

กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้จากการซื้อขายหลักทรัพย์ ของบริษัท หลักทรัพย์เอบีซี จำกัด สาขาขอนแก่น

MARKETING STRATEGIES TO INCREASE REVENUE FROM SECURITIES TRADING OF ABC SECURITIES CO., LTD., KHON KAEN BRANCH

ชลาลัย นามปัญญา¹
ชัยญา อภิบาลกุล²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักลงทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์ และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ 2) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน และ 3) เพื่อจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้จากการซื้อขายหลักทรัพย์ ของบริษัท หลักทรัพย์ เอบีซี จำกัด สาขาขอนแก่น ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มลูกค้า จำนวน 338 ราย ร่วมกันการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั่วไป สภาพแวดล้อมการแข่งขัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม และโทวีเมตริกซ์ ผลการศึกษพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ใช้เงินออมของตนเองมาใช้ในการลงทุนเพื่อซื้อ-ขายหลักทรัพย์ วัตถุประสงค์ที่เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ คือ เพื่อหวังเงินปันผล และหวังผลกำไรจากการขายหุ้นระยะสั้น นักลงทุนให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก ผลการศึกษานำมาสู่กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้จากการซื้อขายหลักทรัพย์ ของบริษัท หลักทรัพย์ เอบีซี จำกัด สาขาขอนแก่น จำนวน 3 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 เปิดปุ๊ปรับปั๊ โครงการที่ 2 นักเล่นหุ้นมืออาชีพ และโครงการที่ 3 ติดหนี้

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด การซื้อขายหลักทรัพย์ บริษัท หลักทรัพย์เอบีซี จำกัด

Abstract

This study aimed to 1) customers behaviors of securities trading and decision to selected service of securities company, 2) marketing mix factors affecting decision making in choosing of securities trading, 3) set up the strategic marketing plans to increase securities trading revenues of ABC Securities Co., Ltd. The questionnaire were collected data from 338 samples, which were combination the PESTE analysis, five forces model, SWOT, and TOWS Matrix to set up the strategic marketing plans. The results showed that: customers used securities trading by deposit. The objectives were dividend and profit from trading. The marketing mix (price, place, people) influencing the decision to choose the securities trading were at highest level. Product, physical evident, process, and promotion were at high level. The results from the analyses were used to define the following 3 projects as the guidelines for increasing securities trading revenues of ABC Securities Co., Ltd.: 1) Open unexpectedly, 2) Professional surfers stock, and 3) sticky.

Keywords: strategic marketing plans, securities trading, ABC Securities Co., Ltd.

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000
E-mail: Chalalai.cn@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000

บทนำ

ในสภาวะเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ในขณะนี้การออมของประชาชนนั้นมีความสำคัญมาก โดยทั่วไปประชาชนจะนิยมออมเงินโดยการฝากธนาคาร เนื่องจากมีความปลอดภัยและมีความเสี่ยงต่ำ แต่เมื่อมองถึงอัตราผลตอบแทนในรูปอัตราดอกเบี้ยเงินฝากก็อยู่ในระดับต่ำ [1] ดังนั้น ประชาชนจึงหันมาลงทุน หรือวิธีที่จะหาผลตอบแทนให้ได้ในระดับที่สูงกว่าผลตอบแทนในรูปของเงินฝาก ซึ่งการลงทุนในทรัพย์สินทางการเงินทำได้หลายรูปแบบ ทั้งในรูปของการฝากเงิน และการซื้อหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ ซึ่งในขณะนี้หลักทรัพย์มีความหมายรวมทั้งตราสารหรือเครื่องมือทางการเงินที่เปลี่ยนมือได้ และทรัพย์สินทางการเงินอื่นๆ ที่เปลี่ยนมือไม่ได้ ผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนได้รับจากการลงทุนแตกต่างกันไปในแง่รูปแบบและระดับ เช่นเดียวกับระดับความเสี่ยงที่ผู้ออมหรือนักลงทุนจะต้องเผชิญก็มีความแตกต่างกันออกไป [2]

บริษัท หลักทรัพย์ เอปียี จำกัด สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ชั้น 18 อาคารลิเบอร์ตีสแควร์ เลขที่ 287 ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร เป็นบริษัทหลักทรัพย์ซึ่งจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย เพื่อประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ตามที่ได้รับอนุญาตตาม พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2537 และได้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2538 บริษัทฯ ได้ตกลงร่วมพัฒนาธุรกิจ ใน บริษัทหลักทรัพย์ เอปียี จำกัด (จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อจากเดิม “บริษัท หลักทรัพย์ เอปียี จำกัด” เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2552) กบธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีการโอนธุรกิจ ระบบงาน บุคลากร และทรัพย์สินไปยังบริษัท หลักทรัพย์ เอปียี จำกัด และเริ่มประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ในนาม บริษัทหลักทรัพย์ เอปียี จำกัด ตั้งแต่วันที่ 4 พฤษภาคม 2552 การโอนธุรกิจและทรัพย์สินดังกล่าวได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2552 ซึ่งประชุม เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2552 สำหรับสถานะของบริษัทฯ หลังจากการโอนธุรกิจและลูกหนี้ธุรกิจหลักทรัพย์ ประเภทบัญชีมาร์จิ้นแล้ว บริษัทฯ ยังคงสถานะเป็นบริษัทหลักทรัพย์จดทะเบียน โดยธุรกรรมส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนและอาจมีการประกอบธุรกิจ [3]

บริษัท หลักทรัพย์ เอปียี จำกัด สาขาขอนแก่น ตั้งอยู่ที่ชั้น 5 โรงแรมเจริญธานี เลขที่ 260 ถ. ศรีจันทร์ ต. ในเมือง อ. เมือง จ. ขอนแก่น มีพนักงานจำนวนทั้งหมด 15 คน ได้แก่ ผู้จัดการ 1 คน เจ้าหน้าที่การตลาด 11 คน ธุรการและสำนักงาน 2 คน และแม่บ้าน 1 คน เนื่องจากธุรกิจนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์มีการแข่งขันกันสูง และสาขาขอนแก่นมีรายได้จากการซื้อขายของนักลงทุนไม่เป็นไปตามเป้าที่กำหนดไว้ จึงต้องมีการจัดทำกลยุทธ์เพื่อเพิ่มรายได้ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักลงทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์ และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน
3. เพื่อจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้จากการซื้อขายหลักทรัพย์ ของบริษัท หลักทรัพย์เอปียี จำกัด สาขาขอนแก่น ร้อยละ 20 ของรายได้ปี พ.ศ. 2558

วิธีดำเนินงาน

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักลงทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์ และพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ลูกค้าบริษัท หลักทรัพย์เอบีซี จำกัด สาขาขอนแก่น จำนวน 2,173 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane [4] ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 338 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักลงทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์ และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ประกอบด้วยคำถาม 6Ws และ 1H ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ ซื้อเมื่อใด และซื้ออย่างไร [5]

สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าบริษัท หลักทรัพย์เอบีซี จำกัด สาขาขอนแก่น จำนวน 338 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ [6]

สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้จากการซื้อขายหลักทรัพย์ ของบริษัท หลักทรัพย์เอบีซี จำกัด สาขาขอนแก่น ร้อยละ 20 ของรายได้ปี พ.ศ. 2558 ประกอบด้วย

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ใน 5 ประเด็น ประกอบด้วย ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี และด้านกายภาพ [7]

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน โดยใช้ทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ ได้แก่ ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในธุรกิจเดียวกัน ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน ภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต [8]

3.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม [9] ของการดำเนินธุรกิจการซื้อขายหลักทรัพย์

3.4 นำผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มาจัดทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (TOWS Matrix) เพื่อนำมาจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาด [9]

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักลงทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์ และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41 – 50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 60,000 บาท

พฤติกรรมของนักลงทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์ และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ พบ

ว่า ส่วนใหญ่ใช้เงินออมของตนเองมาใช้ในการลงทุน ปัจจัยที่ทำให้เข้ามาซื้อขายหลักทรัพย์ครั้งแรกเพราะมีความสนใจเอง เหตุผลที่เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ คือ เพื่อหวังเงินปันผล และหวังผลกำไรจากการขายหุ้นระยะสั้น โดยทำการตัดสินใจใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยตนเอง หลักในการวิเคราะห์เพื่อทำการซื้อขายหลักทรัพย์มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน และคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาด ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อ-ขายหลักทรัพย์และรับทราบข้อมูลข่าวสารผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด ระยะเวลาที่ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มากกว่า 6 ปีขึ้นไป ลักษณะการซื้อขายหลักทรัพย์ที่ทำธุรกรรมในขณะนี้ เป็นแบบลงทุนระยะยาว 1 ปีขึ้นไป วันและเวลาที่ใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ไม่แน่นอน มูลค่าหลักทรัพย์ในปัจจุบันอยู่ที่ 800,001 - 1,000,000 บาท บริษัทหลักทรัพย์อื่นที่ให้บริการ คือ บริษัทหลักทรัพย์ บัวหลวง จำกัด (มหาชน) มีเหตุผลใดที่เลือกใช้บริการกับบริษัทหลักทรัพย์ดังกล่าวเนื่องจากมีการรักษาข้อมูลและความปลอดภัยในการธุรกรรม มีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมตรงตามประเภท บริการ มีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว พนักงานมีความรู้ให้คำปรึกษาที่ดีและตรงตามต้องการของลูกค้า และการให้บริการมีความถูกต้อง

2. ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน

จากผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในด้านราคา ($\bar{X}=4.32$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.22$) ด้านบุคลากร ($\bar{X}=4.22$) และให้ความสำคัญในระดับมากในด้านกระบวนการ ($\bar{X}=4.17$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.02$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=3.51$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.50$)

3. กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้จากการซื้อขายหลักทรัพย์ ของบริษัท หลักทรัพย์เอบีซี จำกัด สาขาขอนแก่น ร้อยละ 20 ของรายได้ปี พ.ศ. 2558

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป พบว่า ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี และด้านกายภาพ ส่งผลด้านบวกต่อธุรกิจซื้อขายหลักทรัพย์

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน พบว่า การแข่งขันของคู่แข่งภายในธุรกิจเดียวกัน ภาวะคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ มีภาวะคุกคามในระดับสูง ส่วนภาวะคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ และอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต มีภาวะคุกคามในระดับปานกลาง

จากผลการศึกษาจากแบบสอบถาม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix (ตารางที่ 1) นำมาจัดทำโครงการทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้จากการซื้อขายหลักทรัพย์ ของบริษัท หลักทรัพย์เอบีซี จำกัด สาขาขอนแก่น จำนวน 3 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 เปิดปีปรับปี โครงการที่ 2 นักเล่นหุ้นมืออาชีพ และโครงการที่ 3 ติดหนี้บ ใช้งบประมาณในการดำเนินงาน 27,200 บาท

โครงการที่ 1 เปิดปีปรับปี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจูงใจให้ลูกค้าเปิดบัญชีซื้อ-หลักทรัพย์
2. เพื่อจูงใจให้พนักงานธนาคารกรุงไทยแนะนำลูกค้าผู้สนใจลงทุนซื้อ-ขายหลักทรัพย์

วิธีการดำเนินโครงการ

1. ประชาสัมพันธ์โปรโมชันของสำนักงานในการจูงใจพนักงานธนาคารกรุงไทยให้แนะนำลูกค้าผู้สนใจลงทุนซื้อ-ขายหลักทรัพย์แก่บริษัทฯ เมื่อพนักงานกรุงไทยแนะนำลูกค้ามาเปิดบัญชีจะได้คะแนน (Point) KPI

เพื่อเป็นผลงานของตัวเอง และของสาขา

- เมื่อลูกค้าเปิดบัญชีซื้อ-ขายหลักทรัพย์ กับสาขาขอนแก่น รับทันทีเสียดี 1 ตัว

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

จำนวนลูกค้าใหม่ที่เปิดบัญชีซื้อ-ขายหลักทรัพย์ เพิ่มขึ้น

โครงการที่ 2 นักเล่นหุ้นมืออาชีพ

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาเจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำการลงทุนแก่ลูกค้า

วิธีการดำเนินโครงการ

- แจ้งความประสงค์ให้นักวิเคราะห์ของบริษัทฯ มาอบรม ให้ความรู้เจ้าหน้าที่การตลาดและลูกค้าผู้ที่สนใจ ในการวิเคราะห์หุ้นทั้งด้านพื้นฐานและทางเทคนิค
- กำหนดให้เจ้าหน้าที่การตลาดทุกคนต้องเข้าร่วมอบรมโครงการพัฒนาความรู้ต่างๆ ที่จัดขึ้น
- เจ้าหน้าที่การตลาดต้องศึกษาข้อมูลบทวิเคราะห์หลักทรัพย์ต่างๆ แล้วนำมาแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันในทุกๆ เช้าก่อนเริ่มงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการให้ข้อมูลลูกค้า
- เจ้าหน้าที่การตลาดส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า
- เจ้าหน้าที่การตลาดต้องเอาใจใส่ดูแลพอร์ตหุ้นของลูกค้าเป็นอย่างดี เสมือนเงินลงทุนของลูกค้า

เป็นเงินของเจ้าหน้าที่การตลาดเอง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักทรัพย์ต่างๆ เป็นอย่างดี
- เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

โครงการที่ 3 ดิดหนีบ

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานกับลูกค้า

วิธีการดำเนินโครงการ

- จากโครงการที่ 2 นักเล่นหุ้นมืออาชีพ ทำให้เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลหลักทรัพย์ได้อย่างแม่นยำและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ทำให้ลูกค้าได้รับผลกำไรจากการซื้อ-ขายหลักทรัพย์ ทำให้ลูกค้าประทับใจและต้องการใช้บริการกับเจ้าหน้าที่การตลาดอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เจ้าหน้าที่การตลาดต้องมีการติดต่อ แจกข้อมูลข่าวสารต่างๆ และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง
- เจ้าหน้าที่การตลาดต้องเอาใจใส่ดูแลการลงทุนของลูกค้าเป็นอย่างดี มีการแจ้งข้อมูลและให้คำแนะนำแก่ลูกค้าว่าเมื่อใดควรซื้อ-ขายหลักทรัพย์ เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
- เมื่อถึงวันขึ้นปีใหม่ มีการมอบของที่ระลึก ได้แก่ กระเช้าปีใหม่ ปฏิทิน แก้ว เสื่อ เพื่อแสดงความขอบคุณลูกค้า

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ลูกค้าเก่าใช้บริการซื้อ-หลักทรัพย์กับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

สรุป

จากผลการศึกษาได้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้จากการซื้อขายหลักทรัพย์ จำนวน 3 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 เปิดปีปรับปีปี โครงการที่ 2 นักเล่นหุ้นมืออาชีพ และโครงการที่ 3 ดิดหนีบ (ตารางที่ 2)

เอกสารอ้างอิง

- [1] เสน่ห์ เสน่หา. (2551). การออมเงินและการลงทุน. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <https://sites.google.com/site/goimage88/tests-2/kar-xxm-ngein-laea-kar-lngthun>
- [2] สุพจน์ สุกุลแก้ว. (2553). **การวิเคราะห์งบการเงินลงทุน**. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- [3] บริษัทหลักทรัพย์ เอบีซี จำกัด (มหาชน). (2559). ข้อมูลบริษัท. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <https://www.ktzmico.com/th/home/index.aspx>
- [4] Yamane, T. (1973). **Statistics: an Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row.
- [5] ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค = Consumer behavior**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- [6] อีริคตี นวรัตน์ ณ ออยุธยา. (2557). **การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์ = Services marketing: concepts and strategies**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [7] ปราณี เอี่ยมลออภักดี. (2550). **การบริหารการตลาด=Marketing management**. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส.
- [8] Porter, M.E. (1998). **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. New York: Free Press.
- [9] รณชัย ตันตระกูล. (2552). **การบริหารจัดการการตลาด = Marketing management**. กรุงเทพฯ: ซีเคแอนด์เอสโพลีโต้สตูดิโอ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (TOWS Matrix)

ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (Strengths) S1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท S2 สำนักงานใหญ่มีการสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดและออกโปรโมชั่นต่างๆ S3 บริษัทฯ มีโปรแกรมต่างๆ ให้บริการลูกค้าเพื่อใช้ศึกษาข้อมูล S4 บริษัทฯ เป็นนายหน้าซื้อ-ขายหลักทรัพย์แห่งเดียวในไทยที่เปิดที่ตลาดหุ้นเวียดนาม S5 สาขาขอนแก่น มีเจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอดูแลลูกค้า	จุดอ่อน (Weaknesses) W1 สาขาขอนแก่น ขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง W2 บางครั้งเจ้าหน้าที่การตลาดวิเคราะห์ข้อมูลหลักทรัพย์และให้คำแนะนำลูกค้าได้ไม่แม่นยำ	
	โอกาส (Opportunities) O1 ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี O2 การขยายตัวของเศรษฐกิจ O3 การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน O4 ประชาชนจังหวัดขอนแก่นออมเงินร้อยละ 23.1 ของรายได้ O5 ลูกค้าต้องการผลตอบแทนจากการลงทุน	กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategies) โครงการที่ 1 เปิดปุ้ปรับปุ้ปรับ	กลยุทธ์เชิงปรับ (WO Strategy) โครงการที่ 2 นักเล่นหุ้นมืออาชีพ
	ภาวะคุกคาม (Threats) T1 คู่แข่งขันจำนวนมาก T2 มีผลิตภัณฑ์ทดแทนจำนวนมาก T3 อำนาจการต่อรองลูกค้า	กลยุทธ์เชิงรับ (ST Strategy) โครงการที่ 3 ติดหนี้	กลยุทธ์เชิงเปลี่ยน (WT Strategy) -

ตารางที่ 2 สรุปกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้จากการซื้อขายหลักทรัพย์ ของบริษัทหลักทรัพย์เอบีซี จำกัด สาขาขอนแก่น

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
1. เปิดปุ้ปรับปุ้ปรับ	กรกฎาคม-กันยายน	เจ้าหน้าที่การตลาด	7,200
2. นักเล่นหุ้นมืออาชีพ	สิงหาคมเป็นต้นไป	ผู้จัดการ	20,000
3. ติดหนี้	สิงหาคมเป็นต้นไป	เจ้าหน้าที่การตลาด	-
รวมค่าใช้จ่าย			27,200