
ด้านเทคโนโลยี				
14. ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บ				
ข้อมูลลูกค้า	400	0.027	0.590	ไม่สัมพันธ์
15. มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์	400	-0.028	0.576	ไม่สัมพันธ์
ต่างๆที่ทันสมัยเพียงพอ				
16. ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน	400	-0.023	0.641	ไม่สัมพันธ์
17. ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด	400	-0.047	0.347	ไม่สัมพันธ์
ด้านพนักงาน				
18. ความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน	400	0.019	0.703	ไม่สัมพันธ์
19. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	400	0.072	0.149	ไม่สัมพันธ์
20. การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน	394	0.062	0.22	ไม่สัมพันธ์
21. ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	400	0.07	0.162	ไม่สัมพันธ์
22. การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้อง	400	0.043	0.386	ไม่สัมพันธ์
แม่นยำ				
23. ความเอาใจใส่ของพนักงาน	400	-0.016	0.753	ไม่สัมพันธ์
24. มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ				
เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้น	400	-0.029	0.569	ไม่สัมพันธ์

ตาราง 45 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	ระยะเวลาถือครอง หลักทรัพย์โดยประมาณ		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
25. ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ	400	-0.017	0.735	ไม่สัมพันธ์
26. สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	400	-0.045	0.374	ไม่สัมพันธ์
27. ความโอเอียง / กว้างขวางของสถานที่	400	-0.03	0.553	ไม่สัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 45 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) พบว่า

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.692 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของนักลงทุนด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.185 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก

(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.757 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.296 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.375 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.828 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมา

มาของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

7. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.232 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

8. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.568 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

9. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.574 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

10. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.750 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ

ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

11. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.194 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

12. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.684 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

13. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.082 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

14. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้ากับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation

Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.590 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

15. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.576 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

16. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.641 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

17. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.347 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

18. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มี

ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.703 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

19. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.149 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

20. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.220 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

21. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.162 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

22. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation

Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.386 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

23. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเข้าใจของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.753 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความเข้าใจของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

24. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.569 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

25. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกสบายเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.735 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความสะดวกสบายเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

26. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า

Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.374 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

27. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความโอ้โง่ / กว้างของสถานที่ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณโดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.553 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความโอ้โง่ / กว้างขวางของสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ

สมมติฐานที่ 3.5 ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

H_1 : ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

ตาราง 46 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

ข้อมูลทัศนคติ	n	จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ ที่เปิดบัญชี		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
ด้านภาพพจน์				
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์	396	0.107*	0.033	ระดับต่ำ
2. ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ	396	0.201	0.000	ระดับต่ำ
3. ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัท	396	0.083	0.100	ไม่สัมพันธ์
4. ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่	396	0.094	0.060	ไม่สัมพันธ์
5. ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหาร	396	0.103*	0.040	ระดับต่ำ
6. ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท	396	0.127*	0.012	ระดับต่ำ
ด้านการให้บริการ				
7. การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนงค้าหลักทรัพย์	396	0.117*	0.020	ระดับต่ำ
8. การบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	396	0.087	0.083	ไม่สัมพันธ์
9. มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	396	0.094	0.061	ไม่สัมพันธ์
10. วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	376	0.074	0.155	ไม่สัมพันธ์
11. การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร, งานวิจัยและงานวิเคราะห์	396	-0.01	0.839	ไม่สัมพันธ์
12. การบริการหลังการขายหลักทรัพย์	396	0.136*	0.007	ระดับต่ำ

ตาราง 46 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ ที่เปิดบัญชี		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
13. ความถูกต้องของจำนวนเงินและ				
ความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย	396	0.11*	0.029	ระดับต่ำ
ด้านเทคโนโลยี				
14. ความปลอดภัยของเทคโนโลยี				
ในการเก็บข้อมูลลูกค้า	396	0.101*	0.044	ระดับต่ำ
15. มีสิ่งอำนวยความสะดวกและ				
อุปกรณ์ต่างๆที่ทันสมัยเพียงพอ				
ต่อความต้องการของลูกค้า	396	0.189*	0.000	ระดับต่ำ
ด้านพนักงาน				
16. ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน	396	0.138*	0.006	ระดับต่ำ
17. ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด	396	0.105*	0.037	ระดับต่ำ
18. ความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน	396	0.224*	0.000	ระดับต่ำ
19. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	396	0.189*	0.000	ระดับต่ำ
20. การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน	390	0.118*	0.020	ระดับต่ำ
21. ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	396	0.202*	0.000	ระดับต่ำ
22. การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขาย				
ถูกต้องแม่นยำ	396	0.122*	0.015	ระดับต่ำ
23. ความเข้าใจใส่ของพนักงาน	396	0.206*	0.000	ระดับต่ำ
ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ				
24. มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ				
เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้น	396	0.187*	0.000	ระดับต่ำ

ตาราง 46 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ ที่เปิดบัญชี		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
25. ความสะอาดเรียบร้อยของ สถานที่ให้บริการ	396	0.211*	0.000	ระดับต่ำ
26. สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	396	0.031	0.539	ไม่สัมพันธ์
27. ความโอ้โง่ / กว้างขวาง ของสถานที่	396	0.124*	0.013	ระดับต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 46 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) พบว่า

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีโดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของนักลงทุนด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.107 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติของนักลงทุนด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีโดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.201 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีโดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.100 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.060 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีโดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติ

ฐานรอง (H1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.103 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีโดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท

หลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.127 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทหลักทรัพย์จะมีพฤติกรรมซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

7. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในช่องทางหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในช่องทางหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.117 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในช่องทางหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์จะมี

พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

8. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.083 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับการบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

9. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีกาให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีโดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.061 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

10. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.155 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

11. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.839 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการ

เกี่ยวกับการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

12. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศณคติของนักลงทุนด้านการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.136 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศณคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

13. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.110 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศณคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

14. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้ากับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับ

สมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.101 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

15. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิด โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.189 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับความปลอดภัยของเทคโนโลยีในเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

16. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.138 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีในเรื่องระบบการซื้อขายเข้าใจง่าย

ไม่ซับซ้อน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

17. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.105 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านเทคโนโลยีในเรื่องระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

18. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.224 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานในเรื่องความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

19. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.189 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านพนักงานในเรื่องความซื่อสัตย์ของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

20. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.118 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านพนักงานในเรื่องการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

21. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.202 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านพนักงานในเรื่องความน่าเชื่อถือของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

22. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ

ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศณคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.122 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศณคติของนักลงทุนด้านพนักงานในเรื่องการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

23. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเอาใจใส่ของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศณคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความเอาใจใส่ของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.206 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศณคติของนักลงทุนด้านพนักงานในเรื่องความเอาใจใส่ของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

24. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศณคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.187 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศณคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ ในเรื่องความสะดวกในการติดต่อให้บริการ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

25. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.187 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศในเรื่องความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

26. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.539 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

27. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความโอ้อวด / กว้างของสถานที่ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความโอ้อวด / กว้างขวางของสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.124 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศในเรื่องความโอ้อวด / กว้างของสถานที่ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 3.6 ทศนคติของนักลงทุนทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติของนักลงทุนทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

H_a : ทศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

ตาราง 47 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

ข้อมูลทัศนคติ	n	จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขาย หลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
ด้านภาพพจน์				
1. ชื่อเสียงและความ				
น่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์	396	-0.051	0.312	ไม่สัมพันธ์
2. ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ	396	-0.078	0.119	ไม่สัมพันธ์
3. ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัท	396	-0.095	0.059	ไม่สัมพันธ์
4. ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่	396	-0.061	0.224	ไม่สัมพันธ์
5. ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหาร	396	-0.093	0.063	ไม่สัมพันธ์
6. ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมา				
ของบริษัท	396	-0.078	0.123	ไม่สัมพันธ์
7. การบริการรับคำสั่งซื้อขาย				
หุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์	396	-0.172*	0.001	ระดับต่ำ

ตาราง 47 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขาย หลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
8. การบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	396	-0.202*	0.000	ระดับต่ำ
9. มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	396	-0.146*	0.004	ระดับต่ำ
10. วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	376	-0.198*	0.000	ระดับต่ำ
11. การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร, งานวิจัยและงานวิเคราะห์	396	-0.258*	0.000	ระดับต่ำ
12. การบริการหลังการขายหลักทรัพย์	396	-0.161*	0.001	ระดับต่ำ
13. ความถูกต้องของจำนวนเงินและ ความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย	396	-0.254*	0.000	ระดับต่ำ
ต่อความต้องการของลูกค้า	396	-0.052	0.305	ไม่สัมพันธ์
ด้านเทคโนโลยี				
14. ความปลอดภัยของเทคโนโลยี ในการเก็บข้อมูลลูกค้า	396	-0.231*	0.000	ระดับต่ำ
15. มีสิ่งอำนวยความสะดวกและ อุปกรณ์ต่างๆที่ทันสมัยเพียงพอ ต่อความต้องการของลูกค้า	396	-0.052	0.305	ไม่สัมพันธ์
16. ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน	396	-0.09	0.072	ไม่สัมพันธ์
17. ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด	396	-0.135*	0.007	ระดับต่ำ
ด้านพนักงาน				
18. ความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน	396	-0.083	0.099	ไม่สัมพันธ์
19. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	396	-0.170*	0.001	ระดับต่ำ
20. การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน	390	-0.189*	0.000	ระดับต่ำ

ตาราง 47 (ต่อ)

ข้อมูลทัศนคติ	n	จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขาย หลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
21. ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	396	-0.141*	0.005	ระดับต่ำ
22. การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขาย ถูกต้องแม่นยำ	396	-0.154*	0.002	ระดับต่ำ
23. ความเอาใจใส่ของพนักงาน	396	-0.133*	0.008	ระดับต่ำ
ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ				
24. มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้น	396	-0.038	0.449	ไม่สัมพันธ์
25. ความสะอาดเรียบร้อยของ สถานที่ให้บริการ	396	-0.08	0.111	ไม่สัมพันธ์
26. สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	396	-0.132*	0.009	ระดับต่ำ
27. ความโอเอียง / กว้างขวางของสถานที่	396	-0.110*	0.029	ระดับต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 47 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) พบว่า

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยการใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.312 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของนักลงทุนด้านชื่อเสียงและความ

นำเชื่อดือของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.119 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.059 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.224 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์ กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.063 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับ

ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารของบริษัทหลักทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.123 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

7. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.172 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับการบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

8. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับการบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.202 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทิศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับการบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

9. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทิศนคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.146 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทิศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

10. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทิศนคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.198 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทิศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับการมีวงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

11. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการเกี่ยวกับการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.258 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์เกี่ยวกับการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

12. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.161 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือทัศนคติของนักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับการบริการหลังการขายหลักทรัพย์ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

13. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าความถูกต้องของจำนวนเงินและ

ความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.254 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านการให้บริการเกี่ยวกับความต้องการของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

14. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้ากับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.231 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

15. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.305 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

16. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.072 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

17. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.135 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคตินักลงทุนด้านเทคโนโลยีในเรื่องระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

18. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.099 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

19. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคตินักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ

0.170 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานในเรื่องความซื่อสัตย์ของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

20. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.189 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานในเรื่องการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

21. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.141 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานในเรื่องความน่าเชื่อถือของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

22. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก

(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.154 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานในเรื่องการปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

23. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเอาใจใส่ของพนักงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานเกี่ยวกับความเอาใจใส่ของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.133 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงานในเรื่องความเอาใจใส่ของพนักงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

24. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.449 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

25. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกสบายของสถานที่ให้บริการ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.111 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)

และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความสะดวกสบายของสถานที่ให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

26. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.132 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

27. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความโอ้โง่ / กว้างของสถานที่ กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศเกี่ยวกับความโอ้โง่ / กว้างขวางของสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.110 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทศนคติของนักลงทุนด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศในเรื่องความโอ้โง่ / กว้างของสถานที่ จะมีพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 4 ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักของนักลงทุนทั่วไป

สมมติฐานที่ 4.1 ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักของนักลงทุนทั่วไปในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

H_0 : ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักของนักลงทุนทั่วไปในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

H_a : ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักของนักลงทุนทั่วไปในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

ตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน กับ พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

ข้อมูลพฤติกรรม	n	ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่		ระดับความสัมพันธ์
		r	Sig. (2-tailed)	
ประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	400	0.061	0.224	ไม่มีความสัมพันธ์
มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	400	0.052	0.299	ไม่มีความสัมพันธ์
จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	400	-0.098	0.051	ไม่มีความสัมพันธ์
ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	400	0.052	0.300	ไม่มีความสัมพันธ์
จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	396	-0.092	0.069	ไม่มีความสัมพันธ์
จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	396	-0.199*	0.000	ระดับต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ นักลงทุน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่าง นักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ นักลงทุน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่าง นักลงทุนในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .224 .299 .051 .300 และ .069 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักของนักลงทุนทั่วไปในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ นักลงทุน กับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่าง นักลงทุนในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักของนักลงทุนทั่วไปในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.199 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ นักลงทุนส่วนใหญ่ต้องการให้บริษัทหลักทรัพย์ปรับปรุงบริการด้านบทวิเคราะห์และข้อมูลข่าวสารที่สำคัญให้กับนักลงทุน รวมถึงการเอาใจใส่ที่ดีของพนักงานต่อนักลงทุน

ตาราง 49 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน	
1.1.1. ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.1.2. ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.1.3. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.1.4. ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.1.5. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.1.6. ด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน	
1.2.1. ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2.2. ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2.3. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2.4. ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2.5. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2.6. ด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.3.1. ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3.2. ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3.3. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3.4. ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3.5. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3.6. ด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปแตกต่างกัน	
1.4.1. ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4.2. ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4.3. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4.4. ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4.5. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4.6. ด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน	
1.5.1. ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5.2. ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5.3. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5.4. ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.5.5. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5.6. ด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน	
1.6.1. ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาด	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6.2. ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6.3. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6.4. ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6.5. ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6.6. ด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน	
2.1 ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2 ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.3 ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.4 ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5 ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6 ด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.1 ทศคติของนักลงทุนทั่วไปมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์ในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนใน ตลาดหลักทรัพย์	
1. ด้านภาพพจน์	
1.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์มี ความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับ การเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของ นักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาด หลักทรัพย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3 ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทมีความสัมพันธ์ กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุน ในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4 ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์การเข้ามาลงทุนในตลาด	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5 ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนใน ตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6 ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทมีความสัมพันธ์ กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุน ในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ด้านการให้บริการ	
2.1 การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักค้า หลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้าน ประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.2 การบริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.3 มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.4 วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6 การบริการหลังการขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.7 ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. ด้านเทคโนโลยี	
3.1 ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3 ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4 ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใดมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
4. ด้านพนักงาน	
4.1 ความสุภาพในการพูดจาของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.2 ความซื่อสัตย์ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.3 การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.4 ความน่าเชื่อถือของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.5 การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.6 ความเอาใจใส่ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
5. ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ	
5.1 มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้น	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.2 ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการมี ความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการ เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.3 สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาด หลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.4 ความโอเอียง / กว้างขวางของสถานที่มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนใน ตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.2 ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์ในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	
1. ด้านภาพพจน์	
1.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์มี ความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขาย หลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของ นักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3 ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทมีความสัมพันธ์ กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3. ด้านเทคโนโลยี	
3.1 ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3 ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4 ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใดมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ด้านพนักงาน	
4.1 ความสุภาพในการพูดจาของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.2 ความซื่อสัตย์ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.3 การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.4 ความน่าเชื่อถือของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.5 การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.6 ความเอาใจใส่ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
5. ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ	
5.1 มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่นที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้าน มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.2 ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการมี ความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขาย หลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องสมมติฐาน
5.3 สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงานมีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน
5.4 ความโอ่ง / กว้างขวางของสถานที่มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.3 ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในด้าน จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	
1. ด้านภาพพจน์	
1.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์มี ความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือ ครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทมีความสัมพันธ์ กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.4 ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5 ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6 ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ด้านการให้บริการ	
2.1 การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักลงทุนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2 การบริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.3 มีการให้กูยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.4 วงเงินที่ให้กูยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5 การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6 การบริการหลังการขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.7 ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3. ด้านเทคโนโลยี	
3.1 ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3 ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4 ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใดมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ด้านพนักงาน	
4.1 ความสุภาพในการพูดจาของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.2 ความซื่อสัตย์ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.3 การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.4 ความน่าเชื่อถือของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.5 การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.6 ความเอาใจใส่ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ	
5.1 มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่นที่จอดรถ โทรทัศน์ เป็นต้นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.6 ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ด้านการให้บริการ	
2.1 การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในร้านค้าหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2 การบริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.3 มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.4 วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5 การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6 การบริการหลังการขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.7 ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. ด้านเทคโนโลยี	

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3.1 ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3 ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4 ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใดมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ด้านพนักงาน	
4.1 ความสุภาพในการพูดจาของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.2 ความซื่อสัตย์ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.3 การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.4 ความน่าเชื่อถือของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.5 การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
4.6 ความเอาใจใส่ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ	
5.1 มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.2 ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.3 สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.4 ความโอเอียง / กว้างขวางของสถานที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.5 ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในด้านจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	
1. ด้านภาพพจน์	
1.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.3 ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4 ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5 ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6 ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ด้านการให้บริการ	
2.1 การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในห้องค้าหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2 การบริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.3 มีการให้กูยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.4 วงเงินที่ให้กูยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5 การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6 การบริการหลังการขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.7 ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. ด้านเทคโนโลยี	
3.1 ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3 ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4 ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใดมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ด้านพนักงาน	
4.1 ความสุภาพในการพูดจาของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.2 ความซื่อสัตย์ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.3 การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.4 ความน่าเชื่อถือของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.5 การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
4.6 ความเข้าใจใส่ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ	
5.1 มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่นที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.2 ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.3 สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.4 ความโอโง่ง / กว้างขวางของสถานที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.6 ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	
1. ด้านภาพพจน์	
1.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.3 ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4 ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.5 ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6 ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ด้านการให้บริการ	
2.1 การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในห้องค้าหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2 การบริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.3 มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.4 วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.5 การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6 การบริการหลังการขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.7 ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. ด้านเทคโนโลยี	
3.1 ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.3 ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.4 ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใดมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ด้านพนักงาน	
4.1 ความสุภาพในการพูดจาของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
4.2 ความซื่อสัตย์ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.3 การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.4 ความน่าเชื่อถือของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.5 การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.6 ความเอาใจใส่ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5. ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ	
5.1 มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.2 ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
5.3 สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.4 ความโอ้โง่ / กว้างขวางของสถานที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนในด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป	
4.1 ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.2 ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความมีความสัมพันธ์มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.3 ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความมีความสัมพันธ์กับจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.4 ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.5 ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความมีความสัมพันธ์กับจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4.6 ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความมีความสัมพันธ์กับจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป
3. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป
4. เพื่อศึกษาด้านความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน
2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน
3. ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์
4. ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักลงทุนทั่วไปที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาตในการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์

กลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง นักลงทุนทั่วไปที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในบริษัทหลักทรัพย์เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรดังนั้นจึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจากสูตร โดยใช้ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างไม่เกิน 5 % ดังนั้น กลุ่มตัวที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงเท่ากับ 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1 ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นโดยสุ่มตัวอย่างแบบใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างจากนักลงทุนที่ลงทุนผ่านบริษัทหลักทรัพย์ 5 แห่ง ได้แก่ บริษัทหลักทรัพย์ แอ็ดคิชั่น จำกัด (มหาชน), บริษัทหลักทรัพย์ ชิกโก้ จำกัด (มหาชน), บริษัทหลักทรัพย์ ไทยพาณิชย์ จำกัด, บริษัทหลักทรัพย์ ยูโอบี เคย์เฮียน (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัทหลักทรัพย์ ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด เนื่องจากบริษัทหลักทรัพย์ทั้ง 5 แห่งนี้มีสถานที่ตั้งอยู่ที่อาคารสินทรทาวเวอร์ซึ่งเป็นอาคารที่เคยเป็นตลาดหลักทรัพย์เก่า และเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง

2 ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการคำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บในแต่ละบริษัทหลักทรัพย์ จากจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เลือกทั้งหมด 5 บริษัทหลักทรัพย์ ได้กลุ่มตัวอย่างละ 80 คน ซึ่งได้มาจากการนำบริษัทหลักทรัพย์จำนวน 5 บริษัทหลักทรัพย์ นำไปคิดค่าเฉลี่ยหารจากจำนวนประชากรทั้งหมด 400 คน

3 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักลงทุนทั่วไปที่ซื้อขายหลักทรัพย์ของแต่ละบริษัทหลักทรัพย์ตามที่ได้กำหนดไว้แล้ว

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิดและพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ในทัศนะของผู้ใช้บริการ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ในบริษัทหลักทรัพย์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close - ended questions) โดยมีคำตอบหลายทางให้เลือกในแต่ละคำถาม และผู้ตอบต้องเลือกเพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้เรื่องการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close - ended questions) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือก 2 คำตอบ (Check List) คือ ใช่ และ ไม่ใช่ ซึ่งมีทั้งหมด 10 ข้อ โดยเมื่อรวมคะแนนและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจออกเป็น 2 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบสเกล (Semantic Differential Scale) จำนวน 13 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบสเกล (Semantic Differential Scale) จำนวน 7 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักลงทุน ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open - ended questions) จำนวน 4 ข้อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) และมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close - ended Question) จำนวน 3 ข้อ ซึ่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open - ended questions)

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลในงานวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยแยกข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Science for Windows)
4. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิดและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ในทัศนะของผู้ใช้บริการ โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักของการเข้ามาลงทุน แหล่งที่มาของเงินทุนในการลงทุน แหล่งที่มาของข่าวสารผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน ได้แก่ ประสิทธิภาพเกี่ยวกับการลงทุน มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครอง ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ จำนวนบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ การเข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในห้วงค่านหลักทรัพย์ ใช้การหาค่าสูงสุด (Maximum), ค่าต่ำสุด (Minimum), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ใช้การทดสอบด้วยค่าที (t-test independent) การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้การทดสอบแบบวิเคราะห์ความแปรปรวน 1 ตัวประกอบ (One-Way-Analysis of Variance) การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 กลุ่มใช้สถิติสัมพันธอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการค้นคว้า

ผลการศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิด และพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป สรุปผลการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 มีสถานภาพสมรสโสด จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์

นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ในระดับมาก ดังนี้

1. นักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์จะต้องได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ ระดับมาก มีจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100
2. นักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ เจ้าหน้าที่การตลาดหลักทรัพย์ไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ ระดับมาก มีจำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 84
3. นักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ บริษัทหลักทรัพย์จะเป็นผู้ให้บริการที่ปรึกษา
ชี้แนะช่องทางและให้ข้อมูลที่มีประโยชน์เกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ ระดับมาก มีจำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.50
4. นักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การส่งซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยตัวท่านเองที่ห้อง
ค้าหลักทรัพย์ ซึ่งคุณจะต้องกรอกใบกำกับคำสั่งซื้อขายด้วยตัวท่านเองเท่านั้น ระดับมาก มีจำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74
5. นักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การส่งซื้อขายหลักทรัพย์มีแค่ 2 วิธีเท่านั้นคือ
ทางโทรศัพท์และการส่งซื้อด้วยตัวท่านเองในห้องค้าหลักทรัพย์ ระดับมาก มีจำนวน 332 คน คิด
เป็นร้อยละ 83
6. นักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การซื้อขายหลักทรัพย์ต้องให้บริการผ่านบริษัท
หลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ระดับมาก มีจำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50
7. นักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การซื้อขายหลักทรัพย์ไม่สามารถซื้อขาย
หลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ต ระดับมาก มีจำนวน 392 คน คิดเป็นร้อยละ 98
8. นักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ เมื่อคุณได้รับการยืนยันผลการซื้อขาย จะต้อง
จ่ายเงินค่าซื้อขายหลักทรัพย์หรือรับเงินค่าขายหลักทรัพย์ ณ วันทำการที่ 3 หลังจากเกิดรายการ
ซื้อหรือขาย ระดับมาก มีจำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50

นักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ในระดับน้อย ดังนี้

1. นักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์ได้เปิดเสรีค่าธรรมเนียม
ในการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นอัตราที่ต่อรองกันได้ระหว่างบริษัทหลักทรัพย์และลูกค้า โดยเรียกเก็บ
ค่าธรรมเนียมในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 0.25ระดับน้อย มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49
2. นักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ บัญชีซื้อขายหลักทรัพย์มีแค่ 2 บัญชีคือบัญชีเงิน
สดและบัญชีมาร์จิน ระดับน้อย มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์

ด้านทัศนคติของนักลงทุนที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับดี สามารถจำแนกในแต่ละด้านได้ ดังนี้

3.1 ด้านภาพพจน์ โดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณารายข้อ ข้อที่มีทัศนคติดีอย่างมาก คือเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์, ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัท, ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหาร รองลงมาคือ ความพึงพอใจที่ได้รับบริการ, ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท ซึ่งมีภาพพจน์อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29, 4.29, 4.22, 4.08, 4.00 และ 3.98 ตามลำดับ

3.2 ด้านการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณารายข้อ ข้อที่มีทัศนคติระดับดีคือ ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย, การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และในหอนักลงทุนหลักทรัพย์ และการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร, งานวิจัยและงานวิเคราะห์ ส่วนข้อที่มีทัศนคติในระดับดีคือ การบริการหลังการขายหลักทรัพย์, การบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต, วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ และมีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49, 4.29, 4.24, 4.14, 4.01, 3.53 และ 3.49 ตามลำดับ

3.3 ด้านเทคโนโลยีอยู่ในเกณฑ์ดี โดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณารายข้อ ข้อที่มีทัศนคติระดับดีคือ ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า, มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ส่วนหัวข้อที่มีทัศนคติในระดับดีคือ ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน, ระบบซื้อขายหยุดทำการบอยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31, 4.24, 4.18 และ 3.87 ตามลำดับ

3.4 ด้านพนักงาน โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณารายข้อ ข้อที่มีทัศนคติระดับดีคือ การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ, ความซื่อสัตย์ของพนักงาน ส่วนข้อที่มีทัศนคติระดับดีคือ ความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน, ความเอาใจใส่ของพนักงาน, ความน่าเชื่อถือของพนักงาน และการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35, 4.25, 4.15, 4.12, 4.11 และ 3.99 ตามลำดับ

3.5 ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณารายข้อ ข้อที่มีทัศนคติระดับดี มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้น, ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ ความโอโง่ / กว้างขวางของสถานที่ และสถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05, 4.03, 3.91, และ 3.89 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน

ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อ ข้อที่มีความพอใจอยู่ในเกณฑ์ระดับดีคือ มีความพึงพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ รองลงมาคือ มีความสุข มีความชื่นชมยินดี ชีวิตความเป็นอยู่ที่สะดวกสบาย มีความรู้สึกผ่อนคลาย มีความราบรื่น และมีความตื่นเต้นสนุกสนาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66, 3.65, 3.62, 3.57, 3.54, 3.53 และ 3.52 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักของการเข้ามาลงทุน, แหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่ที่ใช้ในการลงทุน, มีแหล่งที่มาของข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์, ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักของการเข้ามาลงทุนคือเก็งกำไรส่วนต่างราคา จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 84.50 มีแหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่ที่ใช้ในการลงทุนคือเงินออมของตนเอง จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.50 ใช้ข้อมูลของหนังสือพิมพ์/บทวิเคราะห์หลักทรัพย์ในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 และตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยตัวเอง

5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ 35.86 เดือน มีมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย 160,480.00 บาท จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย 4.26 หลักทรัพย์ มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ 158.38 วัน จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี 1.74 บริษัท และมีจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์เฉลี่ย 1.81 วัน

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ดังนี้

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานในปัจจุบันด้านประชากรศาสตร์ จากสมมติฐานข้อที่ 1 ที่ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานโดยจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 6 สมมติฐาน ดังนี้คือ

หลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย และจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ จากสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปแตกต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้คือพฤติกรรมในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีไม่แตกต่างกัน

6.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ จากสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ว่า ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานโดยจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 6 สมมติฐาน ดังนี้คือ

6.3.1 ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปในด้านภาพพจน์ ด้านการให้บริการ ด้านเทคโนโลยี ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.3.2 ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปในด้านภาพพจน์ ด้านเทคโนโลยี ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยต่อด้านการให้บริการของบริษัทหลักทรัพย์

6.3.3 ทัศนคติของนักลงทุนทั่วไปในด้านเทคโนโลยี ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยตัวแปรทุกคู่มี

ความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้ามกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในเรื่องจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ยต่อด้านภาพพจน์ และด้านการให้บริการ

6.3.4 ทศนคติของนักลงทุนทั่วไปในด้านภาพพจน์ ด้านการให้บริการ ด้านเทคโนโลยี ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.3.5 ทศนคติของนักลงทุนทั่วไปในด้านภาพพจน์ ด้านการให้บริการ ด้านเทคโนโลยี ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

6.3.6 ทศนคติของนักลงทุนทั่วไปด้านการให้บริการ ด้านเทคโนโลยี ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้ามกัน และโดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ต่อด้านภาพพจน์ของบริษัทหลักทรัพย์

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ จากสมมติฐานข้อที่ 4 ที่ว่า ทศนคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานโดยจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 6 สมมติฐาน ดังนี้คือ ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นพฤติกรรมในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์

อภิปรายผล

จากการศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิดและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่มีเพศแตกต่างกันพบว่า นักลงทุนที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย และด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากการที่เพศชายชอบเสี่ยงมากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพร จรุงรังษี (2546 : 71) ที่พบว่า นักลงทุนทั่วไปในประเทศที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากการที่เพศชายชอบเสี่ยงมากกว่าเพศหญิง

2. ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่มีอายุแตกต่างกันพบว่า นักลงทุนที่มีอายุต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย และด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ แตกต่างกัน โดยนักลงทุนที่มีอายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป มีการตัดสินใจด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ มากกว่านักลงทุนที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ทั้งนี้เนื่องจากนักลงทุนที่มีอายุ 31-40 ปี เป็นวัยที่มีพื้นฐานมั่นคงและกล้าได้กล้าเสีย และนักลงทุนที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อาจเนื่องมาจากเริ่มเป็นวัยเกษียณการงานแล้ว และมีเวลาว่างมากเพียงพอที่จะพิจารณาเกี่ยวกับระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ จำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี จึงให้ความสนใจในแง่ผลประโยชน์และคุณภาพชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการลงทุน (เพอร์รี่ ชุมทรัพย์, 2544 : 6) ได้กำหนดปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดจุดมุ่งหมายของการลงทุนไว้ดังต่อไปนี้ อายุของผู้ลงทุน (The age of the investor) ผู้ลงทุนที่มีอายุน้อยหรือระหว่าง 25-40 ปี มักกล้าเสี่ยงและสนใจในหลักทรัพย์ที่ก่อให้เกิดความอวกแเงยแก่เงินลงทุน แต่ผู้ลงทุนที่มีอายุระหว่าง 40-50 ปี อาจสนใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้ประจำ ทั้งนี้เนื่องมาจากภาระทางครอบครัวและผู้ลงทุนที่มีอายุมากกว่า 60 ปียังพอใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้แน่นอน

3. ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่มีสถานภาพแตกต่างกันพบว่าด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และด้านจำนวนวันที่เข้า

มาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ แตกต่างกัน โดยนักลงทุนที่มีสถานภาพโสด มีจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ น้อยกว่านักลงทุนที่มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคณะผู้จัดทำนายอุดร โรจน์รัชนิการ นายสมชาย โล่ประธาน นางสาวเนาวรัตน์ ใจภักดี นางสาวประภาพร พิทักษ์ผล นางสาวสุรีย์ โปษกรณู (2546 : 87) ที่พบว่า นักลงทุนทั่วไปที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีจำนวนบัญชีที่นักลงทุนมีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ และความถี่ในการเข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในห้วงคำหลักทรัพย์ แตกต่างกัน

4. ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันพบว่า ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย และด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาสูงย่อมมีรายได้มากกว่านักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรีจึงทำให้มีมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์มากกว่า รวมถึงประสบการณ์ในการลงทุนซึ่งทำให้นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาที่สูงพิถีพิถันในการเข้ามาใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของคณะผู้จัดทำนายอุดร โรจน์รัชนิการ นายสมชาย โล่ประธาน นางสาวเนาวรัตน์ ใจภักดี นางสาวประภาพร พิทักษ์ผล นางสาวสุรีย์ โปษกรณู (2546 : 87) ที่พบว่า นักลงทุนทั่วไปที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย จำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ แตกต่างกัน

5. ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่มีอาชีพแตกต่างกันพบว่า ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ ด้านจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี และด้านจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ใน 1 สัปดาห์ แตกต่างกัน โดยนักลงทุนที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและพนักงานบริษัท มีการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์มากกว่านักลงทุนอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ เนื่องจากนักลงทุนที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัท ซึ่งมีรายได้อยู่ในเกณฑ์ดี และมีจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีและมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุริยะ เจริญวงศ์ (2545 : 95) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามกลุ่มอาชีพ โดยนักลงทุนที่

ประกอบอาชีพส่วนตัวและพนักงานบริษัทมีการตัดสินใจ ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์น้อยกว่า นักลงทุนที่มีอาชีพข้าราชการและอื่นๆ

6. ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่มีรายได้ต่อเนื่องแตกต่างกันพบว่า ด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย และด้านจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี แตกต่างกัน โดยนักลงทุนที่มีรายได้ต่อเนื่องต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท จะมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์น้อยกว่า นักลงทุนที่มีรายได้ต่อเนื่อง 15,0001-25,000 บาท 25,001-35,000 บาทและมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป เนื่องจากผู้ที่มีรายได้น้อยมีกำลังซื้อที่จำกัดมากกว่านักลงทุนที่มีรายได้สูงจึงทำให้ประสบการณ์ในการเข้ามาลงทุนค่อนข้างน้อย ส่วนมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ยนั้น นักลงทุนที่มีรายได้สูงมีมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์มากกว่านักลงทุนที่มีรายได้ต่ำ เนื่องจากนักลงทุนที่มีรายได้สูงมีกำลังซื้อมากกว่าทำให้มีมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุเทพ เจริญวรรณ (2538 : 121) ที่พบว่า ปัจจัยในการลงทุนในหลักทรัพย์ขึ้นกับรายได้ของนักลงทุน เนื่องจากการลงทุนในหลักทรัพย์ต้องอาศัยข้อมูลการลงทุนมาก เป็นเรื่องค่อนข้างยุ่งยากมีข้อจำกัดและมีความเสี่ยง จึงเหมาะสมกับผู้ที่มีรายได้สูงมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำที่มีข้อจำกัดเรื่องกำลังซื้อ

7. ผลการศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปที่แตกต่างกันมีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนที่แตกต่างกัน เนื่องมาจากเมื่อนักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนดีขึ้น ทำให้ทัศนคติที่ดีขึ้น และพฤติกรรมการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลทำให้นักลงทุนมีแนวโน้มในการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน โดยสอดคล้องกับทฤษฎี Tricomponent Attitude Model ของ Schiffman and Kanuk กล่าวว่า โมเดลองค์ของทัศนคติประกอบ 3 ประการ ก็คือ ส่วนของความเข้าใจ, ส่วนของความรู้สึก, ส่วนของพฤติกรรม ซึ่งส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบแรก ก็คือ ความรู้และความรับรู้ที่ได้รับจากการประสบประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูลความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ ซึ่งก็คือ การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

8. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักลงทุนกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ได้แก่ ด้านภาพพจน์ ด้านการให้บริการ ด้านเทคโนโลยี ด้านพนักงาน ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ พบว่า

8.1 ทศคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ พบว่า ประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนมีความสัมพันธ์ด้านความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย ระบบซื้อขายหยุดทำการบอยเพียงใด เนื่องจากนักลงทุนที่มีประสบการณ์มักจะมีทัศนคติที่คุ้นเคยสนิทสนมกับเจ้าหน้าที่การตลาดและผู้บริหารของบริษัทหลักทรัพย์

8.2 ทศคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย พบว่า ความพอใจที่ได้ใช้บริการ ฐานะการเงินและความมั่นคงของบริษัทหลักทรัพย์ ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ การบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต การบริการหลังการขายหลักทรัพย์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ระบบการซื้อขายหยุดทำการบอยเพียงใด ความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน ความซื่อสัตย์ของพนักงาน การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน ความน่าเชื่อถือของพนักงาน การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ ความเอาใจใส่ของพนักงาน มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ ความโอโงะ / กว้างขวางของสถานที่ มีความสัมพันธ์ในเรื่องมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย เนื่องจากการที่นักลงทุนจะทำการซื้อขายหลักทรัพย์จะให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ เหล่านี้เนื่องจากการลงทุนมักมีความเสี่ยง นักลงทุนจึงให้

8.3 ทศคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ พบว่าระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนด้านภาพพจน์ ด้านการให้บริการ ด้านเทคโนโลยี ด้านพนักงาน ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ ทั้งนี้เนื่องมาจากนักลงทุนที่ถือครองหลักทรัพย์อาจมีเหตุจูงใจอื่นที่ไม่ใช่

8.4 ทศคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี พบว่าจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักลงทุนด้านพนักงาน เนื่องจากการให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน ความน่าเชื่อถือของพนักงาน รวมถึงความเอาใจใส่ของพนักงาน ทำให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่นและให้ความไว้วางใจในการที่จะมาเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์

8.5 ทศคติของนักลงทุนทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในเรื่องจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในห้วงค้ำหลักทรัพย์ พบว่าจำนวนวันที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในห้วงค้ำหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์ทัศนคติด้านการให้บริการ ทั้งนี้

เนื่องมาจากนักลงทุนที่เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในห้วงค้าหลักทรัพย์จะต้องเข้ามานั่งทั้งวันในห้องหรือสถานที่ที่บริษัทหลักทรัพย์จัดไว้ให้ ดังนั้นการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร, งานวิจัยและงานวิเคราะห์ การบริการหลังการขายจึงเป็นสิ่งที่นักลงทุนให้ความสำคัญ

ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ : 26) ทศนคติ (Attitudes) คือ การประเมินหรือการตัดสินใจเกี่ยวกับความชอบหรือไม่ชอบในวัตถุ คน หรือเหตุการณ์ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกของคนคนหนึ่งเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง หรือเป็นท่าทีหรือแนวโน้มของบุคคลที่แสดงต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด อาจเป็นบุคคล กลุ่มคน ความคิด หรือสิ่งของก็ได้ โดยมีความรู้สึกหรือความเชื่อเป็นพื้นฐาน ทศนคติและพฤติกรรมของคนเรานั้นเป็นสิ่งที่มีความต่อเนื่องกัน กล่าวคือ ทศนคติจะผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่มีความสอดคล้องกับทศนคติ

9. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุนกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ พบว่า พฤติกรรมของนักลงทุนในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ด้านมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย ด้านจำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองโดยเฉลี่ย ด้านระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยประมาณ และด้านจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี ไม่มีความสัมพันธ์กับความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ เนื่องจากปัจจัยทางด้านความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่อาจเป็นปัจจัยที่นักลงทุนไม่ให้ความสำคัญในการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัย ความรู้ความเข้าใจ ทศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

1. จากการศึกษาทำให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุน้อยกว่าเท่ากับ 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป การตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนเป็นสิ่งที่ทางตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทหลักทรัพย์ควรนำข้อมูลดังกล่าวไปช่วยพัฒนาธุรกิจหลักทรัพย์ อีกทั้งยังใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้บริการที่ตรงตามความต้องการของนักลงทุนและเป็นแนวทางในการปรับปรุงนโยบายทางการตลาดต่อไปในอนาคตได้

2. ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้กับนักลงทุนและประชาชนทั่วไปเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์มากขึ้น เนื่องจากส่วนใหญ่ประชาชนทั่วไปมักให้ความสนใจกับการลงทุนแต่ไม่มีความรู้ความเข้าใจมาเพียงพอเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์

3. ทักษะที่ดีต่อการให้บริการบริษัทหลักทรัพย์ นักลงทุนทั่วไป

ด้านภาพพจน์ นักลงทุนมีทัศนคติที่ดีต่อใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์ควรให้ความสำคัญกับการรักษาภาพพจน์ที่ดีเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ

ด้านการให้บริการ นักลงทุนมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการบริษัทหลักทรัพย์ด้านการให้บริการแก่นักลงทุน บริษัทหลักทรัพย์ควรใส่ใจในการให้บริการ เช่น การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงานวิเคราะห์ รวมถึงความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย

ด้านเทคโนโลยี นักลงทุนมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการบริษัทหลักทรัพย์การบริการและการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน ความปลอดภัยในการใช้บริการและเก็บข้อมูลของนักลงทุน

ด้านพนักงาน นักลงทุนมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการบริษัทหลักทรัพย์ การให้บริการของเจ้าหน้าที่การตลาดที่เอาใจใส่และมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักลงทุนหรือประชาชนทั่วไปที่สนใจเข้ามาลงทุนมีทัศนคติที่ดีและนำไปสู่การให้บริการในที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับหาวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรศึกษาหัวข้ออื่นๆ นอกเหนือจากการตัดสินใจ เช่น ทัศนคติ ความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ ความคิดเห็น ของนักลงทุนต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักลงทุนหรือคุณภาพในการให้บริการของบริษัทหลักทรัพย์

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา.(2545) การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ :
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2546) การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกศริน เกาะดี.(2540). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ-ขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาด
หลักทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่. ปัญหาพิเศษ บัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2530). จิตวิทยาบริการ. หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จรินทร์ เทศวานิช. (2544). เงิน ตลาดการเงิน สถาบันการเงิน. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541) สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2539). "พฤติกรรมผู้บริโภค". กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์วังอักษร
- ดำรง โสคติยานุรักษ์. (2545) คำบรรยายเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การเงินการคลัง : คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- _____. (2546) คำบรรยายเกี่ยวกับการจัดการการเงิน. กรุงเทพมหานคร : คณะรัฐ
ประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2547). "ก้าวแรกสู่การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์" ฝ่ายสิ่งพิมพ์
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ราชบัณฑิตสถาน. (2525) พจนานุกรมบัณฑิตสถาน กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : บ้านเสรีรัตน์
- _____. (2541) พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วีรฟิล์มและไซเท็กซ์
- ศุภร เสรีรัตน์. (2537). "พฤติกรรมผู้บริโภค". กรุงเทพฯ : บริษัทวีรฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด
- สร้อยตระกูล (ดิเรกานนท์) อรรถมานะ (2542) "พฤติกรรมองค์กร" : ทฤษฎีและการประยุกต์ ฉบับ
พิมพ์ครั้งที่ 2 แก้ไขเพิ่มเติม กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Assael, Henry (1998). "Consumer Behavior and Marketing Action" . Ohio : South –
Western College Publishing.
- Barnard, Chester. (1938). "The Function of the Executive". Cambridge, Massachusetts :
Harvard University.

Schiffman, Leon G. And Leslie Lazar Kanuk . (2002). *Consumer Behaveior*. 7th ed. Upper Saddle River. New Jersey : Prentice – Halls.

แหล่งข้อมูลทาง Website

สำนักคณะกรรมการคณะกรรมการ ก.ส.ต. <http://www.sec.or.th>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.<http://www.set.or.th>.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิด และพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการในบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้จัดทำเพื่อประโยชน์ในการจัดทำสารนิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เรื่อง ความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิด และพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการในบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปโดยแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน

เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

คำแนะนำ กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ท่านเลือกว่าเหมาะสมหรือตรงกับความคิดมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี

☐ 31 – 40 ปี

☐ 41 – 50 ปี

☐ 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส / อยู่ด้วยกัน

☐ หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรีขึ้นไป

5. อาชีพ

☐ พนักงานบริษัท

☐ ข้าราชการ

☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

- ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
- ☐ 15,001 – 25,000 บาท
- ☐ 25,001 – 35,000 บาท
- ☐ มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

ความรู้เรื่องการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์

ท่านมีความรู้อย่างไรเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ในเรื่องต่อไปนี้

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์	ใช่	ไม่ใช่
1. บริษัทหลักทรัพย์จะต้องได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์		
2. เจ้าหน้าที่การตลาดหลักทรัพย์ไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ		
3. บริษัทหลักทรัพย์จะเป็นผู้ให้บริการที่ปรึกษาชี้แนะช่องทางและให้ข้อมูลที่มีประโยชน์เกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์		
4. การสั่งซื้อหลักทรัพย์ด้วยตัวท่านเองที่ห้องค้าหลักทรัพย์ ซึ่งคุณจะต้องกรอกใบคำสั่งซื้อขายด้วยตัวท่านเองเท่านั้น		
5. การสั่งซื้อ-ขายหลักทรัพย์มีแค่ 2 วิธีเท่านั้นคือทางโทรศัพท์และการสั่งซื้อด้วยตัวเองในห้องค้าหลักทรัพย์		
6. การซื้อขายหลักทรัพย์ต้องใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น		
7. เมื่อคุณได้รับการยืนยันผลการซื้อขาย จะต้องจ่ายเงินค่าซื้อขายหลักทรัพย์หรือรับเงินค่าขายหลักทรัพย์ ณ วันทำการที่ 3 หลังจากเกิดรายการซื้อขาย		
8. ปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์ได้เปิดเสรีค่าธรรมเนียมในการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นอัตราที่ต่อรองกันได้ระหว่างบริษัทหลักทรัพย์และลูกค้า โดยเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 0.25		
9. บัญชีซื้อขายหลักทรัพย์มีแค่ 2 บัญชีคือบัญชีเงินสดและบัญชีมาร์จิน		
10. การซื้อขายหลักทรัพย์ไม่สามารถซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต		

ส่วนที่ 3 ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์

คำแนะนำ โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ___ ที่ตรงกับระดับทัศนคติของท่าน ดังนี้

ตัวอย่าง	คำถาม	ระดับทัศนคติของท่านที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการผ่านบริษัทหลักทรัพย์
คำตอบ	ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ; น่าเชื่อถือ	5 : 4 : 3 : 2 : 1 ไม่น่าเชื่อถือ
		หมายถึง ท่านมีทัศนคติเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือในการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

ด้านทัศนคติ	การตัดสินใจใช้บริการ
ด้านภาพพจน์	
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์	น่าเชื่อถือ ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่น่าเชื่อถือ 5 4 3 2 1
2. ความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ	พึงพอใจ ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่พึงพอใจ 5 4 3 2 1
3. สถานะการเงินและความมั่นคงของบริษัท	มั่นคง ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่มั่นคง 5 4 3 2 1
4. ความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นรายใหญ่	น่าเชื่อถือ ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่น่าเชื่อถือ 5 4 3 2 1
5. ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหาร	น่าเชื่อถือ ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่น่าเชื่อถือ 5 4 3 2 1
6. ประวัติการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท	น่าพอใจ ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่น่าพอใจ 5 4 3 2 1
ด้านการให้บริการ	
7. การบริการรับคำสั่งซื้อขายหุ้นทางโทรศัพท์และใน ห้องค้าหลักทรัพย์	รวดเร็ว ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ล่าช้า 5 4 3 2 1
8. การบริการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	มีบริการ ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่มีบริการ 5 4 3 2 1
9. มีการให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	มีบริการ ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่มีบริการ 5 4 3 2 1
10. วงเงินที่ให้กู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์	เพียงพอ ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่เพียงพอ 5 4 3 2 1
11. การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร,งานวิจัยและงาน วิเคราะห์	มีบริการ ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่มีบริการ 5 4 3 2 1

ด้านทัศนคติ	การตัดสินใจใช้บริการ					
12. การบริการหลังการขายหลักทรัพย์	มีบริการ	_____	_____	_____	_____	ไม่มีบริการ
		5	4	3	2	1
13. ความถูกต้องของจำนวนเงินและความตรงต่อเวลาในการชำระราคาซื้อขาย	มีบริการ	_____	_____	_____	_____	ไม่มีบริการ
		5	4	3	2	1
ด้านเทคโนโลยี						
14. ความปลอดภัยของเทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลลูกค้า	ปลอดภัย	_____	_____	_____	_____	ไม่ปลอดภัย
		5	4	3	2	1
15. มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	เพียงพอ	_____	_____	_____	_____	ไม่เพียงพอ
		5	4	3	2	1
16. ระบบการซื้อขายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน	เข้าใจง่าย	_____	_____	_____	_____	ซับซ้อน
		5	4	3	2	1
17. ระบบซื้อขายหยุดทำการบ่อยเพียงใด	ไม่บ่อย	_____	_____	_____	_____	ค่อนข้างบ่อย
		5	4	3	2	1
ด้านพนักงาน						
18. ความสุภาพในการพูดจาของพนักงาน	สุภาพ	_____	_____	_____	_____	ไม่สุภาพ
		5	4	3	2	1
19. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	ซื่อสัตย์	_____	_____	_____	_____	ไม่ซื่อสัตย์
		5	4	3	2	1
20. การให้คำปรึกษาแนะนำในการลงทุน	ชัดเจน	_____	_____	_____	_____	ไม่ชัดเจน
		5	4	3	2	1
21. ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	น่าเชื่อถือ	_____	_____	_____	_____	ไม่น่าเชื่อถือ
		5	4	3	2	1
22. การปฏิบัติงานรับคำสั่งซื้อขายถูกต้องแม่นยำ	ถูกต้อง	_____	_____	_____	_____	ไม่ค่อยถูกต้อง
		5	4	3	2	1
23. ความเอาใจใส่ของพนักงาน	เอาใจใส่	_____	_____	_____	_____	ไม่ค่อยเอาใจใส่
		5	4	3	2	1

ด้านทัศนคติ	การตัดสินใจใช้บริการ
ด้านสถานที่ตั้งและบรรยากาศ	
24. มีความสะดวกในการติดต่อให้บริการ เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ เป็นต้น	สะดวก ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่สะดวก 5 4 3 2 1
25. ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ	สะอาด ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่สะอาด 5 4 3 2 1
26. สถานที่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	ใกล้ ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไกล 5 4 3 2 1
27. ความโอ่ง / กว้างขวางของสถานที่	กว้างขวาง ____ : ____ : ____ : ____ : ____ แคบ 5 4 3 2 1

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน

ความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน

คำแนะนำ โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ____ ที่ตรงกับลักษณะชีวิตความเป็นอยู่ของท่าน ดังนี้

ท่านมีลักษณะชีวิตความเป็นอยู่อย่างไร

ท่านมีลักษณะชีวิตความเป็นอยู่อย่างไร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีความรู้สึกผ่อนคลาย					
2. มีชีวิตความเป็นอยู่ที่สะดวกสบาย					
3. มีความสุข					
4. มีความราบรื่น					
5. มีความพึงพอใจในชีวิตความเป็นอยู่					
6. มีความชื่นชมยินดี					
7. มีความตื่นตัวสนุกสนาน					

ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์

พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์

คำชี้แจง โปรดตอบแบบสอบถามตอนนี้โดยการทำเครื่องหมาย / ลงใน ☐ ามความเป็นจริง

- ท่านมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ประมาณ.....ปี.....เดือน
- ท่านมีวัตถุประสงค์หลักของการเข้ามาลงทุน

☐ ผลตอบแทนจากเงินปันผล	☐ เก็งกำไรส่วนต่างราคา
☐ สิทธิออกเสียงในการประชุมผู้ถือหุ้น	☐ อื่นๆโปรดระบุ.....

3. แหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่ที่ท่านใช้ในการลงทุน
- ☐ เงินออมของตนเอง ☐ เงินจากญาติพี่น้อง
- ☐ เงินกู้จากสถาบันการเงิน ☐ อื่นๆ ระบุ.....
4. แหล่งที่มาของข่าวสารที่ท่านใช้ในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์
- ☐ หนังสือพิมพ์/บทวิเคราะห์หลักทรัพย์ ☐ อินเทอร์เน็ต
- ☐ โทรทัศน์ / วิทยุ ☐ เจ้าหน้าที่การตลาด
5. มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย.....บาทต่อครั้ง
6. จำนวนหลักทรัพย์ที่ท่านถือครองโดยเฉลี่ยประมาณ.....หลักทรัพย์
7. ท่านถือครองหลักทรัพย์หนึ่งๆโดยเฉลี่ยเป็นระยะเวลาประมาณ.....ปี.....เดือน.....วัน
8. ปัจจุบันท่านมีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์จำนวน.....บริษัท
9. โดยปกติท่านเข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ในห้วงวันหลักทรัพย์สัปดาห์ละประมาณ.....วัน
10. ใครเป็นผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์
- ☐ ตัดสินใจด้วยตัวท่านเอง ☐ เพื่อนนักลงทุน
- ☐ เจ้าหน้าที่การตลาด ☐ ครอบครัว
- ☐ อื่นๆโปรดระบุ.....
11. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทหลักทรัพย์
-
-
-

*** ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม***

แบบสอบถาม
เรื่อง ความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์
ของ
นักลงทุนทั่วไป

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามชุดนี้ เป็นแบบสอบถามที่ต้องการทราบถึงความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป
2. แบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วนดังนี้
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการซื้อขายหลักทรัพย์
 - ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านทัศนคติเกี่ยวกับการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์
 - ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของนักลงทุน
 - ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์

ขอขอบคุณท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

นางสาววิภารัตน์ อัมพันธ์
 นิสิตปริญญาโท โครงการพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 สาขาการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์	ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ-ชื่อสกุล	นางสาววิภารัตน์ อัมพัฒน์
วันเดือนปีเกิด	26 กุมภาพันธ์ 2520
สถานที่เกิด	สกลนคร
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทหลักทรัพย์ ซิกโก้ จำกัด (มหาชน) อาคารสินธรทาวเวอร์ ถ.วิทยุ ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2538	มัธยมศึกษาตอนปลาย สาขาวิทย์ - คณิต โรงเรียนสกลราชวิทยานุกูล
พ.ศ. 2542	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
พ.ศ. 2548	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ