

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตสภาพการแข่งขันของธุรกิจยังไม่รุนแรงมากดังเช่นในปัจจุบัน ลูกค้าไม่ได้มีทางเลือกมากมายสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ หรืออาจกล่าวได้ว่ายุคนั้นเป็นยุคของ Product Focus โดยที่เจ้าของผลิตภัณฑ์จะเป็นผู้กำหนดตลาดว่าจะผลิตอะไร ต่อมาเมื่อการแข่งขันเริ่มทวีความรุนแรงผนวกกับคู่แข่งเริ่มมีมากขึ้น เจ้าของผลิตภัณฑ์ไม่ได้เป็นผู้กำหนดทิศทางหรือความต้องการของตลาดอีกต่อไป ปัจจุบันจึงกลายเป็นยุคของ “ลูกค้า” หรือ Customer Focus นั่นเองซึ่งเป็นสาเหตุว่าทำไมธุรกิจในปัจจุบันจึงหันมาให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างมากและพยายามที่จะแสวงหากลุ่มลูกค้าใหม่พร้อมกับการรักษาไว้ซึ่งลูกค้าเดิม

“ธนาคารพาณิชย์” เป็นหนึ่งในองค์กรธุรกิจที่ให้บริการทางการเงิน อาทิ การปล่อยสินเชื่อสำหรับภาคธุรกิจและการอุปโภคบริโภค ตลอดจนการให้บริการในด้านอื่นๆ แต่ที่สำคัญและถือเป็นการหมุนเวียนเงินในระบบที่ดีที่สุดก็คือ การรับฝากเงิน โดยธนาคารจะให้ผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยแก่ผู้ฝากเงิน ข้อดีก็คือผู้ฝากเงินมีสภาพคล่องที่สามารถถอนเงินจากธนาคารได้หากต้องการนำไปใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีพในชีวิตประจำวัน แต่ข้อจำกัดของการฝากเงินคืออัตราผลตอบแทนที่ได้รับก็จะไม่สูงมากนัก ซึ่งในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารพาณิชย์ ซึ่งนับจากช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2540 เป็นต้นมา อัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ทั้งเงินฝากแบบออมทรัพย์และแบบฝากประจำได้ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในช่วงกลางปี 2546 โดยเงินฝากออมทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ลดลงไปอยู่ที่ร้อยละ 0.75 ส่วนเงินฝากประจำอยู่ที่ร้อยละ 1 ซึ่งล้วนเป็นระดับที่ต่ำกว่าอัตราเงินเฟ้อในขณะนั้นซึ่งอยู่ที่ระดับร้อยละ 1.80 ทำให้นักลงทุนผู้ที่เก็บออมเงินในรูปบัญชีเงินฝาก หันไปหาช่องทางลงทุนในหลักทรัพย์อื่นๆ ที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝาก สำหรับประเทศไทยตราสารหนี้ถือเป็นทางเลือกใหม่ของผู้ลงทุนนอกเหนือไปจากการลงทุนในรูปแบบเดิม

ตามแผนแม่บทการพัฒนาตลาดทุนไทยที่กระทรวงการคลังได้จัดทำขึ้นตั้งแต่ปี 2545 ได้แบ่งประเภทของผู้ลงทุนออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่ ผู้ลงทุนสถาบัน (Institutional investors)

และผู้ลงทุนรายย่อย (Retail/Individual Investors) โดยผู้ลงทุนสถาบันจะเป็นกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการลงทุนและความเสี่ยงเป็นอย่างดี มีการกำหนดนโยบายการลงทุนที่ชัดเจนกว่าผู้ลงทุนรายย่อย ส่วนผู้ลงทุนรายย่อยซึ่งมีเงินลงทุนและอำนาจในการต่อรองน้อยกว่านักลงทุนประเภทสถาบัน ซึ่งส่วนใหญ่มักลงทุนโดยรับฟังคำแนะนำจากบริษัทนายหน้าค้าหลักทรัพย์

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนของผู้ลงทุนในตลาดตราสารหนี้แยกการศึกษาเป็นกลุ่มของผู้ลงทุนในตราสารหนี้รัฐบาล เช่น พันธบัตรรัฐบาล ตั๋วเงินคลัง และตั๋วสัญญาใช้เงินเพื่อปรับโครงสร้างหนี้ (ไม่รวมพันธบัตรธนาคารแห่งประเทศไทยและพันธบัตรรัฐวิสาหกิจ) ซึ่งคิดเป็นมูลค่ากว่าร้อยละ 70 ของตราสารหนี้ภาครัฐทั้งหมดและหุ้นกู้ภาคเอกชนซึ่งพบว่าตราสารหนี้รัฐบาลนั้นในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา สัดส่วนของผู้ลงทุนสถาบันซึ่งเป็นผู้ลงทุนกลุ่มใหญ่ในตราสารหนี้รัฐบาลได้ปรับตัวลดลงอย่างเห็นได้ชัดจากร้อยละ 92 ของตราสารหนี้รัฐบาลทั้งหมดที่ออกในปี 2543 มาสู่อ้อยละ 59.6 ในปี 2547 ในขณะเดียวกันสัดส่วนของผู้ลงทุนรายย่อยเพิ่มขึ้นอย่างมากจากร้อยละ 7.8 สู่อ้อยละ 40.4 ของตราสารหนี้รัฐบาลในปี 2547 ส่วนหุ้นกู้ภาคเอกชนการลงทุนส่วนใหญ่จะมาจากกลุ่มของผู้ลงทุนรายย่อย ซึ่งปัจจุบันมีสัดส่วนการลงทุนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 57 ในขณะที่สัดส่วนของผู้ลงทุนสถาบันอยู่ที่ประมาณร้อยละ 43

ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์กลายเป็นตัวกลางในการทำธุรกรรมการจำหน่ายหลักทรัพย์ทางการเงินประเภทต่างๆ อาทิ หุ้นกู้ พันธบัตร หุ้นสามัญ (IPO) การลงทุนผ่านกองทุนรวม ตลอดจนผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นๆ โดยใช้สาขาของธนาคารเป็นช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์การลงทุนแก่นักลงทุนทั่วไป ซึ่งธนาคารพาณิชย์จะมีผู้เชี่ยวชาญหรือเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ในการให้คำแนะนำทางด้านการลงทุนเพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับนักลงทุนในการตัดสินใจลงทุนต่อไป

ตามที่กล่าวมานั้น จะพบว่าธนาคารพาณิชย์ถือเป็นช่องทางที่มีศักยภาพในการขยายตลาดตราสารหนี้ให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไป ที่แต่เดิมนักลงทุนซึ่งเป็นผู้ออมเงินกับธนาคารพาณิชย์มาเป็นเวลานานจนมาถึงยุคที่ดอกเบี้ยเงินฝากในระบบไม่สามารถให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมสำหรับการบริโภคในอนาคต พนักงานของธนาคารพาณิชย์ซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นผู้ดูแลเงินที่ไหลเวียนอยู่ในระบบสำหรับการทำธุรกรรมประเภทต่างๆ มีความใกล้ชิดและรับรู้ถึงพฤติกรรม การบริโภคของผู้ออมเป็นอย่างดี ส่งผลให้เกิดการนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านการลงทุนประเภทต่างๆ ได้อย่างไม่ยากเย็นนัก เนื่องจากผู้ออมมีความคุ้นเคยอยู่กับพนักงานของธนาคารพาณิชย์มาก่อน

ซึ่งในบางกรณีผู้ออมเองก็อาจไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ทั้งในด้านของผลตอบแทนที่จะได้รับและด้านความเสี่ยงจากการลงทุนเพียงพอ

ดังนั้น การวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่โดยเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาตลาดตราสารหนี้ให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนเพิ่มทางเลือกทางด้านการลงทุนให้แก่ลงทุน และสร้างโอกาสให้แก่ธนาคารพาณิชย์ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน อันจะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาให้ตลาดตราสารหนี้สามารถขยายตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การเสนอขายตราสารหนี้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่เปรียบเทียบระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ โดยจะศึกษาเฉพาะกลุ่มนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ที่มีปริมาณการลงทุนในตราสารหนี้กับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งปริมาณการลงทุนในตราสารหนี้ดังกล่าวสามารถสร้างรายรับในสัดส่วนที่สูงมากให้แก่ธนาคารพาณิชย์

1.4 สมมุติฐานของการศึกษา

ในการศึกษานี้ จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ เปรียบเทียบระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ โดยมีสมมุติฐานในการศึกษา ดังนี้

นักลงทุนบุคคลรายใหญ่มีการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้ โดยให้ความสำคัญระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้แตกต่างกัน

1.5 วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative analysis) และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางโครงสร้างแบบสอบถามและตรวจสอบความเพียงพอของข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับปรุงแบบสอบถาม รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อทำการนำเสนอข้อมูลและคำนวณค่าสถิติเบื้องต้น อาทิ การวิเคราะห์ร้อยละ การจัดลำดับปัจจัยต่างๆ การทำ Crosstabs ตลอดจนใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inference Statistics) เพื่อวิเคราะห์ความมีนัยสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่โดยจะนำข้อมูลดังกล่าวใช้เป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์การเสนอขายตราสารหนี้ เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันตามแนวโน้มการประกอบธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ในอนาคต

ทั้งนี้ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้มาจากทั้งข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานต่างๆ อาทิ ศูนย์ซื้อขายตราสารหนี้ไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ กระทรวงการคลัง หนังสือ รวมถึงบทความและสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ และข้อมูลทุติยภูมิโดยการสำรวจจากแบบสอบถามกับนักลงทุน 3 ด้าน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่
2. ปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้
3. ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้

1.6 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้หยิบยกรวบรวมจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคด้านต่างๆ ทั้งด้านการบริโภค การตัดสินใจ และทัศนคติที่มีต่อบริการ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในตราสารหนี้ ดังนี้

1. นวัตกรรมตราสารหนี้ และความเป็นมาของตลาดตราสารหนี้ในประเทศไทย
2. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ
4. ทฤษฎีความต้องการหลักทรัพย์ (The Theory of Asset Demand)
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ และทัศนคติ
6. การจัดสรรเงินลงทุน
7. องค์ประกอบของตราสารหนี้ ประกอบด้วย มูลค่าที่ตราไว้ (Par Value), อัตราดอกเบี้ยหน้าตั๋ว (Coupon rate), งวดการจ่ายดอกเบี้ย (Coupon frequency), วันครบกำหนดไถ่ถอน (Maturity date), ชื่อผู้ออก (Issuer), ประเภทของตราสารหนี้ และข้อสัญญา (Covenants)
8. คุณภาพการบริการ (Quality of services)
9. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการ
10. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ ศึกษาระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการศึกษา ดังนี้

1. เข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ที่ได้จากการศึกษาปัจจัยระหว่างองค์ประกอบของตราสารหนี้กับเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและพัฒนากระบวนการจำหน่ายตราสารหนี้ของธนาคารพาณิชย์
2. ทราบถึงคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่การตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ และนำผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการได้อย่างเหมาะสม
3. นำผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การเสนอขายตราสารหนี้ อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการพัฒนาตราสารหนี้ ส่งเสริมให้มีการลงทุนในตราสารหนี้เพิ่มสูงขึ้นและเป็นทางเลือกในการออมเงินแก่ผู้ลงทุน

1.8 นิยามศัพท์

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคล รายใหญ่ ศึกษาระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาด ตราสารหนี้ โดยผู้ศึกษาขอกำหนดคำจำกัดความในงานค้นคว้าอิสระ ดังนี้

นักลงทุนบุคคลรายใหญ่ หรือนักลงทุน ซึ่งตามแผนแม่บทการพัฒนาตลาดทุนไทยที่ กระทรวงการคลังได้จัดทำขึ้นตั้งแต่ปี 2545 ได้แบ่งประเภทของผู้ลงทุนออกได้เป็น 2 ประเภทได้แก่ ผู้ลงทุนสถาบัน (Institutional investors) และผู้ลงทุนรายย่อย (Retail/Individual Investors) โดย ผู้ลงทุนสถาบันจะเป็นกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการลงทุนและความเสี่ยงเป็นอย่างดี มีการ กำหนดนโยบายการลงทุนที่ชัดเจนกว่าผู้ลงทุนรายย่อย แต่สำหรับงานวิจัยนี้ นักลงทุนบุคคลราย ใหญ่ หรือนักลงทุน หมายถึง ผู้ลงทุนรายย่อย (Retail/Individual Investors) ซึ่งเป็นนักลงทุน ประเภทบุคคลธรรมดาที่มีการลงทุนในตราสารหนี้และมีปริมาณเงินฝากมากกว่า 20 ล้านบาทซึ่ง จัดเป็นกลุ่มนักลงทุนที่มีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวของตลาดตราสารหนี้

เจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ หมายถึง บุคคลที่ได้รับใบอนุญาตจากสำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ในการปฏิบัติหน้าที่ให้คำแนะนำหรือ คำปรึกษาแก่บุคคลใดๆ เกี่ยวกับการลงทุนในตราสารหนี้ แต่เนื่องจากตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2548 สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้ออกประกาศเพื่อรวมการ ให้ใบอนุญาตใหม่แก่ผู้ติดต่อกับผู้ลงทุน ดังนั้นในงานวิจัยนี้จะขอเรียกผู้ติดต่อกับผู้ลงทุนว่า เจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้เพื่อความเข้าใจที่ชัดเจน

ใบอนุญาตเป็นเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ (Sale license) หมายถึง ใบอนุญาต ที่ตลาดหลักทรัพย์ออกให้แก่ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาแก่บุคคลใดๆ เกี่ยวกับการ ลงทุนในตราสารหนี้ ผู้จะยื่นขอใบอนุญาตเป็นเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้จะต้องเป็น พนักงานของบริษัทสมาชิกหรือบริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งผ่านการอบรมและทดสอบความรู้เกี่ยวกับการ เป็นเจ้าหน้าที่การตลาดจากสถาบันฝึกอบรมของสมาคมบริษัทหลักทรัพย์ และจะต้องมีคุณสมบัติ อื่นตามที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด

ตราสารหนี้ หมายถึง ตราสารที่ออกโดยเจ้าของกิจการ รัฐวิสาหกิจ หรือรัฐบาลมีการ จ่ายผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยเป็นงวดๆ พร้อมกับจ่ายเงินคืนให้แก่เจ้าของเงินเมื่อครบกำหนดที่ ตกลงกันได้ ซึ่งระยะเวลาครบกำหนดของตราสารหนี้ จะมีทั้งที่เป็นระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี) ปานกลาง (1 ถึง 5 ปี) และระยะยาว (5 ปีขึ้นไป) ผู้ถือตราสารหนี้มีฐานะเป็นเจ้าหนี้ของผู้ออกตราสารเนื่องจาก

เป็นผู้ให้กิจการกู้ยืมไปลงทุน และผู้ลงทุนที่มีฐานะเป็นเจ้าของหนี้จะมีสิทธิเรียกร้องการชำระคืนเงินต้นก่อนผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ถือหุ้นของกิจการในกรณีที่เลิกบริษัทหรือล้มละลาย การลงทุนในตราสารหนี้ ก็ยังคงมีความเสี่ยง ถ้าหากว่ากิจการที่ออกตราสารหนี้มีปัญหาทางการเงินหรือล้มละลาย ไม่สามารถจ่ายคืนเงินต้นได้ทั้งหมด หรือหากตราสารหนี้มีมูลค่าเปลี่ยนแปลงลดลงเนื่องจากภาวะการซื้อขายในตลาดรองก็จะทำให้ผู้ลงทุนขาดทุนได้ ตัวอย่างตราสารหนี้ ได้แก่ ตัวเงินคลัง พันธบัตร ตัวสัญญาใช้เงิน ตัวแลกเงิน หุ้นกู้ ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นกู้

ธนาคารพาณิชย์ องค์กร หรือบริษัท หมายถึง สถาบันการเงินที่ทำหน้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายตราสารหนี้ (Underwriter) หรือตัวแทนจัดจำหน่ายตราสารหนี้ (Agent) โดยเป็นคนกลางระหว่างบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์กับประชาชนผู้ต้องการลงทุน หน้าที่ของธนาคารพาณิชย์เริ่มตั้งแต่ให้คำปรึกษาก่อนการออกหุ้นจำหน่ายแก่ประชาชน จัดเตรียมเอกสารเพื่อให้ ก.ล.ต. พิจารณาการจะเสนอขายตราสารหนี้ แนะนำราคาขายที่เหมาะสม ธนาคารพาณิชย์ให้บริการจัดจำหน่ายหุ้นที่ออกจำหน่ายไปแล้ว โดยการนำจำนวนหุ้นทั้งหมดที่ต้องการขายมาจัดจำหน่ายทั่วไปหรือเจรจาต่อรองหาผู้ซื้อ ธนาคารพาณิชย์ยังอาจให้บริการรักษาคืน (maintain markets) หุ้นที่ตนจัดจำหน่ายออกไปแล้ว รวมถึงให้บริการจัดหาผู้ซื้อในกรณีลูกค้าต้องการขายหุ้นแบบ private placement ธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เป็นนายหน้า (broker) และผู้ค้าหลักทรัพย์ (dealer) ในการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดรอง รวมทั้งอาจให้บริการธุรกรรมการเงินอื่น ๆ

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (The Office of the Securities and Exchange Commission) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามมาตรา 17 ของ พ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 เพื่อปฏิบัติการใดๆ ให้เป็นไปตามมติของคณะกรรมการ ก.ล.ต. และปฏิบัติงานอื่นตามบทบัญญัติแห่ง พ.ร.บ. หลักทรัพย์ฯ

หนังสือชี้ชวน (Prospectus) เอกสารที่บริษัทผู้เสนอขายตราสารหนี้ต่อประชาชนทั่วไปต้องจัดทำขึ้น เพื่อเปิดเผยข้อมูลแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับบริษัท และรายละเอียดของการเสนอขายตราสารหนี้ครั้งนั้น หนังสือชี้ชวนจะต้องแสดงข้อมูลลักษณะธุรกิจของบริษัท โครงการในอนาคต โครงสร้างการบริหารงานผู้บริหารบริษัท ข้อมูลทางการเงิน ผลประกอบการในอดีตและที่คาดการณ์ว่าจะเป็นไปในอนาคตประเภทของหุ้นที่เสนอขาย จำนวนหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ ราคาเสนอขายและวันเวลาที่ให้จองซื้อ

ปัจจัยที่ทำการศึกษา หมายถึง ปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้และปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้

มูลค่าที่ตราไว้ (Par Value) คือ มูลค่าเงินต้นที่ผู้กู้จะต้องชำระคืนให้กับผู้ถือตราสารหนี้เมื่อครบกำหนด ส่วนใหญ่เท่ากับ 1,000 บาท ทั้งนี้มูลค่าที่ตราไว้นี้อาจลดลงเมื่อมีการจ่ายคืนเงินต้นในกรณีที่เป็นตราสารหนี้ชนิดทยอยจ่ายคืน

อัตราดอกเบี้ยหน้าตัว (Coupon rate) คือ อัตราดอกเบี้ยที่ผู้ออกมีภาระที่ต้องจ่ายให้กับผู้ถือตราสารหนี้ตามวัน เดือน ปี ที่กำหนดตลอดอายุของตราสารหนี้ ในกรณีที่เป็นอัตราดอกเบี้ยคงที่ (Fixed rate) เช่น 8.00% ต่อปี ผู้ออกจะต้องจ่ายที่อัตรานั้นตลอดอายุของตราสารหนี้เป็นต้น

งวดการจ่ายดอกเบี้ย (Coupon frequency) เป็นการระบุจำนวนครั้งของการจ่ายดอกเบี้ยซึ่งสามารถเป็นได้ทั้ง 1 ครั้งต่อปี 2 ครั้งต่อปี 4 ครั้งต่อปี หรือทุกๆ เดือน แล้วแต่ผู้ออกตราสารหนี้จะกำหนด

วันครบกำหนดไถ่ถอน (Maturity date) เป็นการกำหนดวันหมดอายุของตราสารหนี้ ซึ่งผู้ออกจะต้องทำการจ่ายคืนเงินต้นและดอกเบี้ยงวดสุดท้าย (ถ้ามี) ให้กับผู้ถือ และในที่นี้ยังจะหมายถึงอายุหรือระยะเวลาของตราสารหนี้ใดๆ ที่จำหน่ายผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ชื่อผู้ออก (Issuer) หมายถึง การระบุว่าใครเป็นผู้ออกตราสารหนี้ หรือเป็นการระบุชื่อผู้กู้ซึ่งในที่นี้จะรวมไปถึงความเชื่อมั่นในตัวผู้ออกตราสารหนี้ด้วย

ประเภทของตราสารหนี้ เป็นการระบุประเภทของตราสารหนี้ เช่น หุ้นกู้ไม่มีประกัน หุ้นกู้ด้อยสิทธิ/ไม่ด้อยสิทธิ หุ้นกู้แปลงสภาพ เป็นต้น

ข้อสัญญา (Covenants) เป็นเงื่อนไขและข้อตกลงที่ระบุให้ผู้ออกหุ้นกู้ต้องสัญญาว่าจะทำหรือไม่ทำ สิ่งหนึ่งสิ่งใดเพื่อประโยชน์ของผู้ให้กู้ โดยทั่วไปมักเกี่ยวกับการตกลงในระดับทุนหมุนเวียน อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นหรือภาระดอกเบี้ยที่ต้องชำระ การห้ามจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้นสามัญเกินอัตราที่กำหนด การต้องดำรงสัดส่วนของหนี้สินต่อทุนไม่เกินอัตราที่กำหนด ข้อสัญญาอาจรวมถึงการจำกัดด้านการบริหารของผู้ออก เช่น การห้ามรวมกิจการ เป็นต้น

