

## การศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ

### A Study on Investment Behaviors Affecting Needs of Investors in the Market for Alternative Investment (MAI) to Receive Internet Securities Trading Services

สุภัชญา ตรีทานนท์ (Supatchaya Treetanont)\*

ธีระวัฒน์ จันทิก (Thirawat Chantuk)\*\*

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่มีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ วิธีการดำเนินการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่ซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 410 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือกลุ่มนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างตามแนวคิดของทาโร ยามาเน่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามโดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ และไค-สแควร์

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมพบว่า นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่ขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปีสถานภาพโสดระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ลูกจ้างหรือพนักงานเอกชน รายได้สุทธิต่อเดือน 50,000 – 100,000 บาท ลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตช่องทางเดียว เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ประเภทบัญชีแคชบาลานซ์

สำหรับลักษณะการลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนระยะสั้น/เก็งกำไร (ระยะเวลาต่ำกว่า 3 เดือน) สัดส่วนเงินที่มีไว้เพื่อลงทุนเมื่อเทียบกับทรัพย์สิน ส่วนใหญ่ร้อยละ 10-30 สัดส่วนการรับความเสี่ยงด้านการขาดทุนเมื่อเทียบกับเงินลงทุน ส่วนใหญ่ร้อยละ 10-20 มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 300,000 บาท เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ส่วนใหญ่เลือกเศรษฐกิจภายในประเทศ การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ส่วนใหญ่เลือกข้อมูลข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์ และการบริการและการให้ข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์ใน

\* นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Student in Master of Arts Program in Public and Private Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University.

\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Asst. Prof. Dr. faculty of management science, Silpakorn University, THAILAND

การซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ ส่วนใหญ่เลือก การให้ข้อมูลหลักทรัพย์รายตัว และบทวิเคราะห์หลักทรัพย์ ซึ่งเมื่อพิจารณาระหว่างปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ และความต้องการขอรับบริการซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมทั้งหมดมีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมการลงทุน,การซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต,ตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ

### Abstract

This research was aimed to study the behavior of investors in the Stock Exchange of Thailand that influence the demand for service to buy and sell securities trading via the Internet by way of an investment in the Market for Alternative Investment (MAI) for internet securities trading in the MAI of a securities company in Bangkok. This research was a the survey. The population of this research consisted of 410 cases selected from investors in the MAI who trading securities through internet. Sampling by purposive sampling is a group of investors in the stock market the calculation of sample group size is applied from Taro Yamane. The tool used in this research was questionnaire. The compiled data was processed with computer program. And, the statistics employed for data analysis were percentage and chi-square.

The study found that the behavior. Investors in the Market for Alternative Investment subscriber buy and sell securities with trading over the Internet, mostly male, aged 31-40 years, single-class education employee or a private operator. Net income per month from 50,000 to 100,000 baht investment securities over the Internet on the same channel. Open a brokerage account cash balance.

The findings on behavior showed that most of investment was short-term investment/ profit taking (shorter than 3 months). The proportion of money for investment compared to other assets accounted for 10-30 percent. The proportion of risk tolerance compared to investment sum accounted for 10-20 percent. The value of securities trading per time was equal to or less than 300,000 Baht. For global economy and domestic economy affecting decision making of securities trading, they considered that the domestic economy affecting their securities trading. For the aspect of information access relevant to decision making on securities trading, the majority of respondents accessed to information through online media. For the aspect of giving information and rendering services of the securities company on internet trading affecting their decision making on securities trading, they selected securities information and analysis researches. Considering the above factors, the trading behavior. And to

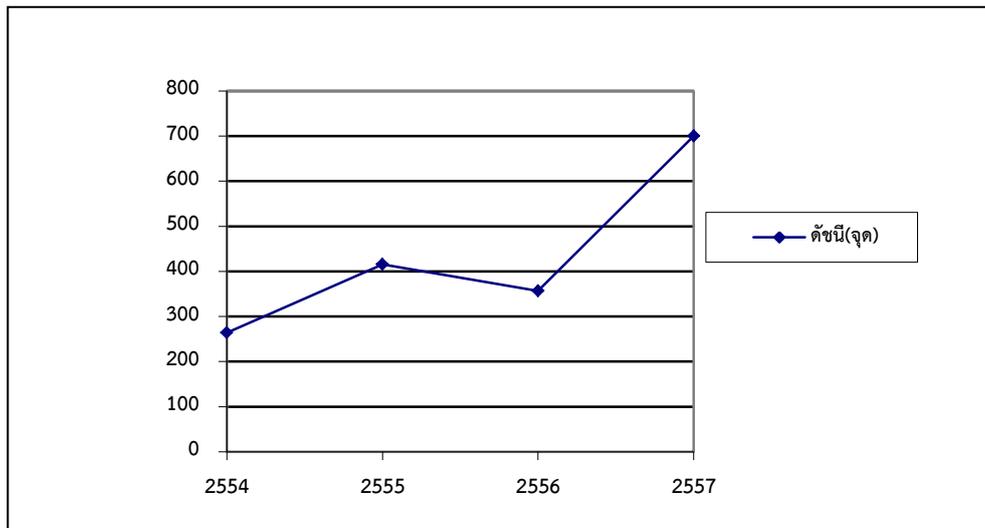
request the purchase and sale of securities by the investor through Internet trading on the Stock Exchange of Thailand found that behavioral factors all influence the demand for services at the level of statistical significance. 05.

**Keyword:** Behavioral Investing, trading over the Internet, Market for Alternative Investment.

## บทนำ

ตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (Market for Alternative Investment) เปิดทำการซื้อขายวันแรกเมื่อวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2544 จัดตั้งภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นตลาดทางเลือกในการระดมทุนระยะยาวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium EnterprisesหรือSMEs) โดยได้เปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2542 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอเป็นบริษัทที่มีคุณภาพเช่นเดียวกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพียงแต่ส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่มีขนาดเล็กกว่าเท่านั้น (สมาคมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ, 2554) ตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ เปิดโอกาสให้บริษัททุกขนาดที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงเข้าจดทะเบียนซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทำให้บริษัทสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนระยะยาวที่ ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงเสริมสร้างภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือตลอดจนจูงใจบุคลากรที่มีความสามารถเข้าร่วมงานกับบริษัทได้อย่างง่ายโดยเฉพะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)ที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และถือเป็นรากฐานทางเศรษฐกิจที่สำคัญซึ่งหากธุรกิจดังกล่าวได้รับการดูแลสนับสนุน และส่งเสริมที่ดีก็จะเติบโต เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ในที่สุด ทั้งรูปแบบหรือระบบการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอเหมือนกับการซื้อขายหลักทรัพย์บนกระดานหลักของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย(ศุภชัย ศรีสุชาติ, 2547) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำความรู้ทั่วไปของตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอมาใช้ในการตั้งแบบสอบถามในส่วนของพฤติกรรมด้านการซื้อขายหลักทรัพย์ในด้านลักษณะการลงทุนด้านสัดส่วนเงินออม และหลักทรัพย์ที่มีไว้เพื่อลงทุนเมื่อเทียบกับทรัพย์สินของท่าน รวมถึงมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ในแต่ละครั้ง เพื่อนำไปจำแนกประเภทของกลุ่มนักลงทุนที่ส่งผลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต

นักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความนิยมต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอมากขึ้น พิจารณาได้จากสถิติภาพรวมตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่มีอัตราการเติบโตในปี 2554 ดัชนี ปิดที่ 264.23จุด เพิ่มขึ้นเป็น 700.050 จุด ในปี 2557 รวมถึงมูลค่าการซื้อขายมากกว่าที่ขยายมากกว่าเท่าตัว โดยดูได้จากมูลค่าซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน ในปี 2554 ที่ 618.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 3,861.68 ล้านบาท ในปี 2557 และสิ่งที่สังเกตได้อย่างเด่นชัดคือจำนวนรายการซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน ในปี 2554 จำนวน14,977 รายการ เพิ่มขึ้นเป็น 63,585 รายการ ในปี 2557 ดังภาพที่ 1 และตารางที่ 1



ภาพที่ 1 ดัชนีตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ

ที่มา: SET Market Analysis and Reporting Tool ,สถิติภาพรวมตลาด, เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2558, เข้าถึงจาก [www.sse.set/marketstatistics.html](http://www.sse.set/marketstatistics.html)

ตารางที่ 1 สถิติภาพรวมตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ

ข้อมูลตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ	2554	2555	2556	2557
มูลค่าซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน (ล้านบาท)	618.25	1,220.12	2,259.02	3,861.68
จำนวนรายการซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน (รายการ)	14,977	23,661	36,676	63,585

ที่มา : SET Market Analysis and Reporting Tool, สถิติภาพรวมตลาด, เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2558, เข้าถึงจาก [www.sse.set/marketstatistics.html](http://www.sse.set/marketstatistics.html)

ตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ สามารถซื้อและขายหลักทรัพย์ได้ 2 วิธี คือ ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่แนะนำการลงทุนด้านตลาดทุน(เจ้าหน้าที่การตลาด) และซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตหลังจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทำการเปิดให้มีการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต (Internet Trading) เมื่อเดือนมกราคม 2543 การซื้อขายแบบอินเทอร์เน็ตเหมาะกับนักลงทุนที่ต้องการความคล่องตัวในการตัดสินใจลงทุน เพราะสามารถส่งคำสั่งซื้อขายด้วยตนเอง พร้อมตรวจสอบสถานะคำสั่ง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยข่าว บทวิเคราะห์และเครื่องมือประกอบการตัดสินใจต่างๆ ทั้งนี้ควรเป็นคนที่เคยใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมาบ้าง หรือคนที่คิดว่าสามารถเรียนรู้การใช้คอมพิวเตอร์ได้ นักลงทุนที่ต้องการ

ความคล่องตัวในการตัดสินใจลงทุน เพราะสามารถส่งคำสั่งซื้อขายด้วยตนเอง พร้อมตรวจสอบสถานะคำสั่งวิเคราะห์ข้อมูลด้วยข่าว บทวิเคราะห์และเครื่องมือประกอบการตัดสินใจต่างๆ ทั้งนี้ควรเป็นคนที่เคยใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมาบ้าง หรือคนที่คิดว่าสามารถเรียนรู้การใช้คอมพิวเตอร์ได้ และนักลงทุนที่ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดหุ้นอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถตัดสินใจลงทุนซื้อขายหุ้นได้ทันท่วงที (settrade, 2558) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลส่วนนี้มาใช้ในการอภิปรายถึงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งตั้งแบบสอบถามในส่วนของ การเข้าถึงข้อมูลหลักทรัพย์ และการบริการ และการให้ข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์ ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการลงทุน และการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มาวิเคราะห์เพื่อออกแบบสอบถามในส่วนปัจจัยพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาดเอ็มเอไอในส่วนของสัดส่วนในการรับความเสี่ยงด้านการลงทุนจากผลการขาดทุนของเงินลงทุน และปัจจัยทางเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศที่ส่งผลในการตัดสินใจในการซื้อและขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ

ในช่วงแรกของการเปิดให้บริการสามารถส่งคำสั่งซื้อขายได้แค่เพียงช่วงตลาดเปิดเท่านั้น และได้มีการพัฒนาจนสามารถส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง (settrade, 2558) ดังที่ว่า กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้องค์กรธุรกิจต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อสภาพการแข่งขันที่เปลี่ยนไปส่งผลให้การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมิได้มีความท้าทายเพียงแค่มุมมองด้านการลดต้นทุนในการผลิต สำหรับอุตสาหกรรมบริษัทหลักทรัพย์ หมายถึงการลดจำนวนเจ้าหน้าที่แนะนำการลงทุน เพราะนักลงทุนรุ่นใหม่มีความรู้ความเข้าใจด้านการลงทุนเป็นอย่างดี และสามารถซื้อขายหลักทรัพย์ได้ด้วยตนเองผ่านทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงลดค่าค่าธรรมเนียมในการซื้อขายหลักทรัพย์เพื่อการแข่งขันกันในตลาดหลักทรัพย์ แต่การสร้างให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีหรือการออกสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ๆ ก่อนคู่แข่งก็เป็นเรื่องที่ทำนายของธุรกิจในการตอบสนองความคาดหวังที่มีอย่างไม่จำกัดของลูกค้า ในอุตสาหกรรมนี้จึงต้องมีแนวทางพัฒนาบุคลากร และระบบในการซื้อขายหลักทรัพย์ให้เหมาะสมและสอดคล้องต่อความต้องการของนักลงทุน (ShuiYee Wong & Kwai Sang Chin, 2007)

การลงทุน 'Theory of investment' การลงทุน (investment) หมายถึงการซื้อสังหาริมทรัพย์หรือหลักทรัพย์ของบุคคลหรือสถาบัน ซึ่งให้ผลตอบแทนเป็นสัดส่วนกับความเสี่ยงตลอดเวลาอันยาวนานประมาณ 10 ปี แต่อย่างต่ำไม่เกิน 3 ปี การลงทุนแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ มีดังนี้ (จิรัตน์ สังข์แก้ว, 2544)

1. การลงทุนเพื่อการบริโภค (consumer investment)
2. การลงทุนในธุรกิจ (business or economic investment)
3. การลงทุนในหลักทรัพย์ (financial or securities investment)

ทฤษฎีความเสี่ยงของการลงทุนในหลักทรัพย์ความเสี่ยง (Risk) หรือ ความไม่แน่นอน (uncertainty) เกิดขึ้นได้เมื่อสภาพที่ไม่อาจรู้ได้แน่นอนว่าจะเกิดอะไรขึ้น โอกาสที่ผลตอบแทนที่ได้รับจริง (Actual Return) ต่ำกว่าผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดหวังไว้ (Expected Return) อันเนื่องมาจากสาเหตุต่างๆ ผู้ลงทุนพยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยงหรือลดความเสี่ยงให้เหลือน้อยที่สุด ซึ่งแต่ละบุคคลยอมรับความเสี่ยงในระดับที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับความชอบทัศนคติ แรงจูงใจของผู้ลงทุนนั้นว่ามากน้อยเพียงใดซึ่งในการเลือกลงทุนที่ให้ผลตอบแทนที่ดี หากผู้ลงทุนพิจารณาถึงความเสี่ยงจากการลงทุน โดยพิจารณาเฉพาะแล้ว จะทำให้เกิดความผิดพลาดจากการลงทุนได้ปกติแล้วความเสี่ยงรวม (Total Risk) หาได้จากค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (นันทพงษ์ มยุรศักดิ์, 2555)

นักลงทุนทั้งประเภทบุคคลธรรมดาและสถาบันต่างมุ่งหวังในสิ่งเดียวกันคือผลตอบแทนจากการลงทุน ในอัตราที่น่าพอใจและคุ้มค่ากับการลงทุน รวมทั้งระดับความเสี่ยงจากการลงทุนที่ต้องแบกรับ เพื่อนักลงทุนจะได้นำเงินลงทุนและดอกผลที่เกิดขึ้นไปใช้ในการอุปโภคบริโภคตามเป้าหมายในอนาคต เช่น บ้านที่อยู่อาศัยเงินทุนเพื่อการศึกษาของบุตร เงินเพื่อการเกษียณอายุอย่างมีคุณค่า (สถาบันพัฒนาบุคลากรธุรกิจหลักทรัพย์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2546) ผลตอบแทนรวมจากการลงทุนควรคุ้มกับ ระยะเวลาที่ใช้ในการลงทุน ผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน การเสียโอกาสที่ยังไม่ได้ใช้เงินทันทีวันนี้แต่ต้องชะลอออกไปใช้ในอนาคต และระดับความเสี่ยงจากการลงทุนที่อาจเกิดผลขาดทุน (อิทธิเชษฐ์ วงศ์สวัสดิ์, 2553) ในการศึกษาแนวคิดพฤติกรรม นักลงทุนทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงพฤติกรรมของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ว่ามีลักษณะอย่างไร เพราะในปัจจุบัน การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์สามารถเข้าถึงกับนักลงทุนรายย่อยมากขึ้น และนักลงทุนรายย่อยมีพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แตกต่างกันออกไปตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้สุทธิต่อเดือน ทั้งนี้เพื่อนำไปออกแบบสอบถามของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ และสังคม

ทั้งนี้ การแข่งขันทางธุรกิจทั่วโลกนี้เป็นผลมาจากอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพและบริการ อีกทั้งความสามารถในการผลิตรวมถึงการปรับตัว เพื่อให้องค์กรธุรกิจปฏิบัติงานด้วยความคล่องตัวขึ้น (Morris & Kuratko, 2002) และจากการที่ตลาดทุนทั่วโลกมีการเชื่อมต่อกันมีการเปิดเสรีทางการเงินมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งจะมีการเชื่อมโยงซื้อขายใกล้ชิดยิ่งขึ้นกับประเทศในภูมิภาคอาเซียนทำให้ในช่วงที่ผ่านมาธุรกิจหลักทรัพย์ ได้มีการปรับตัวมาเป็นลำดับเพื่อเตรียมรับการเปิดเสรีค่าธรรมเนียมนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่เริ่มต้น ในปี 2555 ทั้งการควบรวมกัน รวมถึงการหารายได้จากช่องทาง-ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรง และโอกาสที่รายได้จะลดลง (สมาคมบริษัทหลักทรัพย์, 2555) การที่องค์กรธุรกิจยังคงอยู่รอดภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วหรือมีลักษณะความเป็นพลวัต (dynamism) นั้น การสร้างสรรค์นวัตกรรมรวมถึงมีการจัดการนวัตกรรมที่ดีเป็นวิธิต่างหนึ่งที่มีการกล่าวขานถึง (Dooley & Sullivan, 2003)

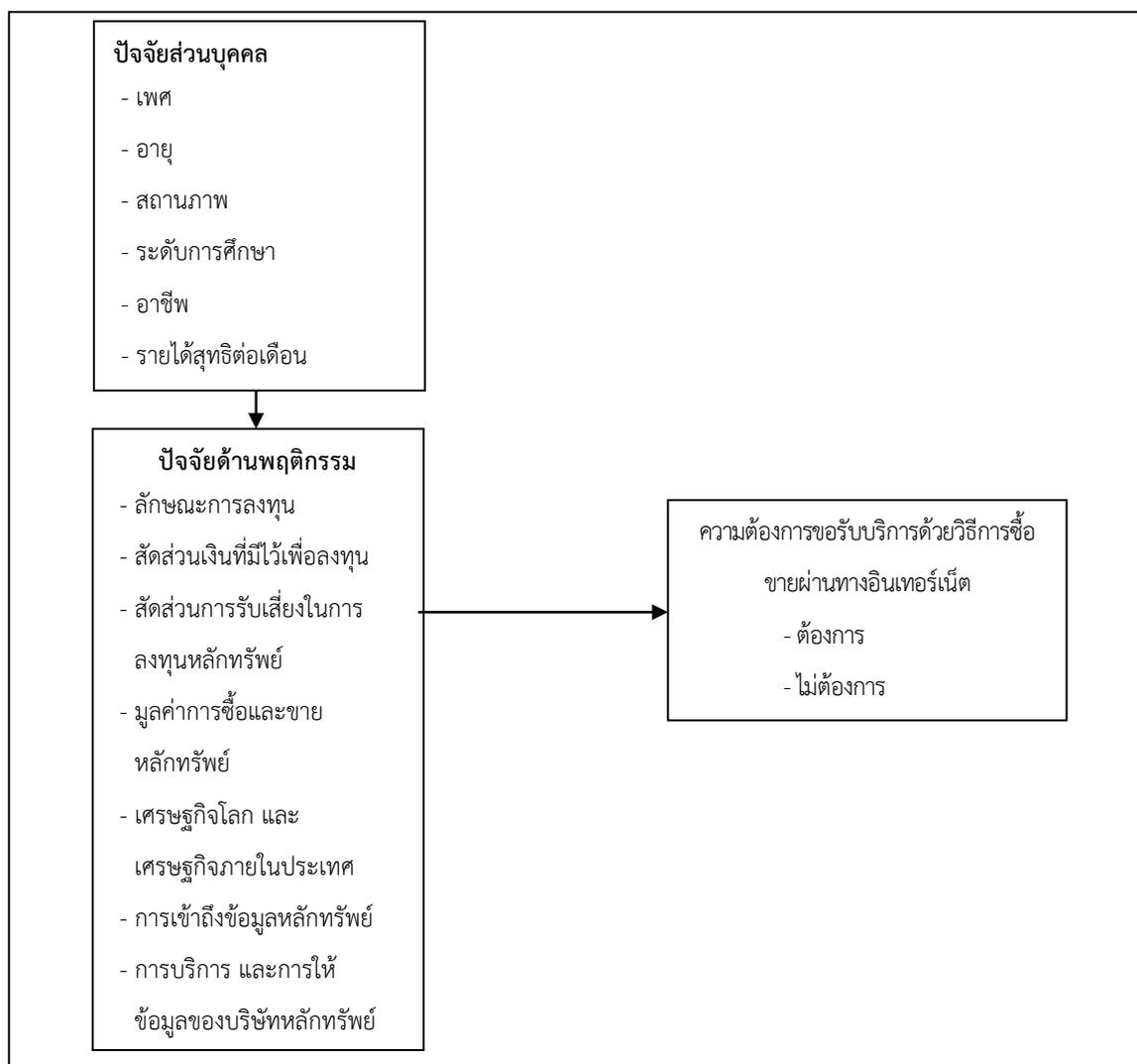
ดังนั้น จากปรากฏการณ์ข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาตัวแปรแต่ละตัวถึงพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่มีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักลงทุนภายในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ และนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติจะเป็นแรงขับเคลื่อนให้องค์กร มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ช่วยพัฒนาบริการใหม่ๆ อีกทั้งยังอำนวยความสะดวกในการพัฒนา นวัตกรรมขององค์กร และจากผลของการแลกเปลี่ยนความรู้ องค์กรสามารถบริหารข้อมูล สารสนเทศภายใต้บริบทธุรกิจที่ซับซ้อนได้ดี (Sharma et al, 2007) ในส่วนการสร้างสรรค์ นวัตกรรมก็มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความอยู่รอด ของธุรกิจ ในขณะที่นวัตกรรมด้านสินค้า (product innovation) และกระบวนการผลิตสินค้า (process innovation) เพื่อให้ความสามารถ แข่งขันกับองค์กรธุรกิจอื่นๆ ได้ใน สภาพแวดล้อมของเศรษฐกิจและสังคมที่กำลัง เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในทุกวันนี้ (Ar Ilker Murat and Birdogan Baki, 2011)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปด้านบุคคลและพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่ขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ

### กรอบแนวคิดของการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปและสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยที่เป็นการเชื่อมโยงประเด็นต่างๆอย่างบูรณาการ ดังนั้น กรอบแนวคิดการวิจัยได้แสดงอิทธิพลของตัวแปรต่างๆเพื่อให้ได้ซึ่งรูปแบบการบริการที่เหมาะสมในการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนภายในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวความคิด

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการหาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต พร้อมทั้งใช้วิธี Crosstab Chi-square ในการหาปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต

### สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่มีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต

### ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่ขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่เปิดในปี 2557 จำนวน 37,500 บัญชี โดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างแบบรู้จำนวนประชากรตามแนวคิดของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, อ้างถึงใน สุทธนุ ศรีไสย์, 2551) จะได้จำนวน 410 ชุด

ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ ได้แก่ ลักษณะการลงทุน สัดส่วนเงินออม และหลักทรัพย์ที่มีไว้เพื่อลงทุน สัดส่วนการรับความเสี่ยงด้านผลการขาดทุนของเงินลงทุน มูลค่าการซื้อและขายหลักทรัพย์ต่อครั้ง เศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจภายในประเทศ การเข้าถึงข้อมูลหลักทรัพย์ การบริการ และการให้ข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์ ตัวแปรตามคือ ความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วยแหล่งข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Internet Trading) โดยแนวทางการจัดการและนวัตกรรม แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุน และการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แนวคิดพฤติกรรมนักลงทุน

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบลักษณะทั่วไปด้านบุคคล และพฤติกรรมกรรมการลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่ขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ทราบปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่มีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาเป็นแนวทางการออกแบบบริการของบริษัทหลักทรัพย์ต่อไป

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### 1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่ซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบรู้จำนวนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น(95%) ตามแนวคิดของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, อ้างถึงใน สุทธนู ศรีไสย์,2551) จะได้จำนวน 410 ชุด

### 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งแบบสอบถามที่เป็น

กระดาษ และแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์เพื่อความสะดวกสบายของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด เพื่อใช้เป็นแบบสอบถามเรื่อง “การศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ”

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดย

การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมคำตอบจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่ซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 410 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้แจกแบบสอบถามด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถามที่เป็นกระดาษ ตามงานสัมมนาอบรมความรู้ด้านการลงทุนในหลักทรัพย์เพิ่มเติมของบริษัทหลักทรัพย์แห่งนี้ และแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์

### 4. การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมี

วิธีดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้ 1.การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยรวบรวมและตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถาม 2.การลงเลขรหัส (Coding) ผู้วิจัยนำข้อมูลในแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) เพื่อเตรียมบันทึกรหัสตามที่กำหนดไว้ในแบบสอบถามแต่ละส่วน 3.การประมวลข้อมูล (Processing) นำแบบสอบถามมาบันทึกลงโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Window version 22 (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อการวิจัยต่อไป

### 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 1.สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดัชนีความสอดคล้อง

ระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ในที่นี้ผู้วิจัยทำการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้เท่ากับ 0.870 2.การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive Analysis) ซึ่งแสดงในรูปของความถี่ โดยการใช้การหาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่อทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล 3.การวิเคราะห์สถิติอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อการทดสอบสมมติฐาน ที่การตั้งระดับความเชื่อมั่น 95 % 4.การทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย ยอมรับ  $H_0$  (เมื่อ  $P\text{-value} > 0.05$ ) คือ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 หรือไม่มีอิทธิพลต่อกัน และยอมรับ  $H_1$  (เมื่อ  $P\text{-value} \leq 0.05$ ) คือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือมีอิทธิพลต่อกัน

4.1 การทดสอบของไค-สแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของ 2 ตัวแปร ระหว่างปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ เช่น ลักษณะการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

สูตรคำนวณ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

4.2 สัมประสิทธิ์คราเมอร์ (Cramer's V) เป็นการหาค่าระดับของความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร ว่ามีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด แต่ไม่สามารถบอกทิศทางของความสัมพันธ์ได้ ทั้งนี้ ค่า V ที่คำนวณได้จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 โดยที่ค่า V ยิ่งใกล้ 1 ยิ่งมีความสัมพันธ์มาก ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2550)

$$V = \sqrt{\frac{\chi^2}{N \cdot \text{Minimum}(r-1 \text{ or } c-1)}}$$

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 63.70 และเป็นเพศหญิงจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30

อายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 46.60 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และน้อยที่สุด ได้แก่ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

สถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 รองลงมา ได้แก่ สถานภาพสมรส จำนวน 152 คิดเป็นร้อยละ 37.10 และน้อยที่สุดได้แก่ หย่า/หม้าย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.40

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 68.80 รองลงมา ได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 และน้อยที่สุด ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90

อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 53.90 รองลงมา ได้แก่ เจ้าของกิจการ/หุ้นส่วน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 และน้อยที่สุด ได้แก่ เกษียณ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 และอื่นๆ ได้แก่ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/นักลงทุน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90

รายได้สุทธิต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้สุทธิต่อเดือนระหว่าง 50,000-100,000 บาท จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 50.70 รองลงมา ได้แก่ รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 และน้อยที่สุด ได้แก่ มากกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ประเภทบัญชีหลักทรัพย์ที่ใช้ในการซื้อขาย ส่วนใหญ่เปิดประเภทบัญชีแคชบาลานซ์ จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 74.10 รองลงมา ได้แก่ บัญชีเงินสด จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 22.90 และน้อยที่สุด ได้แก่ เปิดบัญชีทั้ง 2 ประเภทบัญชี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90

ตารางที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของ นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ	จำนวน (n = 410)	ร้อยละ	ความต้องการขอรับบริการด้วย วิธีการซื้อขายผ่านทาง อินเทอร์เน็ต		
			$\chi^2$	V	P-value
1. ลักษณะการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ - ลงทุนระยะสั้น/เก็งกำไร (ระยะเวลาต่ำกว่า 3 เดือน) - ลงทุนระยะกลาง (ระยะเวลา 3-6 เดือน) - ลงทุนระยะยาว(มากกว่า 6 เดือนขึ้นไป)	187 159 64	45.60 38.80 15.60	197.869	0.695	0.000
2. สัดส่วนเงินที่มีไว้เพื่อลงทุนในตลาด หลักทรัพย์เอ็มเอไอเมื่อเทียบกับทรัพย์สิน - ต่ำกว่า ร้อยละ 10 - ร้อยละ 10 - 30 - ร้อยละ 30 - 60 - มากกว่าร้อยละ 60	84 188 104 34	20.50 45.90 25.40 8.30	238.802	0.763	0.000
3. สัดส่วนการรับความเสี่ยงด้านการขาดทุนใน ตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอเมื่อเทียบกับเงินลงทุน - ต่ำกว่า ร้อยละ 10 - ร้อยละ 10 - 20 - ร้อยละ 20 - 50 - มากกว่าร้อยละ 50	49 205 114 42	12.00 50.00 27.80 10.20	245.413	0.774	0.000
4. มูลค่าการซื้อขายและขายหลักทรัพย์ในตลาด หลักทรัพย์เอ็มเอไอในแต่ละครั้ง - น้อยกว่าหรือเท่ากับ 300,000 บาท - 300,001-500,000 บาท - 500,001-700,000 บาท - 700,001-1,000,000 บาท - มากกว่า 1,000,000 บาท	336 46 20 5 3	82.00 11.20 4.90 1.20 0.70	106.239	0.509	0.000
5. เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศที่ ส่งผล ต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ในตลาด หลักทรัพย์เอ็มเอไอ	18	4.40			

- เศรษฐกิจในต่างประเทศ	251	61.20	109.663	0.51	0.000
- เศรษฐกิจภายในประเทศ	24	5.90			
- อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	11	2.70			
- การเมืองและนโยบายของรัฐบาลต่างประเทศ	75	18.30			
- การเมืองและนโยบายของรัฐบาลในประเทศ	25	6.10			
- ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศ	6	1.50			
- กระแสเงินต่างชาติในตลาดหลักทรัพย์ฯ					
6. การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ที่ส่งผลกระทบต่อ การ ตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ในตลาด หลักทรัพย์เอ็มเอไอ	46	11.20			
- ห้องสมุดมารวย และ ตลาดหลักทรัพย์ฯ	208	50.70			
- ข้อมูลข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์	9	2.20	209.780	0.715	0.000
- ทางโทรศัพท์, วิทยุ	95	23.20			
- บริษัทหลักทรัพย์	52	12.70			
- เจ้าหน้าที่แนะนำการลงทุนด้านตลาดทุน					
7. การบริการและการให้ข้อมูลของบริษัท หลักทรัพย์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทาง อินเทอร์เน็ตที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อและขาย หลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ					
- การให้ข้อมูลหลักทรัพย์รายตัว และบทวิเคราะห์ หลักทรัพย์ต่างๆ	284	69.30			
- การให้ข้อมูลการซื้อขายหลักทรัพย์	56	13.70			
- รูปแบบ บริการธุรกรรมการซื้อขาย หลักทรัพย์ที่หลากหลายนอกเหนือจากโปรแกรม มาตรฐานที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ กำหนดให้มี	32	7.80	45.232	0.332	0.000
- มีธุรกรรมทางการเงินผ่านทางช่องทาง อินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ได้	17	4.10			
- ความปลอดภัยด้านการใช้ระบบธุรกรรมการซื้อขาย ผ่านอินเทอร์เน็ต	21	5.10			

ที่มา : จากการสำรวจโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่าง 410 คน สามารถแยกพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ ได้ ดังนี้

ลักษณะการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ ส่วนใหญ่ลงทุนสั้น/เก็งกำไร (ระยะเวลาต่ำกว่า 3 เดือน) จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 45.60 รองลงมา ได้แก่ ลงทุนระยะกลาง (ระยะเวลา 3-6 เดือน) จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 และน้อยที่สุด ได้แก่ ลงทุนระยะยาว (มากกว่า 6 เดือนขึ้นไป) จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 มีค่า  $\chi^2$  ทางสถิติได้ค่าเท่ากับ 197.869 และมีค่า P-value = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ประชากรที่มีลักษณะการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอมีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองกลุ่ม โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า มีค่าร้อยละ 69.50 แสดงว่าตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง

สัดส่วนเงินที่มีไว้เพื่อลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอเมื่อเทียบกับทรัพย์สิน ส่วนใหญ่เลือกระหว่าง ร้อยละ 10-30 จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 45.90 รองลงมา ได้แก่ ร้อยละ 30-60 จำนวน 104 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.40 และน้อยที่สุด ได้แก่ มากกว่าร้อยละ 60 จำนวน 34 คิดเป็นร้อยละ 8.30 มีค่า  $\chi^2$  ทางสถิติได้ ค่าเท่ากับ 238.802 และมีค่า P-value = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ประชากรที่มีสัดส่วนเงินที่มีไว้เพื่อลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอเมื่อเทียบกับ ทรัพย์สินมีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และ เมื่อวัดค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองกลุ่ม โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า มีค่าร้อยละ 76.30 แสดงว่า ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง

สัดส่วนการรับความเสี่ยงด้านการขาดทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอเมื่อเทียบกับเงินลงทุน ส่วนใหญ่ เลือกระหว่างร้อยละ 10-20 จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา ได้แก่ ร้อยละ 20-50 จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 และน้อยที่สุด ได้แก่ มากกว่าร้อยละ 42 คิดเป็นร้อยละ 10.20 มีค่า  $\chi^2$  ทางสถิติได้ ค่าเท่ากับ 245.413 และมีค่า P-value = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ประชากรที่มีสัดส่วนการรับความเสี่ยงด้านการขาดทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ เมื่อเทียบกับเงินลงทุนมีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทาง อินเทอร์เน็ต และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองกลุ่ม โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า มีค่า ร้อยละ 77.40 แสดงว่าตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงมาก

มูลค่าการซื้อและขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่เลือกน้อยกว่าหรือ เท่ากับ 300,000 บาท จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมา ได้แก่ 300,001-500,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 และน้อยที่สุด ได้แก่ 700,001-1,000,000 บาท และมากกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70 มีค่า  $\chi^2$  ทางสถิติได้ค่าเท่ากับ 106.239 และมีค่า P-value = 0.000 ซึ่งมี ค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ประชากรที่มีมูลค่าการซื้อและ ขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอในแต่ละครั้งมีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขาย หลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองกลุ่ม โดยใช้

สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า มีค่าร้อยละ 50.90 แสดงว่าตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ หลักทรัพย์เอ็มเอไอ ส่วนใหญ่เลือก เศรษฐกิจภายในประเทศ จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 61.20 รองลงมา ได้แก่ การเมืองและนโยบายของรัฐบาลภายในประเทศ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 และน้อยที่สุด ได้แก่ กระแสเงินต่างชาติในตลาดหลักทรัพย์ฯ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 มีค่า  $\chi^2$  ทางสถิติได้ค่าเท่ากับ 109.663 และมีค่า P-value = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือประชาชนที่เลือกเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอมีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองกลุ่ม โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า มีค่าร้อยละ 51.70 แสดงว่าตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ ส่วนใหญ่เลือก ข้อมูลข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 50.70 รองลงมา ได้แก่ บริษัทหลักทรัพย์ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 และน้อยที่สุด ได้แก่ ทางโทรทัศน์, วิทยุ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 มีค่า  $\chi^2$  ทางสถิติได้ค่าเท่ากับ 209.780 และมีค่า P-value = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน 1 นั่นคือ ประชาชนที่เลือกการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอมีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองกลุ่ม โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า มีค่าร้อยละ 71.50 แสดงว่าตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง

การบริการและการให้ข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ ส่วนใหญ่เลือกการให้ข้อมูลหลักทรัพย์รายตัว และบทวิเคราะห์หลักทรัพย์ต่างๆ จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 69.30 รองลงมา ได้แก่ บริการธุรกรรม การซื้อและขายหลักทรัพย์ที่หลากหลายนอกเหนือจากโปรแกรมมาตรฐานที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ กำหนดให้มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีธุรกรรมทางการเงินผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์ได้ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.10 ค่า  $\chi^2$  ทางสถิติได้ค่าเท่ากับ 45.232 และมีค่า P-value = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ประชาชนที่เลือกการบริการและการให้ข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอมีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองกลุ่ม โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า มีค่าร้อยละ 33.20 แสดงว่าตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมพบว่า นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่ขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ลูกจ้างหรือพนักงานเอกชน รายได้สุทธิต่อเดือน 50,000 – 100,000 บาท ลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตช่องทางเดียว เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ประเภทบัญชีแคชบาลานซ์

สำหรับลักษณะการลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนระยะสั้น/เก็งกำไร (ระยะเวลาต่ำกว่า 3 เดือน) สัดส่วนเงินที่มีไว้เพื่อลงทุนเมื่อเทียบกับทรัพย์สิน ส่วนใหญ่ร้อยละ 10-30 สัดส่วนการรับความเสี่ยงด้านการขาดทุนเมื่อเทียบกับเงินลงทุน ส่วนใหญ่ร้อยละ 10-20 มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 300,000 บาท เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ ส่วนใหญ่เลือกเศรษฐกิจภายในประเทศ การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ ส่วนใหญ่เลือกข้อมูลข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์ และการบริการและการให้ข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์ในการซื้อและขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ ส่วนใหญ่เลือก การให้ข้อมูลหลักทรัพย์รายตัว และบทวิเคราะห์หลักทรัพย์ ซึ่งเมื่อพิจารณาระหว่าง ปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ และความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมทั้งหมดมีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

## การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ” เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่มีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการลงทุนซึ่งได้แก่ ลักษณะการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ สัดส่วนเงินที่มีไว้เพื่อลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอเมื่อเทียบกับทรัพย์สิน สัดส่วนการรับความเสี่ยงด้านการขาดทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอเมื่อเทียบกับเงินลงทุน มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอในแต่ละครั้ง เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์หลักทรัพย์เอ็มเอไอ การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ การบริการและการให้ข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ มีอิทธิพลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตทั้งหมด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรุดม มั่นผลสุข (2558) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการใช้อีเลิร์นนิ่ง ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมใช้อีเลิร์นนิ่ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยเฉลี่ยมีพฤติกรรม การเข้าใช้งานระบบอีเลิร์นนิ่ง 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ส่วนใหญ่มีการใช้งานในช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. เวลาในการใช้งานแต่ละครั้ง ใช้เวลาครั้งละ 1-2 ชั่วโมง โดยมีการใช้งานผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในคีย์บอร์ดมากที่สุด

สอดคล้องงานวิจัยของสุมาลี เรืองกัน (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ พบว่า แหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินออมของตนเอง โดยมีลักษณะการลงทุนเป็นการลงทุนระยะสั้น มีการลงทุนในหลักทรัพย์เพื่อต้องการผลตอบแทนที่มากกว่าการฝากเงินไว้กับธนาคารพาณิชย์ โดยมองว่าการลงทุนในหลักทรัพย์ เป็นแหล่งการลงทุนที่ได้ผลตอบแทนที่รวดเร็วและมีความเสี่ยง การลงทุนส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นการทำกำไรระยะสั้น ไม่ถือหลักทรัพย์ไว้นาน ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวส่งผลให้ตลาดหลักทรัพย์ฯ ของไทยยังมีลักษณะผันผวนไม่มีเสถียรภาพเท่าที่ควรเนื่องจากสัดส่วนของนักลงทุนระยะสั้นและนักเก็งกำไรมากกว่านักลงทุนระยะปานกลางและ อีกทั้งยังมีปัจจัยทางด้านการเมืองในประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจในการเลือกซื้อขายหลักทรัพย์รองมาคือปัจจัยทางด้านตัวเลขเศรษฐกิจต่างๆ งานวิจัยของสุมาลี เรืองกัน (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ได้แก่ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET), มูลค่าซื้อขายหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (TVOL) และอัตราส่วนราคาปิดต่อกำไรสุทธิของตลาด(PE) โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### ข้อเสนอแนะ

**ข้อเสนอแนะงานวิจัย** ปัจจุบันอุตสาหกรรมบริษัทหลักทรัพย์มีการแข่งขันกันสูงในด้านของค่าธรรมเนียมในการซื้อขายหลักทรัพย์เพราะสามารถต่อรองอัตราค่าธรรมเนียมกับลูกค้าได้อย่างเสรีหลังจากเปิดเสรีค่าธรรมเนียมเมื่อปี 2555 ทำให้คู่แข่งหน้าใหม่ที่เข้ามาต่างใช้กลยุทธ์ด้านราคาในการแข่งขัน แต่ผู้แข่งขันเดิมที่อยู่ในตลาดมาก่อนได้ทำตามนโยบายของสมาคมบริษัทหลักทรัพย์ที่ขอความร่วมมือให้ยังคงรักษาฐานของอัตราค่าธรรมเนียมในการซื้อขายหลักทรัพย์ แต่ทั้งนี้ในอนาคตคู่แข่งใหม่จะมีการแข่งขันด้านราคาสูงมากขึ้นผู้แข่งขันเดิมจึงต้องปรับตัวให้ได้ในสภาวะการแข่งขันที่สูง ผลการศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนภายในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอสามารถสรุปข้อเสนอได้ ดังนี้

1. ได้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคล และ ด้านพฤติกรรมการลงทุนนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ ที่ขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะสื่อสารภายในองค์กรควรสร้างความเข้าใจร่วมกัน โดยการกำหนดไว้ตั้งแต่ในระดับนโยบาย วิสัยทัศน์ของผู้บริหารเป็นเรื่องที่สำคัญมาก หากผู้บริหารให้ความสำคัญกับการบริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต จะส่งผลถึงการปฏิบัติของพนักงานทุกระดับ เพื่อจะทำรูปแบบการบริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายจะส่งผลให้องค์กรจะมีโอกาสประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

2. ได้ทราบถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อความต้องการขอรับบริการซื้อและขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ รวมถึงการบริการที่ทำให้นักลงทุนพึงพอใจในรูปแบบที่แตกต่างกันไป สามารถนำมาวิเคราะห์เป็นแนวทางสำหรับบริษัทหลักทรัพย์ เพื่อสร้างและพัฒนาการบริการที่ดีให้เหมาะสมกับนักลงทุนก่อให้เกิดซึ่งความจงรักภักดีที่นักลงทุนมีต่อบริษัท

หลักทรัพย์ หรือ เจ้าหน้าที่แนะนำการลงทุนด้านตลาดทุนเพื่อนำมาแข่งขันกับคู่แข่งที่ใช้กลยุทธ์การแข่งขันทางด้านราคา

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอที่ขอรับบริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ถ้าต้องการให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ได้กว้างขวางยิ่งขึ้นควรเพิ่มการศึกษา เช่น

1. ควรศึกษาถึงความต้องการขอรับบริการซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยวิธีการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมด และความต้องการของนักลงทุนในเรื่องของบริการเพิ่มเติมที่อยากจะให้บริษัทหลักทรัพย์สร้างหรือพัฒนาขึ้นมาใหม่

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างบริการแต่ละรูปแบบของบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ และวางแผนพัฒนาปรับปรุงบริการให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

3. ควรที่จะศึกษานวัตกรรมและเทคโนโลยีของธุรกิจด้านการเงินการลงทุน เพราะในอนาคตการบริการทางการเงินจะสามารถเข้าถึงได้ง่าย และสะดวกมากยิ่งขึ้นจึงควรสร้างแนวทางต่างๆให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

### เอกสารอ้างอิง

#### ภาษาไทย

จิรัตน์ สังข์แก้ว. (2544). การลงทุน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นันทพงษ์ มยุรศักดิ์. (2555). "การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน ความเสี่ยง การประเมินราคาหุ้นและการจัดพอร์ตการลงทุน ในหุ้นกลุ่มพลังงาน โดยวิธี CAPM". การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

วรวิมล มั่นผลสุข. " การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการใช้อีเลิร์นนิ่ง ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร". วารสารวิชาการ Veridian E- Journal.SU Vol.8 No.3 September-December (2016).

ญาณิศา เผื่อนเพาะ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2557). "การให้ความหมาย รูปแบบและกระบวนการออมของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร".

วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. ปีที่ 7, ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม) : 258-261.

พิจิตรา นพูนุ่ม และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2558). "การให้ความหมายและที่มาของความหมาย กระบวนการออมเงิน ปัญหาและอุปสรรค ในการออมเงิน ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของข้าราชการองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาญจนบุรี". วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. ปีที่ 8, ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน) : 406-411

ศุภชัย ศรีสุชาติ. (2547). ตลาดหุ้นในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2558). **ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับตลาดการเงิน และการลงทุนในหลักทรัพย์สำหรับผู้ขายหลักทรัพย์**. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สมาคมบริษัทหลักทรัพย์. (2555). “เปิดเสรีค่าคอมมิชชั่น”. **หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ**. วันที่ 5 มกราคม 2555

สุทธนู ศรีไสย์. (2551). **สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุมาลี เรืองกัน. (2555). “ปัจจัยที่มีผลต่อดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ”. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคาแหง.

อิทธิเชษฐ วงศ์สวัสดิ์. (2553). “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของ นักลงทุนใหม่ต้องการลงในหลักทรัพย์”. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

### ภาษาต่างประเทศ

Ar, Ilker Murat; Birdogan Baki. (2011). “Antecedents and performance impacts of product versus process innovation”. **European Journal of Innovation Management**, 14(2): 172-206.

Dooley, L., & Sullivan, D. O. (2003). “Developing a software infrastructure to support systematic innovation through effective management”. **Technovation**, 2: 689-704.

Morris, M. H. and D. F. Kuratko (2002). “Corporate Entrepreneurship”. OH: South-Western College Publishers.

Sharma, Ravi S, Siddiqui, Aijaz, Atul, Singh, Rajdeep (2007). “Leveraging Knowledge Management for Growth: A Case Study of Tata Consultancy”. **Journal of Information Technology Case and Application Research**, 9(4): 29-65.

SET Market Analysis and Reporting Tool.(2558). **สถิติภาพรวมตลาด**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2558. เข้าถึงจาก [www.sse.set/marketstatistics.html](http://www.sse.set/marketstatistics.html)

settrade. (2558). **รู้จักกับInternet trading**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2558. เข้าถึงจาก <http://www.settrade.com/brokerpage/IPO/StaticPage/microsite/streaming/about.html>

Wong, S. Y., & Chin, K. S., (2007). “Organizational innovation management An organization-wide perspective”. **Industrial Management & Data Systems**, 107(9): 1.