

ภาคผนวก ค

ตารางผลการศึกษา

ตารางที่ 1

แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์  
ในด้านบริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน

| พฤติกรรมการใช้บริการ                       | จำนวน(คน) | ร้อยละ | Market Share(%) |
|--------------------------------------------|-----------|--------|-----------------|
| บริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน |           |        |                 |
| บล.กิมเ็ง จำกัด (มหาชน)                    | 59        | 14.8   | 8.02            |
| บล.เอเชีย พลัส จำกัด (มหาชน)               | 32        | 8.0    | 5.74            |
| บล.ภัทร จำกัด (มหาชน)                      | 11        | 2.8    | 5.72            |
| บล.ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)                | 20        | 5.0    | 5.10            |
| บล.เคจีไอ จำกัด (มหาชน)                    | 34        | 8.5    | 4.16            |
| บล.บัวหลวง จำกัด (มหาชน)                   | 16        | 4.0    | 3.67            |
| บล.กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)             | 22        | 5.5    | 3.53            |
| บล.ธนาชาติ จำกัด (มหาชน)                   | 16        | 4.0    | 3.47            |
| บล.บีพีท จำกัด (มหาชน)                     | 13        | 3.3    | 3.43            |
| บล.ทิสโก้ จำกัด (มหาชน)                    | 77        | 19.3   | 3.03            |
| บล.พัฒนสิน จำกัด (มหาชน)                   | 36        | 9.0    | 2.45            |
| บล.ฟาร์อีสท์ จำกัด                         | 9         | 2.3    | 1.27            |
| บล.ฟินันซ่า จำกัด                          | 4         | 1.0    | 1.68            |
| บล.ซีมิโก้ จำกัด (มหาชน)                   | 8         | 2.0    | 3.01            |
| บล.ฟิลลิป (ประเทศไทย) จำกัด(มหาชน)         | 3         | .8     | 3.12            |
| บล.เกียรตินาคิน จำกัด                      | 1         | .3     | 1.34            |
| บล.ทรินิตี้ จำกัด                          | 20        | 5.0    | 2.12            |
| บล.บีที จำกัด                              | 4         | 1.0    | 1.50            |
| บล.กลีกรไทย จำกัด                          | 15        | 3.8    | 1.06            |
| รวม                                        | 400       | 100.0  | 100.0           |

ตารางที่ 2

แสดงจำนวน ร้อยละ และคะแนนถ่วงน้ำหนัก ของข้อมูลการบริการที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการกับบริษัทหลักทรัพย์อยู่เช่นเดิม

| บริการที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการ             | ลำดับที่ 1    |        |                         | ลำดับที่ 2    |        |                         | ลำดับที่ 3    |        |                         | รวม              | ลำดับ |
|-------------------------------------------------|---------------|--------|-------------------------|---------------|--------|-------------------------|---------------|--------|-------------------------|------------------|-------|
|                                                 | จำนวน<br>(คน) | ร้อยละ | รวมคะแนน<br>ถ่วงน้ำหนัก | จำนวน<br>(คน) | ร้อยละ | รวมคะแนน<br>ถ่วงน้ำหนัก | จำนวน<br>(คน) | ร้อยละ | รวมคะแนน<br>ถ่วงน้ำหนัก | คะแนน<br>ทั้งหมด | ที่   |
| ให้ดูข้อมูลราคาหลักทรัพย์เป็น real time         | 144           | 36.0   | 432                     | 97            | 24.3   | 194                     | 54            | 13.5   | 54                      | 680              | 1     |
| ให้ดูข้อมูลแบบ real time เช่น Bisnews,e-finance | 62            | 15.5   | 186                     | 155           | 38.8   | 310                     | 68            | 17.0   | 68                      | 564              | 2     |
| ที่นั่งประจำในห้องค้า พร้อมที่จอดรถ             | 54            | 13.5   | 162                     | 9             | 2.3    | 18                      | 31            | 7.8    | 31                      | 211              | 6     |
| ของขวัญ/ของที่ระลึกแจกในเทศกาล                  | 2             | 0.5    | 6                       | 6             | 1.5    | 12                      | 20            | 5.0    | 20                      | 38               | 7     |
| การจัดสรรหุ้นจอง                                | 45            | 11.3   | 135                     | 45            | 11.3   | 90                      | 52            | 13.0   | 52                      | 277              | 4     |
| สัมมนา/อบรมเพิ่มเติม                            | 30            | 7.5    | 90                      | 54            | 13.5   | 108                     | 97            | 24.3   | 97                      | 295              | 3     |
| เอกสารต่างๆทางไปรษณีย์                          | -             | -      | 0                       | 2             | 0.5    | 4                       | 29            | 7.3    | 29                      | 33               | 8     |
| บทวิเคราะห์ทั้งในและต่างประเทศ                  | 44            | 11.0   | 132                     | 30            | 7.5    | 60                      | 45            | 11.3   | 45                      | 237              | 5     |
| ระบบอินเทอร์เน็ต                                | 9             | 2.3    | 27                      | -             | -      | 0                       | -             | -      | -                       | 27               | 9     |
| เจ้าหน้าที่การตลาดแจ้งราคาหุ้นและข่าวสารตลอด    | 5             | 1.3    | 15                      | 2             | 0.5    | 4                       | 2             | 0.5    | 2                       | 21               | 10    |
| ความรวดเร็วในการซื้อขาย                         | 4             | 1.0    | 12                      | -             | -      | 0                       | -             | -      | -                       | 12               | 11    |
| ความซื่อสัตย์ของเจ้าหน้าที่การตลาด              | 1             | 0.3    | 3                       | -             | -      | 0                       | -             | -      | -                       | 3                | 12    |
| เครื่องดื่ม/อาหารว่าง                           | -             | -      | 0                       | -             | -      | 0                       | 2             | 0.5    | 2                       | 2                | 13    |
| รวม                                             | 400           | 100.0  |                         | 400           | 100.0  |                         | 400           | 100.0  |                         |                  |       |

หมายเหตุ : คะแนนถ่วงน้ำหนักของลำดับที่ 1 เท่ากับ 3 คะแนนถ่วงน้ำหนักของลำดับที่ 2 เท่ากับ 2 และคะแนนถ่วงน้ำหนักของลำดับที่ 3 เท่ากับ 1

ตารางที่ 3

แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ยังเลือกใช้บริการบริษัท  
หลักทรัพย์เดิม กรณีที่ค่าคอมมิชชันสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

| ความคิดเห็น                                                                                                 | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|
| สาเหตุที่ยังเลือกใช้บริการกับบริษัทหลักทรัพย์เดิม *                                                         |           |        |
| มีความคุ้นเคยกับเจ้าหน้าที่การตลาดมานานและเจ้าหน้าที่<br>การตลาดดูแลเอาใจใส่ดี                              | 120       | 55.8   |
| บริษัทมีชื่อเสียงมากกว่าบริษัทอื่น                                                                          | 13        | 6.0    |
| บริษัทมีบทวิเคราะห์แนะนำการลงทุนที่ดี                                                                       | 53        | 24.7   |
| ไม่อยากยุ่งยาก เสียเวลา ในการเปิดบัญชีใหม่                                                                  | 47        | 21.9   |
| สะดวกที่จะใช้บริการภายหลังจากกับบริษัทเดิม                                                                  | 17        | 7.9    |
| บริษัทเดิมมีบริการ ผลิตภัณฑ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่<br>หลากหลายให้เลือกใช้บริการได้อยู่แล้ว                | 28        | 13.0   |
| บริษัทมีระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว ใช้งานง่ายดี                                               | 33        | 15.3   |
| รวม                                                                                                         | 215       | 100.0  |
| บริการเพิ่มเติมที่ต้องการจากบริษัทหลักทรัพย์เดิม เพื่อทดแทนค่า<br>คอมมิชชันที่สูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น * |           |        |
| โปรโมชั่นส่งเสริมการขาย                                                                                     | 39        | 18.1   |
| ให้ข้อมูลประกอบการลงทุนเพิ่มมากขึ้น                                                                         | 128       | 59.5   |
| พัฒนาระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต สะดวกต่อการใช้งานมาก<br>ขึ้น                                            | 55        | 25.6   |
| จัดให้มีอบรม/สัมมนาความรู้มากขึ้น                                                                           | 36        | 16.7   |
| มีการ SMS MMS รายงานข้อมูลข่าวสาร ภาวะตลาด และยืนยัน<br>การซื้อขายทุกวัน                                    | 43        | 20.0   |
| มีอาหารและเครื่องดื่มบริการ เช่น ชา,กาแฟ,ขนมว่าง                                                            | 5         | 2.3    |
| รวม                                                                                                         | 215       | 100.0  |

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 (ข้อ 18 และ 19)

หมายเหตุ: \* เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคิดร้อยละจาก n = 215 คน

ตารางที่ 4

แสดงจำนวน ร้อยละ และคะแนนถ่วงน้ำหนัก ของข้อมูลบริการที่ไม่จำเป็นหรือสามารถตัดออกได้เพื่อแลกกับการคิดค่าคอมมิชชั่นที่ถูกลง

| บริการที่ไม่จำเป็นหรือสามารถตัดออกได้<br>เพื่อแลกกับการคิดค่าคอมมิชชั่นที่ถูกลง | ลำดับที่ 1    |        |                         | ลำดับที่ 2    |        |                         | ลำดับที่ 3    |        |                         | รวม              | ลำดับ<br>ที่ |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------|-------------------------|---------------|--------|-------------------------|---------------|--------|-------------------------|------------------|--------------|
|                                                                                 | จำนวน<br>(คน) | ร้อยละ | รวมคะแนน<br>ถ่วงน้ำหนัก | จำนวน<br>(คน) | ร้อยละ | รวมคะแนน<br>ถ่วงน้ำหนัก | จำนวน<br>(คน) | ร้อยละ | รวมคะแนน<br>ถ่วงน้ำหนัก | คะแนน<br>ทั้งหมด |              |
| ให้ดูข้อมูลราคาหลักทรัพย์เป็น real time                                         | 3             | 1.6    | 9                       | 4             | 2.2    | 8                       | 5             | 2.7    | 5                       | 22               | 6            |
| ให้ดูข้อมูลแบบ real time เช่น Bisnews,<br>e-finance                             | 2             | 1.1    | 6                       | 5             | 2.7    | 10                      | 4             | 2.2    | 4                       | 20               | 7            |
| ที่นั่งประจำในห้องค้า พร้อมทั้งจอดรถ                                            | 69            | 37.3   | 207                     | 20            | 10.8   | 40                      | 32            | 17.3   | 32                      | 279              | 2            |
| ของขวัญ/ของที่ระลึกแจกในเทศกาล                                                  | 54            | 29.2   | 162                     | 83            | 44.9   | 166                     | 21            | 11.4   | 21                      | 349              | 1            |
| การจัดสรรหุ้นจอง                                                                | 19            | 10.3   | 57                      | 29            | 15.7   | 58                      | 44            | 23.8   | 44                      | 159              | 4            |
| สัมมนา/อบรมเพิ่มเติม                                                            | 6             | 3.2    | 18                      | 25            | 13.5   | 50                      | 33            | 17.8   | 33                      | 101              | 5            |
| เอกสารต่างๆทางไปรษณีย์                                                          | 32            | 17.3   | 96                      | 18            | 9.7    | 36                      | 42            | 22.7   | 42                      | 174              | 3            |
| เครื่องดื่ม/อาหารว่าง                                                           | -             | -      | 0                       | 1             | 0.5    | 2                       | 4             | 2.2    | 4                       | 6                | 8            |
| รวม                                                                             | 185           | 100.0  |                         | 185           | 100.0  |                         | 185           | 100.0  |                         |                  |              |

หมายเหตุ : คะแนนถ่วงน้ำหนักของลำดับที่ 1 เท่ากับ 3 คะแนนถ่วงน้ำหนักของลำดับที่ 2 เท่ากับ 2 และคะแนนถ่วงน้ำหนักของลำดับที่ 3 เท่ากับ 1

ที่มา : จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 (ข้อ 21)

ตารางที่ 5

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เดิม  
กรณีที่ค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

|                                                |              | เพศ   |       | รวม    |
|------------------------------------------------|--------------|-------|-------|--------|
|                                                |              | ชาย   | หญิง  |        |
| ยังใช้บริการกับบริษัท<br>หลักทรัพย์เดิมหรือไม่ | ใช้บริการ    | 122   | 93    | 215    |
|                                                |              | 56.7% | 43.3% | 100.0% |
|                                                | ไม่ใช้บริการ | 110   | 75    | 185    |
|                                                |              | 59.5% | 40.5% | 100.0% |
| รวม                                            |              | 232   | 168   | 400    |
|                                                |              | 58.0% | 42.0% | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 0.301      Sig = 0.583

ตารางที่ 6

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เดิม  
กรณีที่ค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

|                                                        |                  | อายุ           |          |          |             | รวม    |
|--------------------------------------------------------|------------------|----------------|----------|----------|-------------|--------|
|                                                        |                  | น้อยกว่า 30 ปี | 30-49 ปี | 50-59 ปี | 60 ปีขึ้นไป |        |
| ยังใช้บริการ<br>กับบริษัท<br>หลักทรัพย์<br>เดิมหรือไม่ | ใช้บริการ        | 55             | 91       | 49       | 20          | 215    |
|                                                        |                  | 25.6%          | 42.3%    | 22.8%    | 9.3%        | 100.0% |
|                                                        | ไม่ใช้<br>บริการ | 63             | 62       | 27       | 33          | 185    |
|                                                        |                  | 34.1%          | 33.5%    | 14.6%    | 17.8%       | 100.0% |
| รวม                                                    |                  | 118            | 153      | 76       | 53          | 400    |
|                                                        |                  | 29.5%          | 38.3%    | 19.0%    | 13.3%       | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 13.422      Sig = 0.000

ตารางที่ 7

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เดิม  
กรณีที่ค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

|                                                        |        | ระดับการศึกษา    |           |          |           | รวม    |
|--------------------------------------------------------|--------|------------------|-----------|----------|-----------|--------|
|                                                        |        | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท | ปริญญาเอก |        |
| ยังใช้บริการ<br>กับบริษัท<br>หลักทรัพย์<br>เดิมหรือไม่ | ใช้    | 20               | 106       | 87       | 2         | 215    |
|                                                        | บริการ | 9.3%             | 49.3%     | 40.5%    | 0.9%      | 100.0% |
|                                                        | ไม่ใช้ | 13               | 120       | 52       | 0         | 185    |
|                                                        | บริการ | 7.0%             | 64.9%     | 28.1%    | 0.0%      | 100.0% |
| รวม                                                    |        | 33               | 226       | 139      | 2         | 400    |
|                                                        |        | 8.3%             | 56.5%     | 34.8%    | 0.5%      | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 10.977 Sig = 0.010

ตารางที่ 8

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เดิม  
กรณีที่ค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

|                                                                |        | อาชีพ            |                            |                            |                                 |                     |          |        | รวม    |
|----------------------------------------------------------------|--------|------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------------------|---------------------|----------|--------|--------|
|                                                                |        | ข้าราชการ<br>การ | พนักงาน<br>รัฐวิสาห<br>กิจ | พนักงาน<br>บริษัท<br>เอกชน | เจ้าของกิจการ/<br>ธุรกิจส่วนตัว | พ่อบ้าน/<br>แม่บ้าน | นักลงทุน | เกษียณ |        |
| ยังใช้<br>บริการ<br>กับบริษัท<br>หลักทรัพย์<br>เดิม<br>หรือไม่ | ใช้    | 6                | 8                          | 110                        | 69                              | 9                   | 8        | 5      | 215    |
|                                                                | บริการ | 2.8%             | 3.7%                       | 51.2%                      | 32.1%                           | 4.2%                | 3.7%     | 2.3%   | 100.0% |
|                                                                | ไม่ใช้ | 19               | 8                          | 94                         | 45                              | 11                  | 8        | 0      | 185    |
|                                                                | บริการ | 10.3%            | 4.3%                       | 50.8%                      | 24.3%                           | 5.9%                | 4.3%     | 0.0%   | 100.0% |
| รวม                                                            |        | 25               | 16                         | 204                        | 114                             | 20                  | 16       | 5      | 400    |
|                                                                |        | 6.3%             | 4.0%                       | 51.0%                      | 28.5%                           | 5.0%                | 4.0%     | 1.3%   | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 16.108 Sig = 0.005

ตารางที่ 9

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนกับการเลือกใช้บริการ  
บริษัทหลักทรัพย์เดิม กรณีที่ค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

|             |                  | รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน |                          |                          |                            |                      | รวม    |
|-------------|------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|----------------------|--------|
|             |                  | 15,000-<br>30,000<br>บาท      | 30,001-<br>50,000<br>บาท | 50,001-<br>99,999<br>บาท | 100,000-<br>499,999<br>บาท | 500,000<br>บาทขึ้นไป |        |
| ยังใช้      | ใช้              | 72                            | 50                       | 46                       | 36                         | 11                   | 215    |
| บริการกับ   | บริการ           | 33.5%                         | 23.3%                    | 21.4%                    | 16.7%                      | 5.1%                 | 100.0% |
| บริษัท      | ไม่ใช้<br>บริการ | 99                            | 36                       | 15                       | 35                         | 0                    | 185    |
| หลักทรัพย์  |                  | 53.5%                         | 19.5%                    | 8.1%                     | 18.9%                      | 0.0%                 | 100.0% |
| เดิมหรือไม่ |                  |                               |                          |                          |                            |                      |        |
| รวม         |                  | 171                           | 86                       | 61                       | 71                         | 11                   | 400    |
|             |                  | 42.8%                         | 21.5%                    | 15.3%                    | 17.8%                      | 2.8%                 | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 31.236 Sig = 0.000

ตารางที่ 10

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่เปิดบัญชีและซื้อขายหลักทรัพย์กับการเลือกใช้บริการ  
บริษัทหลักทรัพย์เดิม กรณีที่ค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

|                  |                  | ระยะเวลาที่เปิดบัญชีและซื้อขายหลักทรัพย์ |                   |                                 |                       | รวม    |
|------------------|------------------|------------------------------------------|-------------------|---------------------------------|-----------------------|--------|
|                  |                  | น้อยกว่า 6<br>เดือน                      | 6 เดือน –<br>1 ปี | มากกว่า 1 ปี<br>แต่ไม่เกิน 3 ปี | มากกว่า 3<br>ปีขึ้นไป |        |
| ยังใช้บริการกับ  | ใช้              | 6                                        | 25                | 68                              | 116                   | 215    |
| บริษัทหลักทรัพย์ | บริการ           | 2.8%                                     | 11.6%             | 31.6%                           | 54.0%                 | 100.0% |
| เดิมหรือไม่      | ไม่ใช้<br>บริการ | 10                                       | 5                 | 60                              | 110                   | 185    |
|                  |                  | 5.4%                                     | 2.7%              | 32.4%                           | 59.5%                 | 100.0% |
| รวม              |                  | 16                                       | 30                | 128                             | 226                   | 400    |
|                  |                  | 4.0%                                     | 7.5%              | 32.0%                           | 56.5%                 | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 12.815 Sig = 0.000

ตารางที่ 11

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการลงทุนกับการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เดิม กรณีที่  
ค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

|                                         |                  | ลักษณะการลงทุน   |                      |                            | รวม           |
|-----------------------------------------|------------------|------------------|----------------------|----------------------------|---------------|
|                                         |                  | ลงทุนระยะ<br>ยาว | ลงทุนระยะปาน<br>กลาง | ลงทุนระยะสั้น/<br>เก็งกำไร |               |
| ยังใช้บริการ<br>กับบริษัท<br>หลักทรัพย์ | ใช้บริการ        | 48<br>22.3%      | 92<br>42.8%          | 75<br>34.9%                | 215<br>100.0% |
| เดิมหรือไม่                             | ไม่ใช้<br>บริการ | 27<br>14.6%      | 60<br>32.4%          | 98<br>53.0%                | 185<br>100.0% |
| รวม                                     |                  | 75<br>18.8%      | 152<br>38.0%         | 173<br>43.3%               | 400<br>100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 13.501      Sig = 0.000

ตารางที่ 12

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าคอมมิชชั่น  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

|                                                                                          |         | เพศ          |              | รวม           |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|--------------|---------------|
|                                                                                          |         | ชาย          | หญิง         |               |
| ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่า<br>คอมมิชชั่นที่มีผลต่อการ<br>เลือกใช้บริการบริษัท<br>หลักทรัพย์ | มีผล    | 116<br>56.9% | 88<br>43.1%  | 204<br>100.0% |
|                                                                                          | ไม่มีผล | 116<br>59.2% | 80<br>40.8%  | 196<br>100.0% |
| รวม                                                                                      |         | 232<br>58.0% | 168<br>42.0% | 400<br>100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 0.221      Sig = 0.638

ตารางที่ 13

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าคอมมิชชั่น  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

|                   |         | อายุ           |          |          |             | รวม    |
|-------------------|---------|----------------|----------|----------|-------------|--------|
|                   |         | น้อยกว่า 30 ปี | 30-49 ปี | 50-59 ปี | 60 ปีขึ้นไป |        |
| ความคิดเห็น       | มีผล    | 67             | 72       | 30       | 35          | 204    |
| เกี่ยวกับค่า      |         | 32.8%          | 35.3%    | 14.7%    | 17.2%       | 100.0% |
| คอมมิชชั่นที่มีผล | ไม่มีผล | 51             | 81       | 46       | 18          | 196    |
| ต่อการเลือกใช้    |         | 26.0%          | 41.3%    | 23.5%    | 9.2%        | 100.0% |
| บริการบริษัท      |         |                |          |          |             |        |
| หลักทรัพย์        |         |                |          |          |             |        |
| รวม               |         | 118            | 153      | 76       | 53          | 400    |
|                   |         | 29.5%          | 38.3%    | 19.0%    | 13.3%       | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 11.365 Sig = 0.003

ตารางที่ 14

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าคอมมิชชั่น  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

|                 |         | ระดับการศึกษา    |           |          |           | รวม    |
|-----------------|---------|------------------|-----------|----------|-----------|--------|
|                 |         | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท | ปริญญาเอก |        |
| ความคิดเห็น     | มีผล    | 13               | 124       | 65       | 2         | 204    |
| เกี่ยวกับค่า    |         | 6.4%             | 60.8%     | 31.9%    | 1.0%      | 100.0% |
| คอมมิชชั่นที่มี | ไม่มีผล | 20               | 102       | 74       | 0         | 196    |
| ผลต่อการ        |         |                  |           |          |           |        |
| เลือกใช้บริการ  |         | 10.2%            | 52.0%     | 37.8%    | 0.0%      | 100.0% |
| บริษัท          |         |                  |           |          |           |        |
| หลักทรัพย์      |         |                  |           |          |           |        |
| รวม             |         | 33               | 226       | 139      | 2         | 400    |
|                 |         | 8.3%             | 56.5%     | 34.8%    | 0.5%      | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 6.052 Sig = 0.090

ตารางที่ 15

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าคอมมิชชั่น  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

|                                                                                                                      |       | อาชีพ            |                            |                            |                                     |                     |              |        | รวม    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------------------|---------------------|--------------|--------|--------|
|                                                                                                                      |       | ข้าราชการ<br>การ | พนักงาน<br>รัฐวิสาห<br>กิจ | พนักงาน<br>บริษัท<br>เอกชน | เจ้าของ<br>กิจการ/ธุรกิจ<br>ส่วนตัว | พ่อบ้าน/<br>แม่บ้าน | นัก<br>ลงทุน | เกษียณ |        |
| ความ<br>คิดเห็น<br>เกี่ยวกับ<br>ค่า<br>คอมมิชชั่น<br>ที่มีผลต่อ<br>การ<br>เลือกใช้<br>บริการ<br>บริษัท<br>หลักทรัพย์ | มีผล  | 19               | 12                         | 98                         | 52                                  | 13                  | 10           | 0      | 204    |
|                                                                                                                      |       | 9.3%             | 5.9%                       | 48.0%                      | 25.5%                               | 6.4%                | 4.9%         | 0.0%   | 100.0% |
|                                                                                                                      | ไม่มี | 6                | 4                          | 106                        | 62                                  | 7                   | 6            | 5      | 196    |
|                                                                                                                      | ผล    |                  |                            |                            |                                     |                     |              |        |        |
|                                                                                                                      |       | 3.1%             | 2.0%                       | 54.1%                      | 31.6%                               | 3.6%                | 3.1%         | 2.6%   | 100.0% |
| รวม                                                                                                                  |       | 25               | 16                         | 204                        | 114                                 | 20                  | 16           | 5      | 400    |
|                                                                                                                      |       | 6.3%             | 4.0%                       | 51.0%                      | 28.5%                               | 5.0%                | 4.0%         | 1.3%   | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 19.599      Sig = 0.000

ตารางที่ 16

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนกับความคิดเห็น  
เกี่ยวกับค่าคอมมิชชั่นที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

|                                                                                          |             | รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน |                          |                          |                            |                      | รวม    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|----------------------|--------|
|                                                                                          |             | 15,000-<br>30,000<br>บาท      | 30,001-<br>50,000<br>บาท | 50,001-<br>99,999<br>บาท | 100,000-<br>499,999<br>บาท | 500,000<br>บาทขึ้นไป |        |
| ความคิดเห็นเกี่ยวกับ<br>ค่าคอมมิชชั่นที่มีผล<br>ต่อการเลือกใช้บริการ<br>บริษัทหลักทรัพย์ | มีผล        | 103                           | 43                       | 21                       | 33                         | 4                    | 204    |
|                                                                                          |             | 50.5%                         | 21.1%                    | 10.3%                    | 16.2%                      | 2.0%                 | 100.0% |
|                                                                                          | ไม่มี<br>ผล | 68                            | 43                       | 40                       | 38                         | 7                    | 196    |
|                                                                                          |             | 34.7%                         | 21.9%                    | 20.4%                    | 19.4%                      | 3.6%                 | 100.0% |
| รวม                                                                                      |             | 171                           | 86                       | 61                       | 71                         | 11                   | 400    |
|                                                                                          |             | 42.8%                         | 21.5%                    | 15.3%                    | 17.8%                      | 2.8%                 | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 14.098 Sig = 0.008

ตารางที่ 17

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่เปิดบัญชีและซื้อขายหลักทรัพย์กับความคิดเห็น  
เกี่ยวกับค่าคอมมิชชั่นที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

|                                                                                          |             | ระยะเวลาที่เปิดบัญชีและซื้อขายหลักทรัพย์ |                   |                                 |                        | รวม    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------------|-------------------|---------------------------------|------------------------|--------|
|                                                                                          |             | น้อยกว่า<br>6 เดือน                      | 6 เดือน -<br>1 ปี | มากกว่า 1 ปี<br>แต่ไม่เกิน 3 ปี | มากกว่า 3 ปี<br>ขึ้นไป |        |
| ความคิดเห็นเกี่ยวกับ<br>ค่าคอมมิชชั่นที่มีผล<br>ต่อการเลือกใช้บริการ<br>บริษัทหลักทรัพย์ | มีผล        | 10                                       | 6                 | 68                              | 120                    | 204    |
|                                                                                          |             | 4.9%                                     | 2.9%              | 33.3%                           | 58.8%                  | 100.0% |
|                                                                                          | ไม่มี<br>ผล | 6                                        | 24                | 60                              | 106                    | 196    |
|                                                                                          |             | 3.1%                                     | 12.2%             | 30.6%                           | 54.1%                  | 100.0% |
| รวม                                                                                      |             | 16                                       | 30                | 128                             | 226                    | 400    |
|                                                                                          |             | 4.0%                                     | 7.5%              | 32.0%                           | 56.5%                  | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 13.012 Sig = 0.000

ตารางที่ 18

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการลงทุนกับความคิดเห็นเกี่ยวกับ

ค่าคอมมิชชั่นที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

|                                                                              |         | ลักษณะการลงทุน |                  |                            | รวม    |
|------------------------------------------------------------------------------|---------|----------------|------------------|----------------------------|--------|
|                                                                              |         | ลงทุนระยะยาว   | ลงทุนระยะปานกลาง | ลงทุนระยะสั้น/<br>เก็งกำไร |        |
| ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าคอมมิชชั่นที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ | มีผล    | 33             | 65               | 106                        | 204    |
|                                                                              |         | 16.2%          | 31.9%            | 52.0%                      | 100.0% |
|                                                                              | ไม่มีผล | 42             | 87               | 67                         | 196    |
|                                                                              |         | 21.4%          | 44.4%            | 34.2%                      | 100.0% |
| รวม                                                                          |         | 75             | 152              | 173                        | 400    |
|                                                                              |         | 18.8%          | 38.0%            | 43.3%                      | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 12.901 Sig = 0.000

ตารางที่ 19

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการซื้อขายหลักทรัพย์กับการเลือกใช้บริการ

บริษัทหลักทรัพย์เดิม กรณีที่ค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

|                                  |           | ความถี่ในการซื้อขายหลักทรัพย์ |                        |                              |        |                                      | รวม    |
|----------------------------------|-----------|-------------------------------|------------------------|------------------------------|--------|--------------------------------------|--------|
|                                  |           | 1-2 ครั้ง/<br>เดือน           | 3-4<br>ครั้ง/<br>เดือน | มากกว่า<br>4 ครั้ง/<br>เดือน | ทุกวัน | นาน ๆ ครั้ง,<br>แล้วแต่ความ<br>สะดวก |        |
| การใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เดิม | ใช้บริการ | 80                            | 38                     | 69                           | 15     | 13                                   | 215    |
|                                  |           | 37.2%                         | 17.7%                  | 32.1%                        | 7.0%   | 6.0%                                 | 100.0% |
|                                  | ไม่ใช้    | 46                            | 54                     | 75                           | 10     | 0                                    | 185    |
|                                  | บริการ    | 24.9%                         | 29.2%                  | 40.5%                        | 5.4%   | 0.0%                                 | 100.0% |
| รวม                              |           | 126                           | 92                     | 144                          | 25     | 13                                   | 400    |
|                                  |           | 31.5%                         | 23.0%                  | 36.0%                        | 6.3%   | 3.3%                                 | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 24.093 Sig = 0.000

ตารางที่ 20

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อขายหลักทรัพย์กับการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เดิม กรณีที่ค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

|              |        | จำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อขายหลักทรัพย์ |                        |                          |                       | รวม    |
|--------------|--------|-----------------------------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------------|--------|
|              |        | น้อยกว่า<br>50,000 บาท                        | 50,000 -<br>99,999 บาท | 100,000 -<br>499,999 บาท | 500,000 บาท<br>ขึ้นไป |        |
| การใช้บริการ | ใช่    | 36                                            | 71                     | 71                       | 37                    | 215    |
| บริษัท       | บริการ | 16.7%                                         | 33.0%                  | 33.0%                    | 17.2%                 | 100.0% |
| หลักทรัพย์   | ไม่ใช่ | 46                                            | 54                     | 66                       | 19                    | 185    |
| เดิม         | บริการ | 24.9%                                         | 29.2%                  | 35.7%                    | 10.3%                 | 100.0% |
| รวม          |        | 82                                            | 125                    | 137                      | 56                    | 400    |
|              |        | 20.5%                                         | 31.3%                  | 34.3%                    | 14.0%                 | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 7.291 Sig = 0.068

ตารางที่ 21

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ใช้บริการกับการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เดิม กรณีที่ค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่น

|                |        | เหตุผลที่ใช้บริการ |       |       |       |       |       |      |      |      | รวม    |
|----------------|--------|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|--------|
|                |        | 1                  | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7    | 8    | 9    |        |
| การใช้         | ใช่    | 51                 | 10    | 75    | 11    | 38    | 28    | 0    | 2    | 0    | 215    |
| บริการ         | บริการ | 23.7%              | 4.7%  | 34.9% | 5.1%  | 17.7% | 13.0% | 0.0% | 0.9% | 0.0% | 100.0% |
| บริษัทหลัก     | ไม่ใช่ | 36                 | 26    | 33    | 27    | 25    | 32    | 2    | 0    | 4    | 185    |
| หลักทรัพย์เดิม | บริการ | 19.5%              | 14.1% | 17.8% | 14.6% | 13.5% | 17.3% | 1.1% | 0.0% | 2.2% | 100.0% |
| รวม            |        | 87                 | 36    | 108   | 38    | 63    | 60    | 2    | 2    | 4    | 400    |
|                |        | 21.8%              | 9.0%  | 27.0% | 9.5%  | 15.8% | 15.0% | 0.5% | 0.5% | 1.0% | 100.0% |

หมายเหตุ 1 คือ สะดวกมาใช้บริการ 2 คือ บริษัทมีชื่อเสียง  
 3 คือ คำนึงถึงกับเจ้าหน้าที่การตลาดมานาน 4 คือ มีข้อมูลข่าวสารดี  
 5 คือ คนรู้จักแนะนำ 6 คือ มีบทวิเคราะห์แนะนำการลงทุนที่ดี  
 7 คือ บริการดี 8 คือ มีระบบอินเทอร์เน็ตที่ดี  
 9 คือ ทำการซื้อขายได้รวดเร็ว

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 41.701 Sig = 0.000

ตารางที่ 22

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการซื้อขายหลักทรัพย์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
ค่าคอมมิชชั่นที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

|                  |       | ความถี่ในการซื้อขายหลักทรัพย์ |                        |                          |        |                                    | รวม    |
|------------------|-------|-------------------------------|------------------------|--------------------------|--------|------------------------------------|--------|
|                  |       | 1-2<br>ครั้ง/<br>เดือน        | 3-4<br>ครั้ง/<br>เดือน | มากกว่า 4<br>ครั้ง/เดือน | ทุกวัน | นานๆครั้ง,<br>แล้วแต่ความ<br>สะดวก |        |
| ค่าคอมมิชชั่นมี  | มี    | 47                            | 68                     | 79                       | 10     | 0                                  | 204    |
| ผลต่อการ         |       | 23.0%                         | 33.3%                  | 38.7%                    | 4.9%   | 0.0%                               | 100.0% |
| เลือกใช้บริการ   | ไม่มี | 79                            | 24                     | 65                       | 15     | 13                                 | 196    |
| บริษัทหลักทรัพย์ |       | 40.3%                         | 12.2%                  | 33.2%                    | 7.7%   | 6.6%                               | 100.0% |
| รวม              |       | 126                           | 92                     | 144                      | 25     | 13                                 | 400    |
|                  |       | 31.5%                         | 23.0%                  | 36.0%                    | 6.3%   | 3.3%                               | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 44.389 Sig = 0.000

ตารางที่ 23

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อขายหลักทรัพย์กับความคิดเห็น  
เกี่ยวกับค่าคอมมิชชั่นที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

|                  |       | จำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อขายหลักทรัพย์ |                        |                          |                       | รวม    |
|------------------|-------|-----------------------------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------------|--------|
|                  |       | น้อยกว่า<br>50,000 บาท                        | 50,000 -<br>99,999 บาท | 100,000 -<br>499,999 บาท | 500,000 บาท<br>ขึ้นไป |        |
| ค่าคอมมิชชั่นมี  | มี    | 46                                            | 64                     | 72                       | 22                    | 204    |
| ผลต่อการ         |       | 22.5%                                         | 31.4%                  | 35.3%                    | 10.8%                 | 100.0% |
| เลือกใช้บริการ   | ไม่มี | 36                                            | 61                     | 65                       | 34                    | 196    |
| บริษัทหลักทรัพย์ |       | 18.4%                                         | 31.1%                  | 33.2%                    | 17.3%                 | 100.0% |
| รวม              |       | 82                                            | 125                    | 137                      | 56                    | 400    |
|                  |       | 20.5%                                         | 31.3%                  | 34.3%                    | 14.0%                 | 100.0% |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 4.062 Sig = 0.250

ตารางที่ 24

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ใช้บริการกับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าคอมมิชชั่น  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

|               |                                                                  | เหตุผลที่ใช้บริการ |       |       |       |       |       |      |      |      | รวม    |
|---------------|------------------------------------------------------------------|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|--------|
|               |                                                                  | 1                  | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7    | 8    | 9    |        |
| ค่าคอมมิชชั่น | มี                                                               | 38                 | 28    | 45    | 27    | 26    | 32    | 2    | 2    | 4    | 204    |
| มีผลต่อการ    |                                                                  | 18.6%              | 13.7% | 22.1% | 13.2% | 12.7% | 15.7% | 1.0% | 1.0% | 2.0% | 100.0% |
| เลือกใช้      | ไม่มี                                                            | 49                 | 8     | 63    | 11    | 37    | 28    | 0    | 0    | 0    | 196    |
| บริการ        |                                                                  | 25.0%              | 4.1%  | 32.1% | 5.6%  | 18.9% | 14.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| รวม           |                                                                  | 87                 | 36    | 108   | 38    | 63    | 60    | 2    | 2    | 4    | 400    |
|               |                                                                  | 21.8%              | 9.0%  | 27.0% | 9.5%  | 15.8% | 15.0% | 0.5% | 0.5% | 1.0% | 100.0% |
| หมายเหตุ      | 1 คือ สะดวกมาใช้บริการ 2 คือ บริษัทมีชื่อเสียง                   |                    |       |       |       |       |       |      |      |      |        |
|               | 3 คือ คำนึงเคยกับเจ้าหน้าที่การตลาดมานาน 4 คือ มีข้อมูลข่าวสารดี |                    |       |       |       |       |       |      |      |      |        |
|               | 5 คือ คนรู้จักแนะนำ 6 คือ มีบทวิเคราะห์แนะนำการลงทุนที่ดี        |                    |       |       |       |       |       |      |      |      |        |
|               | 7 คือ บริการดี 8 คือ มีระบบอินเทอร์เน็ตที่ดี                     |                    |       |       |       |       |       |      |      |      |        |
|               | 9 คือ ทำการซื้อขายได้รวดเร็ว                                     |                    |       |       |       |       |       |      |      |      |        |

Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) = 32.279      Sig = 0.000

ตารางที่ 25

แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์ ด้านผลิตภัณฑ์

| ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์<br>ด้านผลิตภัณฑ์                                                                   | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับ<br>ความสำคัญ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|--------------------|
| 1. ชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์                                                                                                     | 3.61        | 0.852        | มาก                |
| 2. บริษัทหลักทรัพย์ที่อยู่ในเครือของธนาคารพาณิชย์                                                                                   | 3.22        | 0.953        | ปานกลาง            |
| 3. ผลประกอบการที่ดีของบริษัทหลักทรัพย์ ( Net Profit , EPS )                                                                         | 3.38        | 0.893        | ปานกลาง            |
| 4. บริษัทหลักทรัพย์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูง                                                                                          | 3.16        | 0.853        | ปานกลาง            |
| 5. มีระบบการซื้อขายที่มีความรวดเร็ว, ทันสมัย, มีมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับ                                                            | 4.33        | 0.691        | มากที่สุด          |
| 6. บริษัทหลักทรัพย์ที่มีผลิตภัณฑ์ด้านการลงทุนครบวงจร เช่น TFEX, SBL ,Credit Balance, ซื้อขายหน่วยลงทุน เป็นต้น                      | 3.85        | 0.984        | มาก                |
| 7. บทวิเคราะห์มีคุณภาพ, แม่นยำ, ถูกต้อง และน่าเชื่อถือ                                                                              | 4.45        | 0.662        | มากที่สุด          |
| 8. เจ้าหน้าที่การตลาดมีความซื่อสัตย์ (เช่น ไม่แนะนำให้เกิดการซื้อขายบ่อยครั้งเกินไป , ไม่ทำการซื้อขายที่นอกเหนือจากคำสั่งของลูกค้า) | 4.47        | 0.660        | มากที่สุด          |
| 9. มีเจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำในการลงทุนได้ดี (เช่น ให้ข้อมูลที่เหมาะสมและทันเวลา)                       | 4.41        | 0.655        | มากที่สุด          |
| 10. เจ้าหน้าที่การตลาดที่มีการติดต่อกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ                                                                          | 4.26        | 0.725        | มากที่สุด          |
| 11. เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจบริการและให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน                                                | 4.39        | 0.655        | มากที่สุด          |
| 12. คุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ                                                                                                    | 4.38        | 0.686        | มากที่สุด          |
| 13. ความรวดเร็วในการให้บริการ(เช่น ขั้นตอนอนุมัติการเปิดบัญชี , การเบิกถอนหลักประกัน , การติดตามแก้ไขปัญหา เป็นต้น )                | 4.31        | 0.688        | มากที่สุด          |
| 14. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเช่น bisnews , Internet                                                                              | 3.96        | 0.716        | มาก                |
| <b>รวมด้านผลิตภัณฑ์</b>                                                                                                             | <b>4.01</b> | <b>0.435</b> | <b>มาก</b>         |

ตารางที่ 26

แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์ ด้านราคา

| ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์ด้านราคา | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับความสำคัญ |
|----------------------------------------------------------|-----------|-------|----------------|
| 1. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการซื้อขายหลักทรัพย์ / TFEX | 3.40      | 0.968 | ปานกลาง        |
| 2. อัตราดอกเบี้ย/ค่าปรับ ในอัตราที่เหมาะสม               | 3.30      | 0.955 | ปานกลาง        |
| รวมด้านราคา                                              | 3.35      | 0.914 | ปานกลาง        |

ตารางที่ 27

แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์ ด้านช่องทางการให้บริการ

| ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์ด้านช่องทางการให้บริการ                              | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับความสำคัญ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|----------------|
| 1. ท่าเลที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/ธนาคาร/สาขาสะดวกในการติดต่อ                                         | 3.54      | 0.949 | มาก            |
| 2. การคมนาคมสะดวก/สถานที่จอดรถเพียงพอ                                                                | 3.41      | 0.972 | มาก            |
| 3. ขนาดห้องค้าและการตกแต่งห้องค้าที่เหมาะสมทันสมัย                                                   | 2.97      | 0.973 | ปานกลาง        |
| 4. ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว                                                               | 4.33      | 0.740 | มากที่สุด      |
| 5. ระบบการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ตถูกออกแบบให้ใช้งานง่าย และสามารถให้บริการได้ทุกที่ทุกเวลา | 4.21      | 0.823 | มากที่สุด      |
| รวมด้านช่องทางการให้บริการ                                                                           | 3.69      | 0.620 | มาก            |

ตารางที่ 28

แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์ ด้านส่งเสริมการตลาด

| ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก<br>บริษัทหลักทรัพย์ด้านส่งเสริมการตลาด                                            | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับ<br>ความสำคัญ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|--------------------|
| 1. การจัดอบรม/สัมมนาความรู้ให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ                                                               | 3.51        | 0.813        | มาก                |
| 2. การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับองค์กร<br>เช่น แข่งแรลลี่ , ดูคอนเสิร์ต , ดูภาพยนตร์ เป็นต้น | 2.59        | 0.888        | น้อย               |
| 3. ของพรีเมียมจากการใช้บริการหรือของขวัญในเทศกาลต่างๆ (เช่น<br>บัตรน้ำมัน, voucher หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น)    | 2.82        | 0.891        | ปานกลาง            |
| 4. มีการจัดสรรทุนจูงใจลูกค้า                                                                                       | 3.39        | 0.993        | ปานกลาง            |
| 5. บริการเสริมนอกเหนือจากซื้อขายหลักทรัพย์ เช่น บริการนำเงิน<br>ไปลงทุนในกองทุนเพื่อเพิ่มผลตอบแทน เป็นต้น          | 3.22        | 0.996        | ปานกลาง            |
| 6. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น วิทยุ, โทรทัศน์,<br>อินเทอร์เน็ต เป็นต้น                                     | 2.82        | 0.979        | ปานกลาง            |
| 7. มีรายงานบทวิเคราะห์แนะนำการลงทุนแจกจ่ายเดือน                                                                    | 3.89        | 0.807        | มาก                |
| <b>รวมด้านส่งเสริมการตลาด</b>                                                                                      | <b>3.18</b> | <b>0.598</b> | <b>ปานกลาง</b>     |

ตารางที่ 29

แสดงการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน กรณีเปิดเสรีค่าคอมมิชชั่น  
ด้านผลิตภัณฑ์ ราคาและช่องทางการให้บริการ โดยจำแนกตามอายุ

| อายุ           | ค่าเฉลี่ย | อายุ           |          |          |             |
|----------------|-----------|----------------|----------|----------|-------------|
|                |           | น้อยกว่า 30 ปี | 30-49 ปี | 50-59 ปี | 60 ปีขึ้นไป |
| ด้านผลิตภัณฑ์  |           |                |          |          |             |
| น้อยกว่า 30 ปี | 4.08      |                |          | *        | *           |
| 30-49 ปี       | 4.07      |                |          | *        | *           |
| ด้านราคา       |           |                |          |          |             |
| น้อยกว่า 30 ปี | 3.49      |                |          | *        |             |
| 50-59 ปี       | 3.11      |                |          |          | *           |
| ด้านช่องทางการ |           |                |          |          |             |
| ให้บริการ      |           |                |          |          |             |
| น้อยกว่า 30 ปี | 3.66      |                |          |          | *           |
| 30-49 ปี       | 3.61      |                |          |          | *           |

\* นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 30

แสดงการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน กรณีเปิดเสรีค่าคอมมิชชั่น  
ด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา           | ค่าเฉลี่ย | ระดับการศึกษา    |           |          |           |
|-------------------------|-----------|------------------|-----------|----------|-----------|
|                         |           | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท | ปริญญาเอก |
| ด้านผลิตภัณฑ์           |           |                  |           |          |           |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี        | 3.77      |                  | *         | *        |           |
| ด้านช่องทางการให้บริการ |           |                  |           |          |           |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี        | 3.98      |                  | *         | *        |           |

\* นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 31

แสดงการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน กรณีเปิดเผยค่าคอมมิชชั่น  
ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการให้บริการ และส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                         | ค่าเฉลี่ย | อาชีพ |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------|-----------|-------|---|---|---|---|---|---|
|                               |           | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ด้านผลิตภัณฑ์                 |           |       |   |   |   |   |   |   |
| 2.พนักงานรัฐวิสาหกิจ          | 3.97      |       |   |   |   |   | * |   |
| 3.พนักงานบริษัทเอกชน          | 4.09      |       |   |   |   | * | * | * |
| 4.เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว | 4.00      |       |   |   |   |   | * |   |
| ด้านราคา                      |           |       |   |   |   |   |   |   |
| 1.ข้าราชการ                   | 3.90      |       |   | * | * |   | * | * |
| 2.พนักงานรัฐวิสาหกิจ          | 3.72      |       |   |   | * |   | * | * |
| 3.พนักงานบริษัทเอกชน          | 3.36      |       |   |   |   |   |   | * |
| 4.เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว | 3.23      |       |   |   |   |   |   | * |
| 5.พ่อบ้าน/แม่บ้าน             | 3.55      |       |   |   |   |   |   | * |
| 6.นักลงทุน                    | 3.06      |       |   |   |   |   |   | * |
| ด้านช่องทางการให้บริการ       |           |       |   |   |   |   |   |   |
| 1.ข้าราชการ                   | 3.46      |       |   |   | * | * | * |   |
| 2.พนักงานรัฐวิสาหกิจ          | 3.45      |       |   |   | * |   | * |   |
| 3.พนักงานบริษัทเอกชน          | 3.62      |       |   |   | * |   | * |   |
| 4.เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว | 3.82      |       |   |   |   |   | * |   |
| ด้านส่งเสริมการตลาด           |           |       |   |   |   |   |   |   |
| 1.ข้าราชการ                   | 2.92      |       | * |   | * |   |   |   |
| 2.พนักงานรัฐวิสาหกิจ          | 3.74      |       |   | * | * | * | * | * |
| 3.พนักงานบริษัทเอกชน          | 3.12      |       |   |   | * |   |   | * |
| 4.เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว | 3.29      |       |   |   |   |   |   | * |
| 5.พ่อบ้าน/แม่บ้าน             | 3.19      |       |   |   |   |   |   | * |
| 6.นักลงทุน                    | 3.16      |       |   |   |   |   |   | * |

\* นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 32

แสดงการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน กรณีเปิดเสรีค่าคอมมิชชั่น ด้านราคา ช่องทางการให้บริการ และส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้ส่วนบุคคล<br>เฉลี่ยต่อเดือน | ค่า<br>เฉลี่ย | รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน |   |   |   |   |
|-----------------------------------|---------------|-------------------------------|---|---|---|---|
|                                   |               | 1                             | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ด้านราคา                          |               |                               |   |   |   |   |
| 1.15,000-30,000 บาท               | 3.45          |                               | * |   |   |   |
| 2.30,001-50,000 บาท               | 3.13          |                               |   |   | * |   |
| ด้านช่องทางการให้บริการ           |               |                               |   |   |   |   |
| 1.15,000-30,000 บาท               | 3.84          |                               | * | * |   |   |
| 3.50,001-99,999 บาท               | 3.41          |                               |   |   | * |   |
| ด้านส่งเสริมการตลาด               |               |                               |   |   |   |   |
| 1.15,000-30,000 บาท               | 3.14          |                               |   |   | * | * |
| 2.30,001-50,000 บาท               | 3.17          |                               |   |   |   | * |
| 3.50,001-99,999 บาท               | 3.00          |                               |   |   | * | * |
| 4.100,000-499,999 บาท             | 3.32          |                               |   |   |   | * |

\* นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 33

แสดงการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน กรณีเปิดเสรีค่าคอมมิชชั่น  
ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการให้บริการ และส่งเสริมการตลาด  
จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดบัญชีและซื้อขายหลักทรัพย์

| ระยะเวลาที่เปิดบัญชีและ<br>ซื้อขายหลักทรัพย์ | ค่าเฉลี่ย | ระยะเวลาที่เปิดบัญชีและซื้อขายหลักทรัพย์ |                   |                                 |                        |
|----------------------------------------------|-----------|------------------------------------------|-------------------|---------------------------------|------------------------|
|                                              |           | น้อยกว่า<br>6 เดือน                      | 6 เดือน - 1<br>ปี | มากกว่า 1 ปี<br>แต่ไม่เกิน 3 ปี | มากกว่า 3 ปี<br>ขึ้นไป |
| ด้านผลิตภัณฑ์                                |           |                                          |                   |                                 |                        |
| 6 เดือน - 1 ปี                               | 3.79      |                                          |                   | *                               | *                      |
| ด้านราคา                                     |           |                                          |                   |                                 |                        |
| น้อยกว่า 6 เดือน                             | 3.25      |                                          | *                 |                                 |                        |
| 6 เดือน - 1 ปี                               | 2.63      |                                          |                   | *                               | *                      |
| มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี                 | 3.56      |                                          |                   |                                 | *                      |
| ด้านช่องทางการให้บริการ                      |           |                                          |                   |                                 |                        |
| น้อยกว่า 6 เดือน                             | 3.40      |                                          |                   |                                 | *                      |
| 6 เดือน - 1 ปี                               | 3.27      |                                          |                   | *                               | *                      |
| มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี                 | 3.60      |                                          |                   |                                 | *                      |
| ด้านส่งเสริมการตลาด                          |           |                                          |                   |                                 |                        |
| 6 เดือน - 1 ปี                               | 2.89      |                                          |                   | *                               | *                      |
| มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี                 | 3.28      |                                          | *                 |                                 |                        |

\* นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 34

แสดงการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน กรณีเปิดเผยค่าคอมมิชชั่น  
ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการให้บริการและโดยภาพรวม จำแนกตามลักษณะการลงทุน

| ลักษณะการลงทุน          | ค่าเฉลี่ย | ลักษณะการลงทุน |                  |                            |
|-------------------------|-----------|----------------|------------------|----------------------------|
|                         |           | ลงทุนระยะยาว   | ลงทุนระยะปานกลาง | ลงทุนระยะสั้น/<br>เก็งกำไร |
| ด้านผลิตภัณฑ์           |           |                |                  |                            |
| ลงทุนระยะยาว            | 3.88      |                | *                | *                          |
| ด้านช่องทางการให้บริการ |           |                |                  |                            |
| ลงทุนระยะยาว            | 3.37      |                | *                | *                          |
| ลงทุนระยะปานกลาง        | 3.66      |                |                  | *                          |

\* นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 35

แสดงการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน กรณีเปิดเผยค่าคอมมิชชั่น  
ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการให้บริการ และโดยภาพรวม

จำแนกตามความถี่ในการซื้อขายหลักทรัพย์

| ความถี่ในการซื้อขายหลักทรัพย์ | ค่าเฉลี่ย | ความถี่ในการซื้อขายหลักทรัพย์ |                     |                          |        |                                    |
|-------------------------------|-----------|-------------------------------|---------------------|--------------------------|--------|------------------------------------|
|                               |           | 1-2 ครั้ง/<br>เดือน           | 3-4 ครั้ง/<br>เดือน | มากกว่า 4<br>ครั้ง/เดือน | ทุกวัน | นานๆครั้ง,<br>แล้วแต่ความ<br>สะดวก |
| ด้านผลิตภัณฑ์                 |           |                               |                     |                          |        |                                    |
| 1-2 ครั้ง/เดือน               | 3.92      |                               | *                   | *                        |        |                                    |
| ด้านราคา                      |           |                               |                     |                          |        |                                    |
| 1-2 ครั้ง/เดือน               | 3.25      |                               | *                   |                          |        |                                    |
| 3-4 ครั้ง/เดือน               | 3.70      |                               |                     | *                        | *      | *                                  |
| ด้านช่องทางการให้บริการ       |           |                               |                     |                          |        |                                    |
| 1-2 ครั้ง/เดือน               | 3.44      |                               | *                   | *                        | *      | *                                  |
| 3-4 ครั้ง/เดือน               | 3.66      |                               |                     | *                        | *      |                                    |

\* นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 36

แสดงการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน กรณีเปิดเสรีค่าคอมมิชชั่น  
ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการให้บริการ ส่งเสริมการตลาด  
และ จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ

| เหตุผลที่ใช้บริการ                       | ค่าเฉลี่ย | เหตุผลที่ใช้บริการ |   |   |   |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------|-----------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
|                                          |           | 1                  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| ด้านผลิตภัณฑ์                            |           |                    |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1. สะดวกมาใช้บริการ                      | 3.92      |                    |   |   |   |   | * |   |   | * |
| 2. บริษัทมีชื่อเสียง                     | 4.03      |                    |   |   |   |   |   |   |   | * |
| 3. คู่แข่งกับเจ้าหน้าที่การตลาดมา<br>นาน | 4.02      |                    |   |   |   |   |   |   |   | * |
| 4. มีข้อมูลข่าวสารดี                     | 4.07      |                    |   |   |   |   |   |   |   | * |
| 5. คนรู้จักแนะนำ                         | 4.05      |                    |   |   |   |   |   |   |   | * |
| 6. มีบทวิเคราะห์แนะนำการลงทุนที่ดี       | 4.09      |                    |   |   |   |   |   |   |   | * |
| 7. บริการดี                              | 4.21      |                    |   |   |   |   |   |   |   | * |
| 8. มีระบบอินเทอร์เน็ตที่ดี               | 4.00      |                    |   |   |   |   |   |   |   | * |
| ด้านราคา                                 |           |                    |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1. สะดวกมาใช้บริการ                      |           |                    |   |   | * |   | * | * |   |   |
| 2. บริษัทมีชื่อเสียง                     |           |                    |   |   |   |   |   | * |   |   |
| 3. คู่แข่งกับเจ้าหน้าที่การตลาดมา<br>นาน |           |                    |   |   | * |   | * | * |   |   |
| 4. มีข้อมูลข่าวสารดี                     |           |                    |   |   |   | * |   |   |   |   |
| 5. คนรู้จักแนะนำ                         |           |                    |   |   |   |   | * | * |   |   |
| 6. มีบทวิเคราะห์แนะนำการลงทุนที่ดี       |           |                    |   |   |   |   |   | * |   |   |
| 7. บริการดี                              |           |                    |   |   |   |   |   |   | * | * |

\* นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 36 (ต่อ)

| เหตุผลที่ใช้บริการ                       | ค่าเฉลี่ย | เหตุผลที่ใช้บริการ |   |   |   |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------|-----------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
|                                          |           | 1                  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| ด้านช่องทางการให้บริการ                  |           |                    |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1. สะดวกมาใช้บริการ                      |           |                    |   | * |   | * | * |   |   |   |
| 2. บริษัทมีชื่อเสียง                     |           |                    |   |   |   | * |   |   |   |   |
| 3. คู่แข่งกับเจ้าหน้าที่การตลาด<br>มานาน |           |                    |   |   |   | * |   |   |   |   |
| 4. มีข้อมูลข่าวสารดี                     |           |                    |   |   |   | * |   |   |   |   |
| 5. คนรู้จักแนะนำ                         |           |                    |   |   |   |   | * | * | * | * |
| ด้านส่งเสริมการตลาด                      |           |                    |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1. สะดวกมาใช้บริการ                      |           |                    | * | * |   |   |   |   |   |   |
| 2. บริษัทมีชื่อเสียง                     |           |                    |   |   |   | * |   |   |   | * |
| 3. คู่แข่งกับเจ้าหน้าที่การตลาด<br>มานาน |           |                    |   |   | * | * | * | * | * | * |
| 4. มีข้อมูลข่าวสารดี                     |           |                    |   |   |   | * |   |   |   |   |
| 5. คนรู้จักแนะนำ                         |           |                    |   |   |   |   | * |   |   |   |
| * นัยสำคัญทางสถิติ 0.05                  |           |                    |   |   |   |   |   |   |   |   |