

แนวทางการพัฒนาปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์
กับบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
GUIDELINES FOR DEVELOPING FACTORS INFLUENCING THE DECISION
TO OPEN A TRADING ACCOUNT SECURITIES WITH SECURITIES COMPANIES
IN BANGKOK & SURROUNDING AREAS

ชุตินันท์ สุดเดือน¹ อนันต์ รัศมี¹ วิจิต สุรดิษฐ์¹ และ นลินี สุรดิษฐ์¹

¹การบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Chutipan Sutdewan¹ Anant Rasamee¹ Vichit Suradinkura¹ and Nalinee Suradinkun¹

¹Development Administration, Suan Sun&ha Rajabhat University

(Received: August 13, 2024; Revised: December 29, 2025; Accepted: December 29, 2025)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดและผลการดำเนินงานที่ทำให้บริษัทหลักทรัพย์ได้รับประโยชน์สูงสุด ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการบริหารของบริษัทหลักทรัพย์และองค์การที่คล้ายกันโดยผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องกับบริษัทหลักทรัพย์จะได้อรรถประโยชน์ ในการนำไปพัฒนาระดับการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งนำไปปรับปรุงวิสัยทัศน์และพันธกิจเพื่อเพิ่มความสำเร็จของบริษัทหลักทรัพย์ ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์, บริษัทหลักทรัพย์, แนวทางการพัฒนาปัจจัย

ABSTRACT

This academic paper has the purpose of presenting guidelines for developing factors influencing the decision to open a securities trading account with a securities company in Bangkok & the surrounding area that affect marketing success & operating results that allow the securities company to receive maximum benefit, which can be applied in management. management of securities companies & the like, where executives & people related to securities companies will receive information in order to develop & upgrade operations to achieve efficiency & effectiveness in a concrete way. Including using it to improve the vision & mission to increase the success of the securities company, continue to be sustainable.

Keywords: The Decision to Open a Trading Account Securities, Securities Companies, Guidelines for Developing Factors Influencing

บทนำ

ประเทศไทยมีประชากร 66.2 ล้านคน (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2566) มีจำนวนบัญชีเงินฝากในธนาคารพาณิชย์ 93,264,549 บัญชี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) คิดเป็นร้อยละ 127 ของจำนวนประชากร ในทางกลับกันการลงทุนในหลักทรัพย์ (หุ้น) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนสูงสุด แต่กลับมีการเปิดบัญชีเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์เพียง 1,105,517 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 1.45 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ เมื่อเทียบจำนวนบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ต่อจำนวนประชากรวัยผู้ใหญ่คิดเป็นจำนวนร้อยละ 1.72 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตามเนื่องจากภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้มีการออมและการลงทุนผ่านกองทุนรวมหุ้นระยะยาวและกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Long Term Equity Fund และ Retirement Mutual Fund) ซึ่งสามารถนำมาใช้หักค่าลดหย่อนภาษีได้ โดยมีอยู่จำนวน 350,000 บัญชี ซึ่งหากรวมกับจำนวนบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์แล้ว จะคิดเป็นจำนวนร้อยละ 2.2 ซึ่งยังคงเป็นสัดส่วนที่น้อยกว่าประเทศอื่นอยู่มาก (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [SET], 2566ก)

การลงทุนในหลักทรัพย์ (Financial or Securities Investment) ตามความหมายของการเงินหรือการลงทุนในหลักทรัพย์เป็นการซื้อสินทรัพย์ (Asset) ในรูปของหลักทรัพย์ (Securities) เช่น พันธบัตร (Bond) หุ้นกู้ หรือหุ้นทุน (Stock) ลักษณะนี้เป็นการลงทุนทางอ้อม ซึ่งแตกต่างจากการลงทุนทางธุรกิจ ผู้มีเงินออมเมื่อไม่ต้องการที่จะประกอบธุรกิจเอง เนื่องจากความเสี่ยงหรือมีเงินยังไม่เพียงพอ อาจนำเงินไปซื้อหลักทรัพย์ที่พอใจจะลงทุนโดยมีผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยหรือเงินปันผล (Aggarwal & Jha, 2023) รวมทั้งผลตอบแทนกำไรจากการขายหลักทรัพย์ (Capital Gain) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเรียกว่า Yield โดยปกติแล้วผู้ลงทุนมีการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์จากส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลทั้ง ด้านกระบวนการบริการ ราคา ผลผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมทางการตลาด รวมทั้งความรู้ด้านการซื้อขายหลักทรัพย์ (Barber et al., 2022) สำหรับธุรกิจบริษัทหลักทรัพย์ในประเทศไทย มีการแข่งขันสูงตลอดเวลา แต่ละแห่งจึงต้องปรับตัวหาความได้เปรียบเพื่อดึงดูดนักลงทุนเสมอ โดยเฉพาะกลุ่มนักลงทุนหน้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นทุกปีการประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎีในการศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ในประเทศที่สำคัญที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ได้ตามเป้าหมาย เพื่อนำมาค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ในประเทศเพื่อนำไปใช้ประยุกต์ใช้ในการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (เกศรา มัญชุศรี, 2560; ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [SET], 2566ข)

บริษัทหลักทรัพย์หรือ “โบรกเกอร์” (Broker) ทำหน้าที่เป็นตัวแทนหรือนายหน้าในการซื้อขายหลักทรัพย์และให้บริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขายหลักทรัพย์ ตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์จากผู้ลงทุน รวมไปถึงการรับชำระราคาซื้อขายหลักทรัพย์ การส่งมอบหลักทรัพย์ ไปจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ โดยคิดค่าบริการจากผู้ลงทุนเป็นค่าธรรมเนียม นอกจากนี้ยังมีบริการหลังการขาย โดยดูแลเรื่องเงินปันผล การจองซื้อหุ้นที่ออกใหม่ รวมถึงการวิเคราะห์หุ้น และให้ข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจ ในปัจจุบันบริษัทหลักทรัพย์ส่วนใหญ่มีบริการซื้อขายทั้งผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดโดยตรง และซื้อขายได้ด้วยตัวเองผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งขณะนี้บริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาตการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์มีจำนวน 43 บริษัท ซึ่งในจำนวนนี้มี 39 บริษัทที่เป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในด้านธุรกิจอนุพันธ์ บริษัทที่ได้รับใบอนุญาตตัวแทนซื้อขายสัญญาซื้อขายล่วงหน้า จำนวน 43 บริษัทซึ่งเป็นสมาชิกบริษัทตลาดอนุพันธ์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ประเภทตัวแทนทั่วไปจำนวน 40 บริษัท (สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย, 2564) ซึ่งธุรกิจหลักทรัพย์นั้นมีรายได้รวมในปี 2564 จำนวน 65,239 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.8 จากรายได้รวมจำนวน 47,333 ล้านบาท ปี 2563 ทั้งนี้รายได้จากการเป็นนายหน้ายังคงเป็นรายได้หลักของธุรกิจโดยรายได้จากการเป็น

นายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์และสัญญาซื้อขายล่วงหน้ารวมกันเป็นจำนวน 35,854 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 50 ของรายได้รวมทั้งหมดตามลำดับ (สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย, 2564)

จากที่กล่าวมาแล้วถึงการแข่งขันกันอย่างสูง ทำให้ผู้บริหารต้องหาแนวทางต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักลงทุน เนื่องจากรายได้หลักของบริษัทหลักทรัพย์มาจากค่านายหน้าหรือค่าธรรมเนียมการซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นอัตราเปอร์เซ็นต์จากมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะเมื่อสำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลาดหลักทรัพย์”) มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่ใช้อัตราค่าธรรมเนียมขั้นต่ำที่ร้อยละ 0.25 ในการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดและร้อยละ 0.15 จากการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมาเป็นแบบเสรี ทำให้บริษัทหลักทรัพย์ต้องทำการแข่งขันกันอย่างสูงและต้องปรับแนวทางการตลาดให้ได้เปรียบคู่แข่ง เช่นการทำหน้าที่คอยดูแล อำนวยความสะดวกตามความต้องการ สร้างจุดเด่นในการให้บริการ เพิ่มคุณภาพการดำเนินการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยเข้ามาพัฒนาระบบและโปรแกรมการซื้อขาย รวมทั้งงานวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีคุณภาพ ปรับลดค่าธรรมเนียมขั้นต่ำและช่องทางให้ทำการซื้อขาย ผ่านทางผู้แนะนำการลงทุน หรือผ่านช่องทางระบบอินเทอร์เน็ต (ราชกิจจานุเบกษา, 2562; ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [SET], (2566ค)

ในบทความนี้จะเป็นการนำเสนอแนวทางการพัฒนาแนวทางการพัฒนาปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการบริหารของบริษัทหลักทรัพย์ให้ได้รับประโยชน์สูงสุดโดยผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องกับบริษัทหลักทรัพย์จะได้สารสนเทศ ในการนำไปพัฒนายกระดับการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งนำไปปรับปรุงทุกกิจกรรมมีกระบวนการจัดการทางการตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันตามจุดเน้นของบริษัทหลักทรัพย์ ให้ผู้ซื้อทุกคนให้เข้าถึงผลิตภัณฑ์และตัดสินใจซื้อซึ่งจะเป็นการยกระดับผลการดำเนินงานการบริหารหลักทรัพย์ให้บรรลุเป้าหมายและเกิดประโยชน์ต่อการสร้างให้มีความเจริญก้าวหน้าให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตั้งใจใช้บริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์

ความตั้งใจใช้บริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์คือสภาพทางจิตใจ (Mental State) ที่สะท้อนการวางแผนของนักลงทุนจะใช้บริการจากบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ในจำนวนเท่าใดในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ โดยมีความตั้งใจ ความมุ่งมั่น หมายความว่า มุ่งมั่นเอาใจจดจ่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความตั้งใจเป็นกระบวนการเลือกรับแรงจูงหรือประเพณีตามที่ต้องการโดยไม่สนใจสิ่งอื่น ๆ เช่นความตั้งใจในการใช้บริการของนักลงทุน เป็นการกระทำที่ได้มาด้วยการจัดการและมีการใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์นั้น โดยมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ (Titman et al., 2022)

1. ความถูกต้องของบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน ทำให้นักลงทุน สามารถได้รับผลตอบแทนจากหลักทรัพย์ได้สูงสุดช่วยให้บริษัทหลักทรัพย์ดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว

2. ความเชื่อถือในกระบวนการซื้อขายหลักทรัพย์ที่สามารถใช้ยืนยันระบุตัวบุคคล ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล มีระบบการควบคุมภายในที่ดี และสามารถพิสูจน์ได้ว่าในบริบ่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่จัดทำและส่งมอบให้แก่ นักลงทุนมีข้อความถูกต้องครบถ้วนเช่นเดียวกับขณะที่สร้าง ส่งและรับโดยใช้วิธีการที่เชื่อถือได้และสามารถแสดงข้อความได้ในภายหลัง โดยความหมายไม่เปลี่ยนแปลง รวมทั้งต้องมีระบบงานที่พิสูจน์ได้ว่า ไม่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงโดยไร้ร่องรอยหรือมีการเปลี่ยนแปลงรายการในเอกสารที่ออกระหว่างทาง (Chui et al., 2022)

3. ผลประโยชน์ของการใช้บัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่เกี่ยวกับการทำให้การซื้อขายหลักทรัพย์ประสบผลสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีและเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุน รวมทั้งมีความมั่นใจว่าบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ไม่ต้องใช้

ความพยายามสูงในการใช้งานเพราะบริษัทหลักทรัพย์มีการจัดเตรียมการสนับสนุนให้การซื้อขายหลักทรัพย์มีความถูกต้องมากกว่าเดิม รวมทั้งจะช่วยเพิ่มให้ผลของการซื้อขายหลักทรัพย์ให้ดีขึ้น นอกจากนั้นยังมีความคิดว่าการซื้อขายหลักทรัพย์ได้แก่อุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่มีอยู่ มีส่วนสนับสนุนต่อการให้บริการ เพิ่มความเข้าใจในการควบคุมให้มีความแม่นยำมากกว่าเดิม ซึ่งปัจจัยทั้งหมดมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บัญชีซื้อขายหลักทรัพย์

4. การใช้บริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ หมายถึง พฤติกรรมของนักลงทุนทั้งในส่วนบุคคลจากประสบการณ์ ความเข้าใจ ความเชื่อ การรับรู้ ความต้องการและความเข้าใจ การรับรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ พฤติกรรมการใช้บัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ ได้รับอิทธิพลจากคุณภาพของระบบ ความถูกต้อง ความปลอดภัยน่าเชื่อถือ สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย รวมทั้งการได้รับผลประโยชน์ได้ดียิ่งขึ้นและมีส่วนในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการซื้อขายหลักทรัพย์

กระบวนการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์เป็นการผสมผสานลักษณะพฤติกรรมที่ประกอบด้วย การรับรู้ ทักษะคิดและการตัดสินใจเลือกซื้อ ถ้ามีการสื่อสารการตลาดที่ตรงกับความต้องการจะทำให้การตัดสินใจง่ายขึ้น การศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคนับเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับบริษัทหลักทรัพย์ ที่ควรติดตามแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต เพื่อนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมและยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในด้านการตลาดในการสร้างและใช้กลยุทธ์ที่มีนักลงทุนเป็นศูนย์กลาง การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งในใจผู้บริโภค การพัฒนาสินค้าและบริการ การตัดสินใจสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาด การตัดสินใจด้านราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น (Akbas et al., 2022)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ เป็นเรื่องสำคัญที่นักลงทุนมักใช้เวลาในการศึกษาและวิเคราะห์ก่อนตัดสินใจ รวมทั้งพิจารณาข้อตกลงและเงื่อนไขต่าง ๆ รวมทั้งความยุติธรรมในการกำหนดเงื่อนไขการซื้อขาย ความโปร่งใสในการปฏิบัติของบริษัทหลักทรัพย์เป็นปัจจัยที่สำคัญ เช่น ความชัดเจนในการกำหนดราคาซื้อขาย การจัดการความขัดแย้งของผู้ลงทุนและข้อกำหนดการทำธุรกรรมอื่น ๆ การตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์เป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาศึกษาและวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วน เพื่อให้ได้บริษัทหลักทรัพย์ที่เหมาะสมกับความต้องการและวัตถุประสงค์การลงทุนและให้ได้ผลตอบแทนที่ดีและมีความเสี่ยงน้อยที่สุดและหากยังไม่มั่นใจ ก็จะไปพูดคุยกับที่ปรึกษาการเงินหรือผู้เชี่ยวชาญทางการลงทุนเพื่อขอคำแนะนำเพิ่มเติม นำมาประเมินความเหมาะสมตามความต้องการและวัตถุประสงค์ในการลงทุนของตนเองเพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและมั่นใจก่อนที่จะเลือกบริษัทหลักทรัพย์ในการเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์

กระบวนการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีของนักลงทุน

กระบวนการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีของนักลงทุนจะต้องผ่านขั้นตอนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในและภายนอก ดังต่อไปนี้ (Ravichandran & Karthika, 2020)

1. การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร ในแต่ละวันนักลงทุนจะเปิดรับข้อมูลจากการโฆษณาเข้ามาสู่ตัวเอง ตั้งแต่เข้าจนคำจากทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์หรือสื่อออนไลน์ทุกประเภทและจะมีการเลือกสรรบริษัทหลักทรัพย์ที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดในการให้บริการซื้อขายหลักทรัพย์

2. การตั้งรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร ซึ่งนักลงทุนตั้งใจรับการกระตุ้นเมื่อเลือกสรรการเปิดรับข้อมูลและให้ความสนใจมาแล้ว รวมทั้งจะทำความเข้าใจและตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับมาให้ถูกต้องและตรงกัน แต่บางครั้งนักลงทุนอาจมีความลำเอียงในการรับรู้ อันเนื่องมาจากความเชื่อถือ ทักษะคิดและประสบการณ์ ซึ่งเป็นการต้องการภายในของตนเองได้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [SET], 2566)

3. การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับในความทรงจำ ซึ่งจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความต้องการและตัดสินใจเลือกซื้อในโอกาสต่อไป

การรับรู้เป็นกระบวนการที่นักลงทุนแต่ละคนเลือก จัดระเบียบและแปลความหมายของสิ่งกระตุ้น ไปเป็นภาพที่ติดอยู่ หากจะให้ความหมายอย่างง่าย การรับรู้คือวิธีการมองโลกรอบตัว หากนักลงทุนแต่ละคนได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าเดียวกันในสภาพแวดล้อมเหมือนกันจะเลือกจัดการและตีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการค่านิยมและความคาดหวัง (เกศรา มัญชุศรี, 2560) การเกิดการรับรู้เป็นกระบวนการประมวลผลข้อมูลแบ่งเป็น 4 ระยะ ได้แก่ การสัมผัสกับสิ่งกระตุ้น การให้ความสนใจ การแปลความหมายและการจดจำ เป็นองค์ประกอบของการรับรู้ ธรรมชาติจะเริ่มจากการสัมผัสสิ่งกระตุ้นเช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์เข้าสู่ประสาทสัมผัสของนักลงทุนซึ่งอาจให้ความสนใจมากหรือน้อย เมื่อเกิดความสนใจ ข้อมูลที่ได้รับจะถูกส่งไปยังสมองเพื่อประมวลผล จากนั้นกระบวนการแปล ความหมาย สิ่งกระตุ้นที่มีความเกี่ยวข้องกับนักลงทุนมาก จะใช้เวลาในการประมวลผลมากเพื่อแปลความหมาย จากนั้นจะเก็บข้อมูลไว้ในความจำระยะสั้น เพื่อนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เร่งด่วน และถูกเก็บต่อไปสู่ความจำระยะยาว ในรูปของประสบการณ์ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหา ในอนาคตและทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน

กระบวนการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีของนักลงทุน มีความเชื่อมโยงมาได้จากทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ส่งผลโดยตรงกับแนวคิดส่วนตัวของนักลงทุนซึ่งอาศัยประสบการณ์ที่ผ่านมาประกอบแนวทางการดำเนินชีวิต ทำให้เกิดความต้องการในการซื้อ จนกระทั่งมาถึงขั้นตอนการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีสินค้าหรือบริการประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ทั้งนี้ นักลงทุนอาจข้ามหรือย้อนกลับไปได้ซ้ำขั้นตอนก่อนนี้ก็ได้ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการเริ่มต้นก่อนการเลือกเปิดบัญชีจริง ๆ (Kumarai et al., 2022)

Kotler & Keller (2012) กล่าวว่ากระบวนการระหว่างความสัมพันธ์ของราคาสิ่งที่พึงพอใจและยอมรับได้ รวมทั้งมีผลต่อความเต็มใจในการซื้อและขณะเดียวกัน ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการซื้อและความเต็มใจในการซื้อจะเป็นอิสระต่อการประเมินผลิตภัณฑ์และบริการ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีและการบอกต่อกับผู้อื่นเป็นสิ่งที่ตามมาในที่สุด ระดับการให้บริการที่สามารถตอบสนองความจำเป็น ความคาดหวัง ความพึงพอใจของนักลงทุนในด้านต่าง ๆ และส่งผลให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการและเกิดการบอกต่อระหว่างบุคคลสู่บุคคล (Word of Mouth) กล่าวคือ ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นและส่งผลให้เกิดการตัดสินใจและการบอกต่อ (Word of Mouth)

การเสนอคุณค่าเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักลงทุนมีแนวคิด 2 ประการ ประกอบด้วยการอาศัยห่วงโซ่แห่งคุณค่าและการใช้กลยุทธ์ส่วนผสมการตลาด ได้แก่ (Osman et al., 2018)

1. ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ในการสร้างความพึงพอใจแก่นักลงทุนนั้น บริษัทหลักทรัพย์สามารถเสนอคุณค่าได้โดยอาศัย “ห่วงโซ่แห่งคุณค่า” ซึ่งเกิดจากการประสานความร่วมมือกันของสมาชิกเพื่อสร้างคุณค่าและส่งมอบคุณค่าดังกล่าว ตามขั้นตอนของกิจกรรมต่าง ๆ โดยครอบคลุมตั้งแต่จุดเริ่มต้นในกระบวนการซื้อขายหลักทรัพย์และเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด รวมทั้งนักลงทุนได้รับผลตอบแทนจากการซื้อขายหลักทรัพย์ได้อย่างต่อเนื่อง

2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในการที่จะเพิ่มคุณค่าเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักลงทุนมี 2 แนวทาง ดังต่อไปนี้ (Aggarwal & Jha, 2023)

2.1 การเพิ่มคุณประโยชน์ให้แก่นักลงทุนมากขึ้น เช่นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลประโยชน์จากการลงทุนที่สูงขึ้น รวมถึงคุณประโยชน์เชิงอารมณ์ เช่น ภาพลักษณ์ของบริษัทหลักทรัพย์ ที่ทำให้เกิดความมั่นใจต่อบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์นั้น

2.2 การลดต้นทุนให้นักลงทุน หมายถึง การจ่ายเงินค่าธรรมเนียมที่ลดลง ทั้งนี้สิ่งที่บริษัทหลักทรัพย์ต้องตระหนักอย่างยิ่ง คือ การลดต้นทุนนี้ต้องไม่บั่นทอนคุณภาพหรือคุณประโยชน์ของนักลงทุน

ในการส่งเสริมกระบวนการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีของนักลงทุน จึงเป็นการเชื่อมโยงจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ที่ส่งผลโดยตรงกับนักลงทุน ทำให้เกิดความต้องการในการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์และพฤติกรรมภายหลังการใช้ ที่ทำให้เกิดห่วงโซ่แห่งคุณค่า เพิ่มคุณประโยชน์ให้มากขึ้น การลดต้นทุนจากการจ่ายเงินค่าธรรมเนียมที่น้อยลงจะเป็นการสร้างคามพึงพอใจแก่นักลงทุนอันเป็นความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้ซื้อขายหลักทรัพย์ซึ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของนักลงทุนที่เกิดจากหลายองค์ประกอบ ได้แก่ ประสบการณ์ในอดีต คำบอกเล่าของเพื่อนฝูงและญาติมิตร แหล่งข้อมูลอื่น ๆ หรือแม้แต่พันธะสัญญาของบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้ให้ไว้กับนักลงทุน บางแห่งได้สร้างความคาดหวังไว้ในระดับสูง ซึ่งอาจก่อให้เกิดความผิดหวังแก่นักลงทุนได้ ในทางตรงข้าม ถ้ากำหนดความคาดหวังไว้ต่ำก็ย่อมไม่สามารถชักจูงให้นักลงทุนให้เกิดความสนใจและมาบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ได้ เพราะนักลงทุนจะประเมินถึงคุณค่าที่ได้รับเมื่อเทียบกับต้นทุนที่จ่ายไป ถ้ามีความพึงพอใจย่อมมีความต้องการที่จะสานต่อความสัมพันธ์หรือการกลับมาซื้อซ้ำโดยไม่หันเหไปใช้บริการจากรายอื่น วิธีการสร้างความพึงพอใจแก่นักลงทุน ด้วยการนำเสนอหรือส่งมอบคุณค่าให้นักลงทุนแล้วถูกประเมินคุณค่าจากอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนทั้งหมดที่จ่ายไป

ความพึงพอใจจึงเป็นความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้บริการซึ่งคุณค่าที่ได้รับจะต้องเท่ากับหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของนักลงทุนการสร้างคามพอใจให้กับนักลงทุนโดยตรงด้วยกระบวนการซื้อขายหลักทรัพย์ที่เหมาะสม ทั้งก่อนหน้า ระหว่างและภายหลังการซื้อขายดังนั้นการเพิ่มคุณค่าของระบบการซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยการมุ่งเน้นด้านคุณภาพ ที่มีความเป็นเลิศในทุกด้าน เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด มีการส่งมอบที่รวดเร็ว การบริการหลังการขาย การพัฒนาหรือปรับปรุงคุณภาพและการมุ่งเน้นกระบวนการในทิศทางหรือเป้าหมายที่ชัดเจน นอกจากนั้นยังต้องมีการใช้การส่งเสริมการตลาดในมุมมองของนักลงทุน ในการเชื่อมโยงให้กลมกลืนกันเป็นเนื้อเดียวในการส่งมอบการบริการให้นักลงทุนด้วยกระบวนการที่ดีโดยใช้การบริหารจัดการเข้าช่วยให้เกิดความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย

การส่งเสริมการตลาดด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่ตรงกับพฤติกรรมนักลงทุนในยุคดิจิทัล

การทำธุรกิจซื้อขายหลักทรัพย์ในยุคดิจิทัล จำเป็นต้องศึกษาและเรียนรู้ในพฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึก เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ เป็นไปได้และเข้าถึงได้มากที่สุด โดยพฤติกรรมแต่ละอย่างมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสังคมและเศรษฐกิจเมื่อทราบแล้ว ควรนำมาใช้เพื่อประยุกต์ ปรับใช้ ปรับแผนการตลาดให้เข้ากับธุรกิจเพื่อความก้าวหน้าในอนาคตและได้รับผลกำไรสูงสุด โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้ (Khare & dan Ali, 2020; Ge, 2020) 1) Multi-tasking ในอุปกรณ์ดิจิทัลได้เริ่มเข้ามาแทนที่การดูทีวี Multi-tasking เป็นการทำงานของหลายฟังก์ชันบนอุปกรณ์ดิจิทัลพร้อมกัน 3 ใน 4 ของนักลงทุนเพื่อสร้างการดึงดูดความสนใจอย่างสร้างสรรค์จึงควรมีการทำการตลาดแบบ Dual Screen 2) ความนิยมของนักลงทุนส่วนใหญ่ในการรับข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต จากแหล่งออนไลน์ เช่น You tube เว็บไซต์โฆษณา ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทหลักทรัพย์ควรให้ความสำคัญเพราะจะทำให้รู้จักและสนใจในสินค้าและบริการ 3) นักลงทุนที่ใช้สมาร์ทโฟน มักไม่ชอบ

Targeted Ads ไม่ชอบโฆษณา การเจาะจงเป้าหมายจากพฤติกรรมการใช้งานเป็นเรื่องของการล้าสิทธิส่วนบุคคล ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์จึงควรระวังในการทำการตลาดต้องไม่สร้างความน่ารำคาญ 4) นักลงทุนต้องการภาพ ไม่ใช่คำพูดเพราะสามารถสื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว ไม่ใช่เวลามากอีกทั้งคอนเทนต์ที่มีภาพถ่ายมักมีอิทธิพลมากกว่าประเภทคำพูด เช่น คอนเทนต์ภาพสามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้มากกว่าประเภทอื่น ซึ่งนักลงทุนมักใช้เวลาว่างบนโลกโซเชียล จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับบริษัทหลักทรัพย์ที่ต้องทำให้นักลงทุนเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) คือทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการตลาดโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันบริษัทหลักทรัพย์ต่าง ๆ จะใช้ประโยชน์จากการทำดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ผ่านหลายช่องทาง เช่น โซเชียลมีเดีย อีเมล เว็บไซต์ เพื่อสื่อสารกับนักลงทุนและเทคนิคสำคัญคือการใช้คอนเทนต์ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดในการวางแผนทางการตลาดและสร้างตราสินค้า เมื่อผสมผสานรวมกันในโลกโซเชียลมีเดีย ยิ่งทำให้การทำคอนเทนต์เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก หลายองค์การพยายามสร้างคอนเทนต์ที่แปลกใหม่และผลิออกมาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีเนื้อหาในการดึงดูดให้นักลงทุนสนใจ คอนเทนต์ต้องตอบโจทย์กลุ่มนักลงทุนเป้าหมายสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการแชร์ต่อบอกต่อหรือกดไลค์ เทคนิคที่สำคัญในการสร้าง Social Media Content เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการแชร์คอนเทนต์ตามหลักเชิงจิตวิทยาจากปัจจัยสำคัญ (Liu, 2019; Nusair, 2020)

การทำเนื้อหาหรือคอนเทนต์ เป็นสิ่งสำคัญในยุคดิจิทัลและกลายเป็นแนวทางสำหรับบริษัทหลักทรัพย์ ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างคอนเทนต์ทางการตลาดในการสร้างโอกาสการเติบโตให้กับธุรกิจซื้อขายหลักทรัพย์โดยมีแนวทาง ดังต่อไปนี้ (Zhao, 2020; Akbas Boehmer et al., 2022)

1. ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนด้วยการวางแผนทางการทำคอนเทนต์ต้องมาจากวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ชัดเจน อะไรเป็นสิ่งสำคัญที่สุด อันไหนที่ไม่จำเป็น จะได้เลือกทำคอนเทนต์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ประกอบด้วย 1) เป้าหมายเพื่อเพิ่มยอดขาย 2) สร้าง Traffic ให้กับเว็บไซต์ 3) เพื่อสร้างให้เกิดการรับรู้ในธุรกิจการซื้อขายหลักทรัพย์และ 4) ในการทำ SEO ให้ติดหน้าหนึ่งของ Google ลดรายจ่ายด้านการตลาดและสร้าง Social Engagement

2. ตั้งตัวชี้วัดหรือ KPI ที่ชัดเจนในทุกการทำคอนเทนต์เพราะจะช่วยให้บริษัทหลักทรัพย์ปรับแนวทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียงบประมาณไปอย่างเสียเปล่า ซึ่งตัวชี้วัดควรมีตัวเลขกำกับ ประกอบด้วย 1) ได้ยอดขายตามเป้าหมายภายใน 1 เดือน ภายในไตรมาสหรือภายใน 1 ปี 2) เพิ่มยอดการสมัครเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ 200 คน ใน 1 เดือน 3) เพิ่มจำนวนคนกดสมัครรับข้อมูลข่าวสารการวิเคราะห์หลักทรัพย์ 1,000 ใน 1 เดือน 4) เพิ่มนักลงทุนเข้ามาเยี่ยมชมคอนเทนต์ที่ทำผ่านหน้าเว็บไซต์ 500 คน ใน 1 เดือน 5) เพิ่มอันดับการค้นหาใน Google ในอยู่ในหน้าแรก 6) เพิ่มยอดไลค์ ยอดแชร์ ยอดคอมเมนต์ ในคอนเทนต์ที่ต้องการวัดและ 7) การตอบรับการรับเชิญเข้าร่วมงานหรืออีเวนต์ต่าง ๆ

3. กำหนดกลุ่มนักลงทุนเป้าหมายที่ชัดเจนและวิเคราะห์ผลตอบกลับ ในการรวบรวมข้อมูลประเภทนี้จะช่วยให้บริษัทหลักทรัพย์สามารถทำคอนเทนต์ที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ได้อย่างชัดเจนทั้งอายุ เพศ ความสนใจ รายได้ การศึกษา ซึ่งข้อมูลหาได้ทั้งจากการทำการสำรวจภายในบริษัทและในเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดียหรือผ่าน Google Web Analytics, Social Media Analytics ซึ่งทำให้เห็นทั้งความสนใจ ความต้องการ และปัญหาที่พบเจอ แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาสร้าง ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร รูปแบบคอนเทนต์ที่เหมาะสมและเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของนักลงทุนได้

4. เลือกรูปแบบคอนเทนต์ที่ต้องการโดยมีอยู่หลายประเภท ซึ่งมีความแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ และต้องสร้างมาจากเป้าหมายทางการตลาด โดยรูปแบบคอนเทนต์นั้นมีเครื่องมือที่เรียกว่า Content Matrix ที่ช่วยอธิบายให้เห็นถึงเนื้อหาที่แบ่งออกเป็น 4 ประเภทประกอบด้วยประเภทให้ความรู้ (Educate) ประเภทโน้มน้าวใจ (Convince) ประเภทสร้างความบันเทิง (Entertainment) และประเภทสร้างแรงบันดาลใจ (Inspire) โดยแต่ละรูปแบบจะมีเนื้อหาที่ต่างกัน เช่น การทำ E-Book หรือ Info graphic เหมาะสำหรับการทำเพื่อให้ความรู้ เช่น การเขียนบทความ การทำอินโฟกราฟิก การทำวิดีโอ การทำ E-Book (Bughin et al., 2017)

รูปแบบการทำเนื้อหาในโลกยุคดิจิทัล บนเส้นทางการเดินของผู้ซื้อสินค้ามีอยู่หลายขั้นตอน ไม่สามารถใช้แบบเดียวกันได้ เพราะแต่ละแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งมีผลต่อผู้ซื้อในแต่ละขั้นตอนและเรื่องของการทำดิจิทัลคอนเทนต์ต้องใช้เวลา แต่หากรู้ถึง Persona ของกลุ่มนักลงทุนเป้าหมายอย่างถ่องแท้ จะช่วยให้ทำให้เข้าถึงกลุ่มนักลงทุนเป้าหมายในเวลาอันรวดเร็ว โดยไม่ต้องเสียงบประมาณมากนัก เช่น Branded Content อันเป็นวิธีการทางการตลาดที่นำมาใช้ในช่วงที่การสื่อสารทางการตลาดเกิดความอึดอัดอย่างต่อเนื่องแต่เนื่องจากการที่กลุ่มนักลงทุนเป้าหมายหรือนักลงทุนรับข้อมูลข่าวสารจากช่องทางต่าง ๆ มากจนเกินไป ทำให้เกิดการเบื่อหน่ายจนไม่สนใจโฆษณาหรือข้ามไป การทำโฆษณาแบบเดียวเหมือนในอดีต เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมกับยุคดิจิทัลนี้ ที่กลุ่มนักลงทุนหรือผู้บริโภครู้สึกไม่สนใจกับการโฆษณาแบบ Hard Sell ทำให้ต้องหาวิธีการใหม่ ๆ ในการเชื่อมต่อกับกลุ่มนักลงทุนเป้าหมาย เพื่อสื่อสารคุณค่าของสินค้าและบริการจนกลายเป็นวิธีการสร้าง Branded Content ที่ดีที่สุด

การสร้างนวัตกรรมบริการของบริษัทหลักทรัพย์

นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งทางด้านการลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับนักลงทุนซึ่งมูลค่าของการบริการขึ้นอยู่กับความพึงพอใจเป็นสำคัญ บริษัทหลักทรัพย์สามารถทำรายได้จากนวัตกรรมบริการจึงส่งผลให้เกิดการค้าใหม่ ๆ เพื่อรองรับการขยายตัวทางการค้าและการลงทุน ดังต่อไปนี้

Chui et al. (2022) กล่าวว่า ในยุคของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันตั้งแต่ระดับประเทศระดับภาครัฐ รัฐวิสาหกิจและธุรกิจเอกชน บริษัทหลักทรัพย์ที่จะสามารถรักษาศักยภาพในการแข่งขัน โดยอาศัยผลของนวัตกรรมองค์การนั้นจะต้องเข้าใจในภาพกว้าง ซึ่งรวมไปถึงการเป็นเทคโนโลยีดิจิทัลและวิธีการสร้างสรรค์ผลงานด้วยวิธีใหม่ ๆ

Choi et al. (2014) กล่าวว่า นวัตกรรมมีความสำคัญมากในอนาคต เพราะเป็นยุคของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น ในทุกระดับของบริษัทหลักทรัพย์ตั้งแต่ระดับองค์กร แผนงานและบุคคล เป็นการนำแนวคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการบริการ การทำในสิ่งที่แตกต่างจากบริษัทอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นรอบตัวให้กลายเป็นโอกาส และนำไปสู่แนวคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อบริษัทหลักทรัพย์และนักลงทุน

Kuang (2022) กล่าวว่า นวัตกรรมบริการได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความคาดหวัง ความต้องการของนักลงทุนและบริษัทหลักทรัพย์นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและมีการให้ความสำคัญมากขึ้นในการปรับปรุงข้อเสนอที่มีอยู่เพื่อการพัฒนาข้อเสนอใหม่ ๆ ที่จะทำให้เกิดการดึงดูดนักลงทุนใหม่ ๆ เข้ามาและการสร้างระบบบริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งในปัจจุบันและอนาคต นวัตกรรมบริการเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับบริษัทหลักทรัพย์ในการแสวงหาผลประโยชน์ และโอกาสทำสิ่ง

สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อสร้างบริษัทหลักทรัพย์ให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งโดยจะถูกแสดงออกมาในรูปแบบของการฝึกฝน การพัฒนาศักยภาพในการเรียนรู้และการนำไปปฏิบัติได้จริง

นวัตกรรมบริการเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจพัฒนาก้าวหน้า และหากมองในมุมมองด้านการบริหารจัดการแล้วมีความจำเป็นต่อองค์การและเป็นแรงผลักดันให้เกิดการปรับปรุงบริการใหม่ ๆ จากความสำคัญของนวัตกรรมบริการที่มีต่อความอยู่รอดขององค์การ เนื่องจากเศรษฐกิจโลกและความมั่งคั่งของประเทศต่าง ๆ ล้วนมาจากภาคบริการ โดยนวัตกรรมบริการนั้นทำให้องค์การเกิดความแตกต่างจากการมีบริการที่หลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของนักลงทุน และสามารถดึงดูดได้มากขึ้น นวัตกรรมบริการเป็นการสร้างคุณภาพในด้านการบริการ และช่วยเพิ่มโอกาสในการกำหนดราคาขาย และสามารถลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งยังสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีกด้วย (Saputra et al., 2021)

ในการพัฒนานวัตกรรมบริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ในยุคดิจิทัลเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง หลายแห่งพยายามสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างนวัตกรรมบริการอาจทำได้ด้วยการบริการแนวคิดใหม่ (New Service Concept) การพัฒนากระบวนการให้บริการใหม่ (New service process) และการสร้างโมเดลบริษัทหลักทรัพย์ใหม่ (New service business model) บริษัทหลักทรัพย์จึงควรปรับตัวตามภูมิทัศน์ใหม่ของการบริการ ซึ่งประกอบด้วย ความคาดหวังของนักลงทุนที่สูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของอินเทอร์เน็ตบนมือถือและการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ การวิเคราะห์ขั้นสูง โดยให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบนวัตกรรมบริการ การปรับเปลี่ยนประสบการณ์ของนักลงทุนและการลดความซับซ้อนในการส่งมอบบริการ (Titman et al., 2022)

จากการที่ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงหลายด้านเกิดขึ้น โดยเฉพาะด้านดิจิทัลที่มีอิทธิพลคุกคามต่อแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจและส่งผลให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิมต้องเปลี่ยนแปลง ธุรกิจจึงต้องมีการคิดค้น ปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ไม่ล้าหลังหรือต้องยุติการดำเนินงานในอนาคต ธุรกิจบริการซื้อขายหลักทรัพย์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาตามความต้องการของนักลงทุนโดยเฉพาะในช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัลที่เกิดขึ้นและให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักลงทุน รวมทั้งมีความพร้อมของข้อมูลเพื่อสร้างนวัตกรรมทางเลือกที่หลากหลายสำหรับนักลงทุน สิ่งที่อยู่สูงสุดของนวัตกรรมบริการคือการสร้างสรรค์กิจกรรมการบริการเพื่อสร้างมูลค่าให้กับนักลงทุน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (Solomon et al, 2014)

1. ข้อมูลสารสนเทศเป็นวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของคุณค่าที่คาดหวังจากผลงานของนวัตกรรมบริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์

2. กระบวนการ เป็นขั้นตอนการให้บริการและการเข้ารับบริการซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของนวัตกรรมบริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรมบริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์จะต้องสร้างขึ้นบนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพาให้เป็นส่วนสนับสนุนกระบวนการให้บริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ รวมทั้งการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและคุณค่า

3. การใช้อินเทอร์เน็ตสรรพสิ่ง (The Internet of Things) เชื่อมต่อระหว่างอุปกรณ์ซึ่งเป็นสิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งมอบบริการแบบเรียลไทม์ให้กับนักลงทุน อาทิ การเชื่อมโยงสมาร์ตโฟนกับระบบการซื้อขายหลักทรัพย์โดยมีบริษัทหลักทรัพย์เป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อแบบดิจิทัล ที่เปิดโอกาสสำหรับการให้บริการเชิงรุกในรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งแตกต่างจากบริการแบบเดิม

บริษัทหลักทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักลงทุน ที่ดำเนินกิจกรรมให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมทั้งเสนอขายบริการนั้นให้กับนักลงทุน เพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุดตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจโดยเรียกค่าบริการเป็นการตอบแทน บริษัทหลักทรัพย์เป็นธุรกิจที่ต้องใช้บุคลากรเป็นหลักในการประกอบธุรกิจในการเสนอและส่งเสริมบริการ บริษัทหลักทรัพย์จึงเป็นธุรกิจที่อาศัยผู้ให้บริการที่มีความชำนาญเฉพาะด้านที่มีความรู้ในตัวบริการที่ให้เป็นอย่างดี ที่สัมพันธ์และสนับสนุนซึ่งกันและกันตามแนวคิดห่วงโซ่กำไร ที่มีมุมมองว่า “ไม่มีความพึงพอใจของพนักงาน ไม่มีความพึงพอใจของนักลงทุน” ดังนั้นในการสร้างนวัตกรรมบริการจึงอาศัยวิธีการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อกระตุ้นจิตวิญญาณในการทำงาน ทำให้พนักงานยกระดับบริการและสร้างสรรค์นวัตกรรมในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น โดยบริษัทหลักทรัพย์ต้องมีวิธีการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อกระตุ้นให้พนักงานสร้างนวัตกรรมบริการที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างนวัตกรรมบริการเป็นกลไกในการซื้อขายหลักทรัพย์ให้ประสบความสำเร็จ จากการทำงานร่วมกัน โดยต้องมีการกำหนดเป้าหมายทิศทาง รูปแบบและวิธีการปฏิบัติงานให้ชัดเจน มีการกระตุ้นและจูงใจพนักงานให้เกิดความมุ่งมั่น ที่จะทำงานตามบทบาทและหน้าที่เพื่อบรรลุเป้าหมายของการสร้างคุณค่าให้แก่ทุกฝ่าย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [SET], 2566จ)

บริษัทหลักทรัพย์ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักลงทุน บริษัทหลักทรัพย์ในปัจจุบันจำเป็นต้องพัฒนานวัตกรรมบริการขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักลงทุนและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน องค์ประกอบที่สำคัญของนวัตกรรม คือ แนวคิดใหม่ด้านการบริการการสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักลงทุน กระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการและเทคโนโลยีในการให้บริการ ซึ่งต้องอาศัยขีดความสามารถขององค์กร ขีดความสามารถทางการตลาดและขีดความสามารถทางทรัพยากรมนุษย์ นวัตกรรมบริการจำเป็นต้องอาศัยวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และใช้การเสริมสร้างความคิดและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้พนักงานยกระดับบริการที่กว้างขวางขึ้น

บทสรุป

แนวทางการพัฒนาปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจะเป็นการใช้กระบวนการทางธุรกิจร่วมกับองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีมาประยุกต์ในการสร้างสรรค์นำไปสู่การออกแบบกิจกรรมที่ทำให้เกิดคุณค่าแก่นักลงทุน เน้นให้เป็นศูนย์กลางความสำคัญทางธุรกิจ สร้างให้โดดเด่นกว่าคู่แข่งและทำให้นักลงทุนประทับใจทั้ง ก่อน-ระหว่าง-หลัง การรับบริการหรือทำธุรกรรมเพื่อตอบสนองความพึงพอใจอย่างเต็มที่ จากการปรับปรุงและเพิ่มผลกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์และลดความเสี่ยงให้มากขึ้น โดยมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. Product Innovation ด้วยการใช้นวัตกรรมบริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยีหรือวิธีการใช้ รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการเดิมที่มีอยู่ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น โดยตัวแปรหลักที่สำคัญคือการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่ช่วยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. Process Innovation ด้วยการเปลี่ยนแปลงบริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์การประยุกต์ใช้แนวคิดวิธีการหรือกระบวนการใหม่ ๆ ที่มีอิทธิพลให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในซื้อขายหลักทรัพย์และการออกแบบกระบวนการใหม่ที่ทำให้นักลงทุนได้ผลตอบแทนสูงสุด ความเสี่ยงน้อยที่สุดนำไปสู่การซื้อขายหลักทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อนักลงทุนมากที่สุด

3. Position Innovation ด้วยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของบริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่เคยออกสู่ตลาดมาแล้วให้รับรู้ใหม่จากการสร้างสรรค์และพัฒนา สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและมีการเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนในลักษณะของใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือของเดิมที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงขึ้นทำให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจหรือการดำเนินการปรับปรุงคุณลักษณะของการซื้อขายหลักทรัพย์

4. การส่งเสริมการตลาดด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และอินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย อีเมล เว็บไซต์ การวางแผนทางการตลาดแบบผสมผสานรวมกันเพื่อให้มีเนื้อหาในการดึงดูดให้นักลงทุน

5. การประยุกต์ใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ด้วยระบบอัจฉริยะที่มีสติปัญญาเหมือนมนุษย์และมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ ให้นักลงทุนเกิดทัศนคติที่ดีกับการบริการและสามารถตอบสนองความต้องการของนักลงทุนได้เป็นอย่างดี

การบริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์เป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในยุคที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกันเป็นจำนวนมาก สร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้อย่างประสบความสำเร็จส่งผลให้บริษัทหลักทรัพย์ต้องมีการปรับตัวในการดำเนินการให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในการให้บริการ โดยใช้จุดแข็ง รวมถึงทรัพยากรที่เหนือกว่าและการเข้าถึงนักลงทุนเพื่อกำหนดบริการใหม่ ๆ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและปรับปรุงประสบการณ์ของนักลงทุนสิ่งสำคัญคือการมุ่งเน้นนวัตกรรมด้านบริการที่สอดคล้องกับเชี่ยวชาญและการวิจัยและพัฒนาความสามารถในการปรับแต่งประสบการณ์ในการรับบริการของนักลงทุนและช่วยให้ดำเนินการสิ่งต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเองและง่ายขึ้นในการส่งมอบบริการ ดังนั้นเพื่อพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมบริการซื้อขายหลักทรัพย์จึงควรสร้างการมีส่วนร่วมให้มากขึ้นกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการสร้างนวัตกรรมบริการมุ่งเน้นไปที่นักลงทุนเพื่อกระบวนการภายในเท่านั้นโดยพยายามปรับตัวให้เข้ากับโลกดิจิทัลและการแข่งขันที่มากขึ้นสิ่งสำคัญคือการเน้นที่ผลประโยชน์ของนักลงทุนในการใช้บริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่จะทำให้การซื้อขายหลักทรัพย์ประสบผลสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีและเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุน รวมทั้งมีความมั่นใจว่าบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ไม่ต้องใช้ความพยายามสูงในการใช้งาน และบริษัทหลักทรัพย์ควรมีการจัดเตรียมการสนับสนุนให้การซื้อขายหลักทรัพย์มีความถูกต้องมากกว่าเดิม ซึ่งจะช่วยให้ผลของการซื้อขายหลักทรัพย์ให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีความคิดว่าสิ่งอำนวยความสะดวกได้แก่อุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่มีอยู่ มีส่วนสนับสนุนต่อการใช้ระบบ เพิ่มความเข้าใจในการควบคุมให้มีความแม่นยำมากกว่าเดิม ซึ่งปัจจัยทั้งหมดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของบทความ มีดังต่อไปนี้

1. ในการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะมีอิทธิพลมาจากการบริการ ความน่าเชื่อถือ ผลตอบแทน เทคโนโลยีดังนั้น ผู้บริหารระดับสูงเมื่อได้ทราบถึงปัจจัยเหล่านั้นแล้วสามารถนำไปพัฒนาเพื่อให้เกิดผลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ในการวางแผนดำเนินกิจกรรมที่นำไปสู่การตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้กิจการมีการเจริญเติบโตสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันในโลกที่เปลี่ยนแปลงไปโดยบริษัทหลักทรัพย์และผู้บริหารระดับสูง รวมทั้งผู้ที่

เกี่ยวข้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อการพัฒนาธุรกิจหลักทรัพย์ในการปรับปรุงพัฒนาแนวทางให้ตอบสนองความต้องการของนักลงทุนและสามารถแข่งขันได้ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

3. ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมความมีเหตุผล อารมณ์และจินตนาการ ส่งผลต่อความคาดหวังของนักลงทุน รวมทั้งความมั่นใจว่าการใช้บริการบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ไม่ต้องใช้ความพยายามสูงในการใช้งาน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเพราะจะทำให้การซื้อขายหลักทรัพย์ประสบผลสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีรวมทั้งจะช่วยเพิ่มให้ผลตอบแทนจากการซื้อขายหลักทรัพย์ดีขึ้น

4. นักลงทุนมักคาดหวังถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่จะมีส่วนช่วยสนับสนุนในการใช้บัญชีซื้อขายหลักทรัพย์รวมถึงการจัดเตรียมระบบการสนับสนุนที่มีความถูกต้อง แม่นยำมากกว่าเดิม คุณภาพของระบบและข้อมูลสารสนเทศ มีความปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ ในการสร้างความน่าเชื่อถือในการใช้งานหรือการทำธุรกรรมทางการเงินและได้รับผลประโยชน์จากบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

เกศรา มัญชุศรี. (2560). **วิธีปฏิบัติที่เกี่ยวกับการซื้อขาย การชำระราคาและการส่งมอบหลักทรัพย์ในตลาด**

หลักทรัพย์ พ.ศ. 2560. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [SET]. (2566ก). **การเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์.** ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [SET]. (2566ข). **ภาวะตลาดหลักทรัพย์.**

<https://www.set.or.th/th/education-research/research/market-report/main>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [SET]. (2566ค). **ฐานข้อมูลการซื้อขายหลักทรัพย์ตามรายการส่งคำสั่งซื้อขาย (Order transaction) และรายการจับคู่คำสั่งซื้อขาย (Deal transaction).**

<https://www.set.or.th/th/education-research/research/database/main>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [SET]. (2566ง). **เส้นทางวิชาชีพตลาดทุน.**

<https://www.set.or.th/th/education-research/education/professional/overview>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [SET]. (2566จ). **สถาบันวิทยาการตลาดทุน.**

<https://www.cma.in.th/cma/home/>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). **สถิติและข้อมูลเผยแพร่.** <https://www.bot.or.th/th/statistics/financial-institutions.html>

ราชกิจจานุเบกษา. (2562). **พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์.**

<https://www.sec.or.th/TH/Documents/Act&RoyalEnactment/Act/act-sea2562-no6.pdf>

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2566). **จำนวนประชากรในประเทศไทย.**

<https://ipsr.mahidol.ac.th/>

สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย. (2564). **รายงานประจำปี 2564.** สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย.

Aggarwal, K., & Jha, M. K. (2023). Day-of-the-week effect & volatility in stock returns: Evidence from the Indian stock market. **Managerial Finance, ahead-of-print(ahead-of-print).**

<https://doi.org/10.1108/MF-01-2023-0010>

Akbas, F., Boehmer, E., Jiang, C., & Koch, P. D. (2022). Overnight returns, daytime reversals, & future stock returns. **Journal of Financial Economics, 145(3), 850–875.**

- Barber, B. M., Huang, X., Odean, T., & Schwarz, C. (2022). Attention induced trading & returns: Evidence from Robinhood users. **Journal of Finance**, 77(6), 3141–3190.
- Bughin, J., et al. (2017). **Artificial Intelligence: The next digital frontier**. McKinsey Global Institute.
- Choi, K. S., et al. (2014). The relationships among quality, value, satisfaction & behavioral intention in health care provider choice: A South Korean study. **Journal of Business Research**, 57(1), 913–921.
- Chui, A. C., Subrahmanyam, A., & Titman, S. (2022). Momentum, reversals, & investor clientele. **Review of Finance**, 26(2), 217–255.
- Ge, Y. (2020). Research on interactive advertising marketing strategy under the background of new media. **Modern Marketing**, 3(1), 247–261.
- Khare, P., & Ali, S. H. (2020). The effectiveness of online advertising: Impact on purchase decision. **E-Business: Issues & Challenges of 21st Century. International Journal of Innovation in Management**, 35(2), 102–116.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). **Marketing management** (14th ed.). Prentice Hall.
- Kuang, C. P. (2022). **Research on marketing strategy of enterprise based on customer value**. Administrative Assets & Finance. Tianjin University.
- Kumari, G. S., Bajaj, P. K., Rana, S. S., Basha, M., & Karumuri, V. (2022). An empirical study on customer satisfaction towards organized retail outlets in Bengaluru city, Karnataka. **Industrial Marketing Management Journal**, 26(5), 159–172.
- Liu, Y. (2019). Enlightenment on the marketing strategy of small & medium-sized enterprises under the new situation. **SME Management & Technology**, 7(3), 52–63.
- Nusair, K. (2020). Developing a comprehensive life cycle framework for social media research in hospitality & tourism: A bibliometric method 2002-2018. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 32(3), 1041–1066.
- Osman, M. N., Khairul Anwar, M., & Ishak, H. (2018). The impact of viral marketing on consumers purchase decision in the Northern Region. **Journal of Management**, 13(2), 22–33.
- Ravichandran, M., & Karthika, K. R. (2020). A study on impact of viral marketing on consumer's purchasing decisions. **Formosa Journal of Multidisciplinary Research**, 1(2), 197–210.
- Saputra, K. A. K., Subroto, B., Rahman, A. F., & Saraswati, E. (2021). Financial management information system, human resource competency & financial statement accountability: A case study in Indonesia. **The Journal of Asian Finance, Economics & Business**, 8(5), 277–285.
- Solomon, M. R., Dahl, D. W., White, K., Zaichowsky, J. L., & Polegato, R. (2014). **Consumer behavior: Buying, having, & being** (10th ed.). Pearson.

- Titman, S., Wei, C., & Zhao, B. (2022). Corporate actions & the manipulation of retail investors in China: An analysis of stock splits. **Journal of Financial Economics**, **145**(3), 762–787.
- Zhao, Y. S. (2020). Enterprise marketing innovation under the internet background. **Technology Economics & Management Research**, **4**(2), 138–152.