



ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
The Stock Exchange of Thailand

สถาบันวิจัยเพื่อตลาดทุน
Capital Market Research Institute

“มองนักลงทุนบุคคลไทย (retail investor) ผ่านพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์”

ศุภวรรณ ลิมปกาญจน์เวช
यरररยง ไทยเจริญ

23 ธันวาคม 2552

Disclaimer : รายงานนี้เป็นความเห็นส่วนตัวของผู้เขียนโดยเฉพาะ จัดทำบนพื้นฐานของข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ และแนวคิดแก่ผู้อ่านเท่านั้น มิได้สะท้อนความเห็นของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแต่อย่างใด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคล (retail investor) โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่างนักลงทุนรายย่อยและรายใหญ่ และนักลงทุนที่ซื้อขายผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดและนักลงทุนที่ซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต
- เพื่อส่งเสริมให้บริษัทหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้บริการนักลงทุนได้อย่างมีคุณภาพและรอบด้านมากขึ้น

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

- ข้อมูล market microstructure ตั้งแต่ มกราคม 2548 – กันยายน 2552
- SETSMART ตั้งแต่ มกราคม 2543 – กันยายน 2552
- รายงานการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ก.ต. 2/6) ตั้งแต่ มกราคม 2543 – กันยายน 2552

ข้อจำกัดของข้อมูล

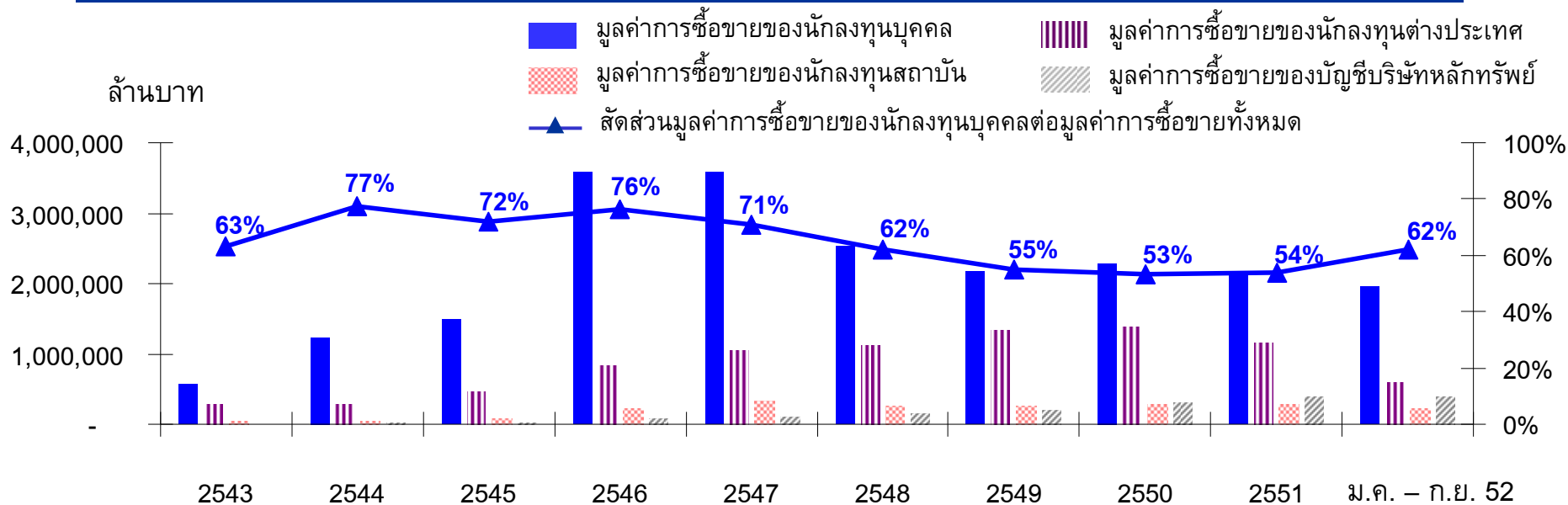
- ข้อมูลรายบัญชีมีเฉพาะปี 2552 เท่านั้น และไม่สามารถรวมเป็นรายบุคคลได้ ดังนั้นบัญชีที่ต่างกันอาจเป็นนักลงทุนบุคคลเดียวกัน

หัวข้อการนำเสนอ

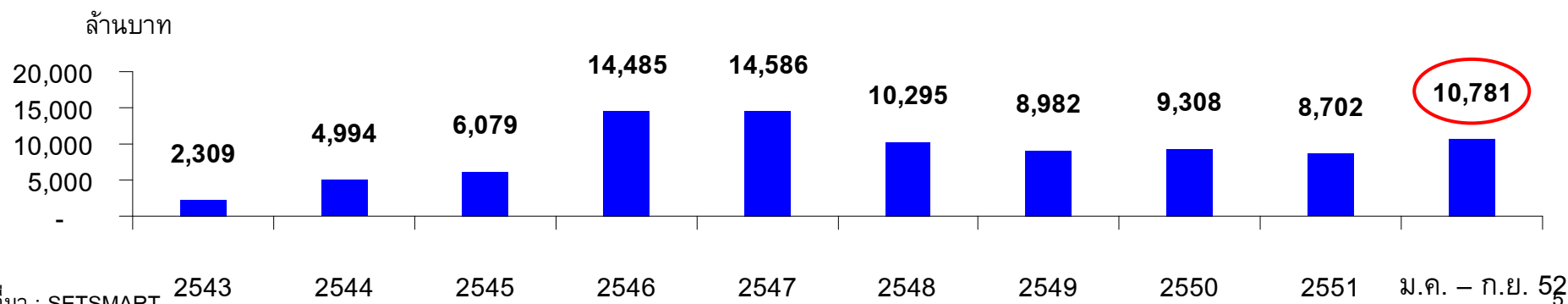
- ภาพรวมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคล
- พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคลในมิติต่าง ๆ
 - หลักทรัพย์ที่ซื้อขายและความถี่ในการซื้อขาย
 - กลุ่มหลักทรัพย์
 - จำนวนหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขาย
 - ความถี่ในการซื้อขาย
 - day trading
 - ช่องทางที่ใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์
 - ความแตกต่างระหว่างนักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด เทียบกับการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต
 - กลยุทธ์ของบริษัทหลักทรัพย์ต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต
- สรุปประเด็นสำคัญ

นักลงทุนบุคคลเป็นกลุ่มนักลงทุนที่มีบทบาทสำคัญมากต่อตลาด : นักลงทุนบุคคลมีปริมาณการซื้อขายสูงสุด และเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายรวมของตลาด

มูลค่าการซื้อขายและสัดส่วนมูลค่าการซื้อขายของนักลงทุนบุคคลต่อมูลค่าการซื้อขายรวม

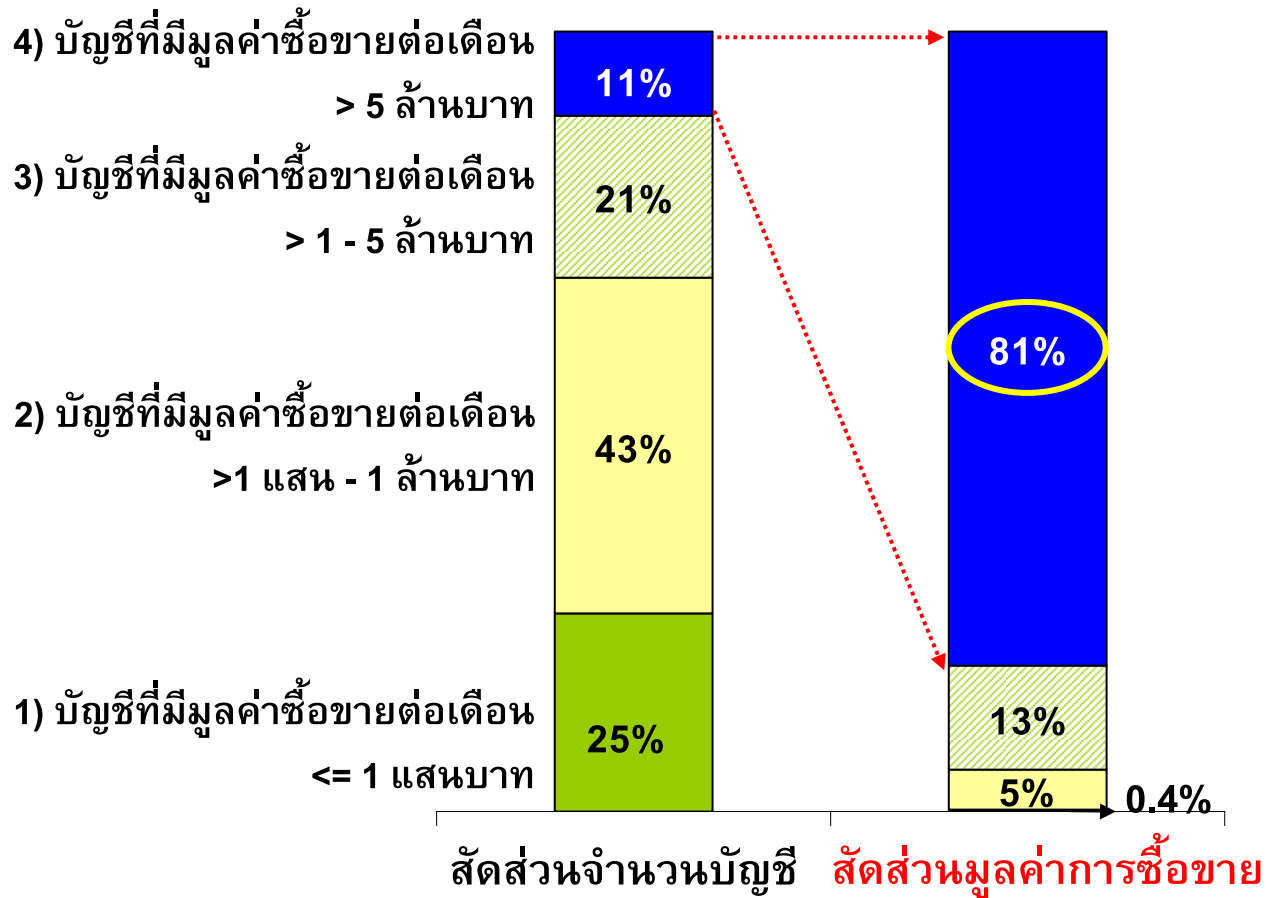


มูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อวันของนักลงทุนบุคคล



มูลค่าการซื้อขายของนักลงทุนบุคคลกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ที่มีมูลค่าซื้อขายต่อเดือน > 5 ล้านบาท

สัดส่วนจำนวนบัญชีและมูลค่าการซื้อขายของนักลงทุนบุคคลเดือน ม.ค. – ก.ย. 52

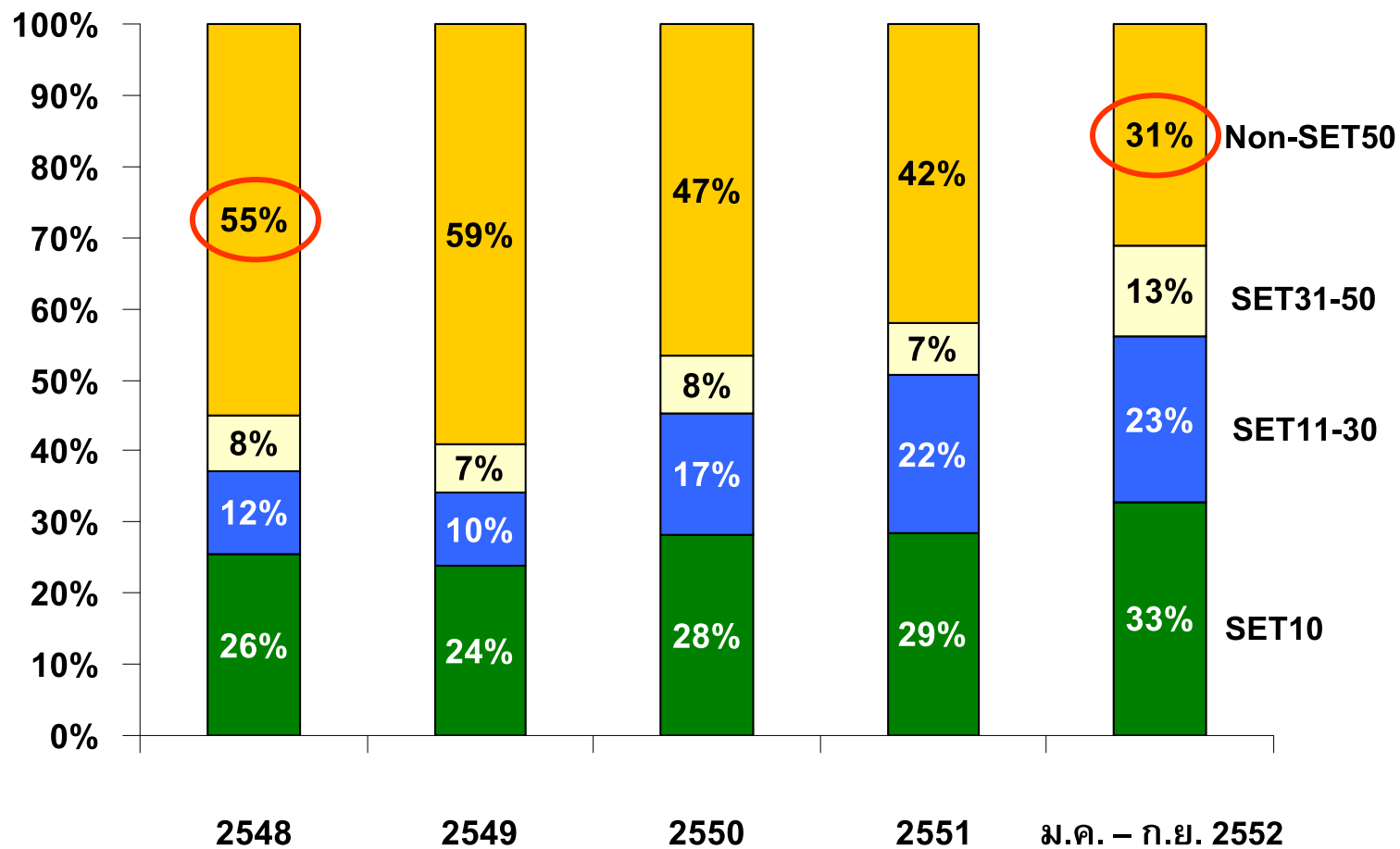


หัวข้อการนำเสนอ

- ภาพรวมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคล
- พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคลในมิติต่าง ๆ
 - หลักทรัพย์ที่ซื้อขายและความถี่ในการซื้อขาย
 - กลุ่มหลักทรัพย์
 - จำนวนหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขาย
 - ความถี่ในการซื้อขาย
 - day trading
 - ช่องทางที่ใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์
 - ความแตกต่างระหว่างนักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด เทียบกับการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต
 - กลยุทธ์ของบริษัทหลักทรัพย์ต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต
- สรุปประเด็นสำคัญ

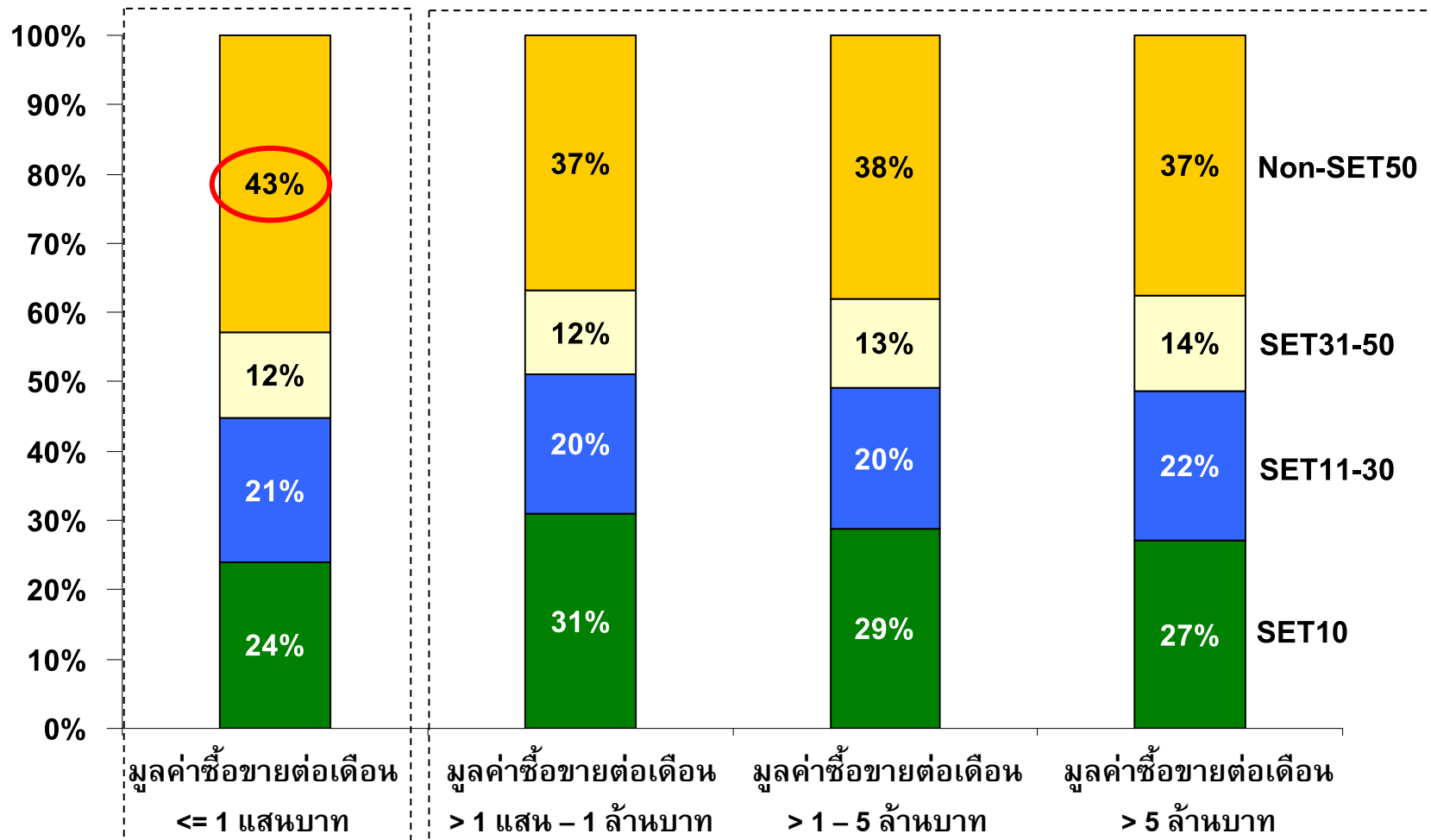
นักลงทุนบุคคลมีการซื้อขายหลักทรัพย์ขนาดใหญ่และมีพื้นฐานดีเพิ่มมากขึ้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

สัดส่วนมูลค่าการซื้อขายของนักลงทุนบุคคลแยกตามกลุ่มหลักทรัพย์



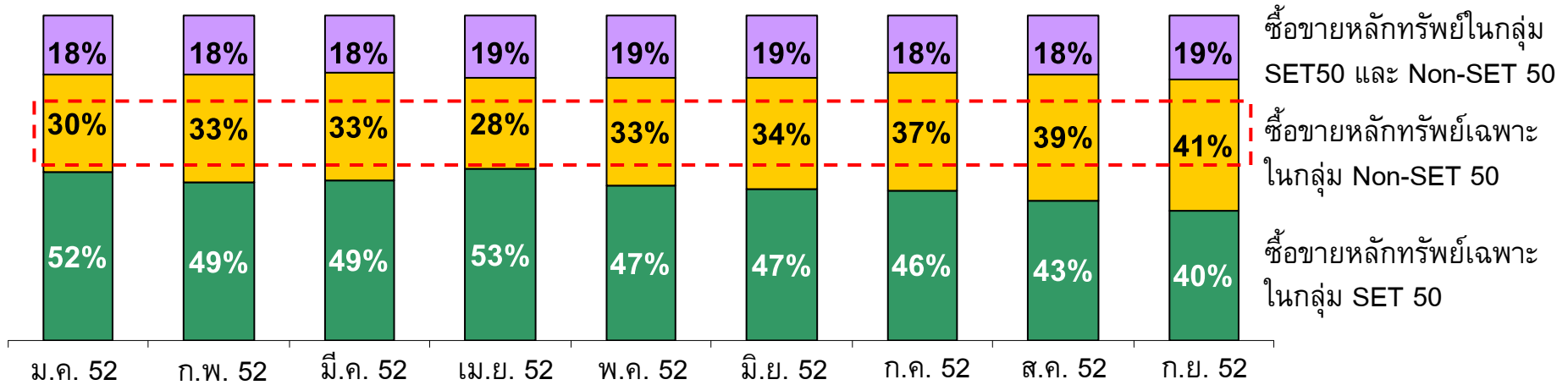
นักลงทุนบุคคลรายย่อยที่มีมูลค่าการซื้อขายต่อเดือน ≤ 1 แสนบาทมีความสนใจใน
หุ้นขนาดเล็กมากกว่านักลงทุนบุคคลกลุ่มอื่น ๆ

สัดส่วนมูลค่าการซื้อขายของนักลงทุนบุคคลแยกตามกลุ่มหลักทรัพย์ในแต่ละกลุ่มนักลงทุน

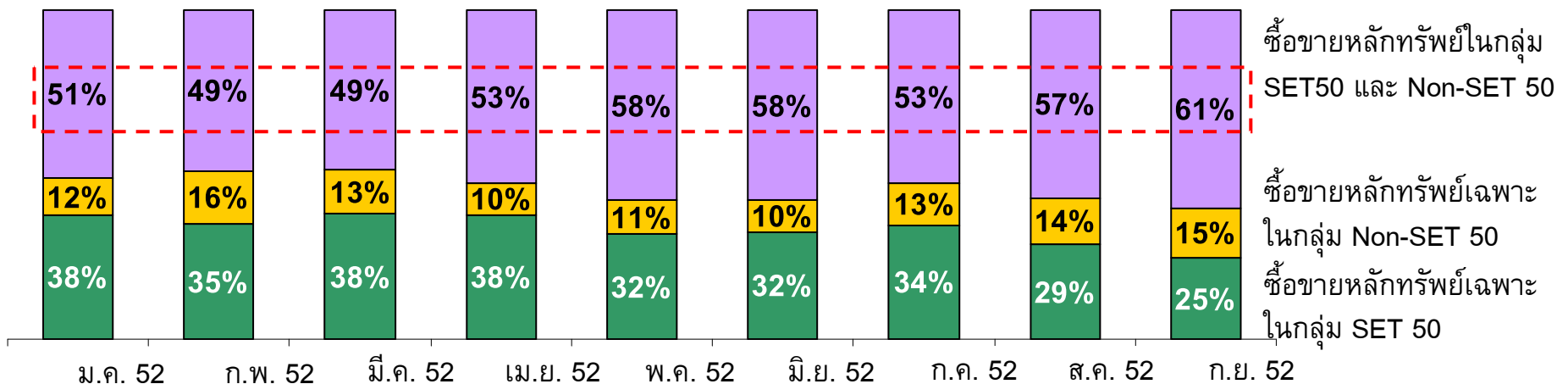


นักลงทุนบุคคลรายใหญ่กระจายการลงทุนมากขึ้นในช่วง 9 เดือนที่ผ่านมา ขณะที่รายย่อยมีการซื้อขายหลักทรัพย์เฉพาะในกลุ่ม Non-SET50 เพิ่มมากขึ้น

สัดส่วนจำนวนบัญชีแยกตามกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขาย : มูลค่าการซื้อขายต่อเดือน <= 1 แสนบาท

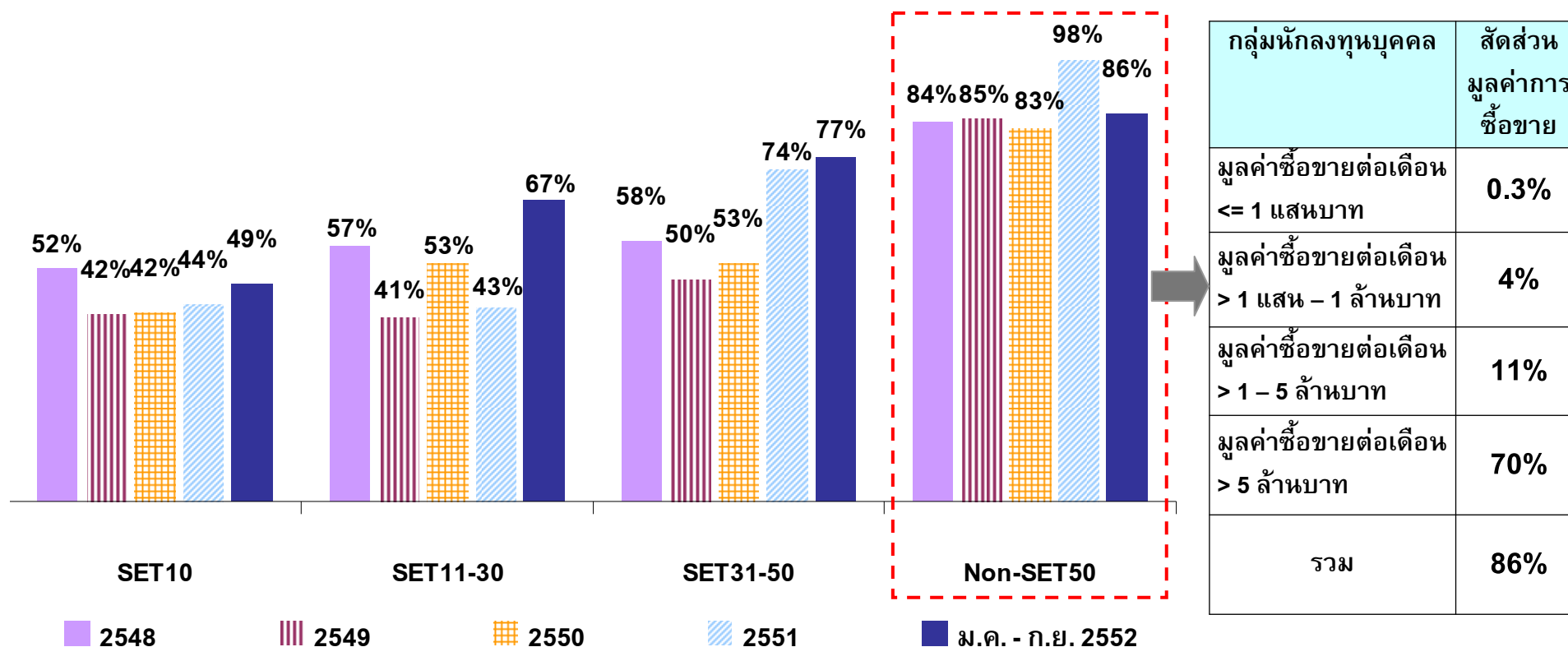


สัดส่วนจำนวนบัญชีแยกตามกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขาย : มูลค่าการซื้อขายต่อเดือน > 1 แสนบาท



นักลงทุนบุคคลโดยเฉพาะนักลงทุนบุคคลรายใหญ่เป็นผู้สร้างสภาพคล่องให้หลักทรัพย์กลุ่ม Non-SET50

สัดส่วนมูลค่าการซื้อขายของนักลงทุนบุคคลต่อมูลค่าการซื้อขายรวมในแต่ละกลุ่มหลักทรัพย์

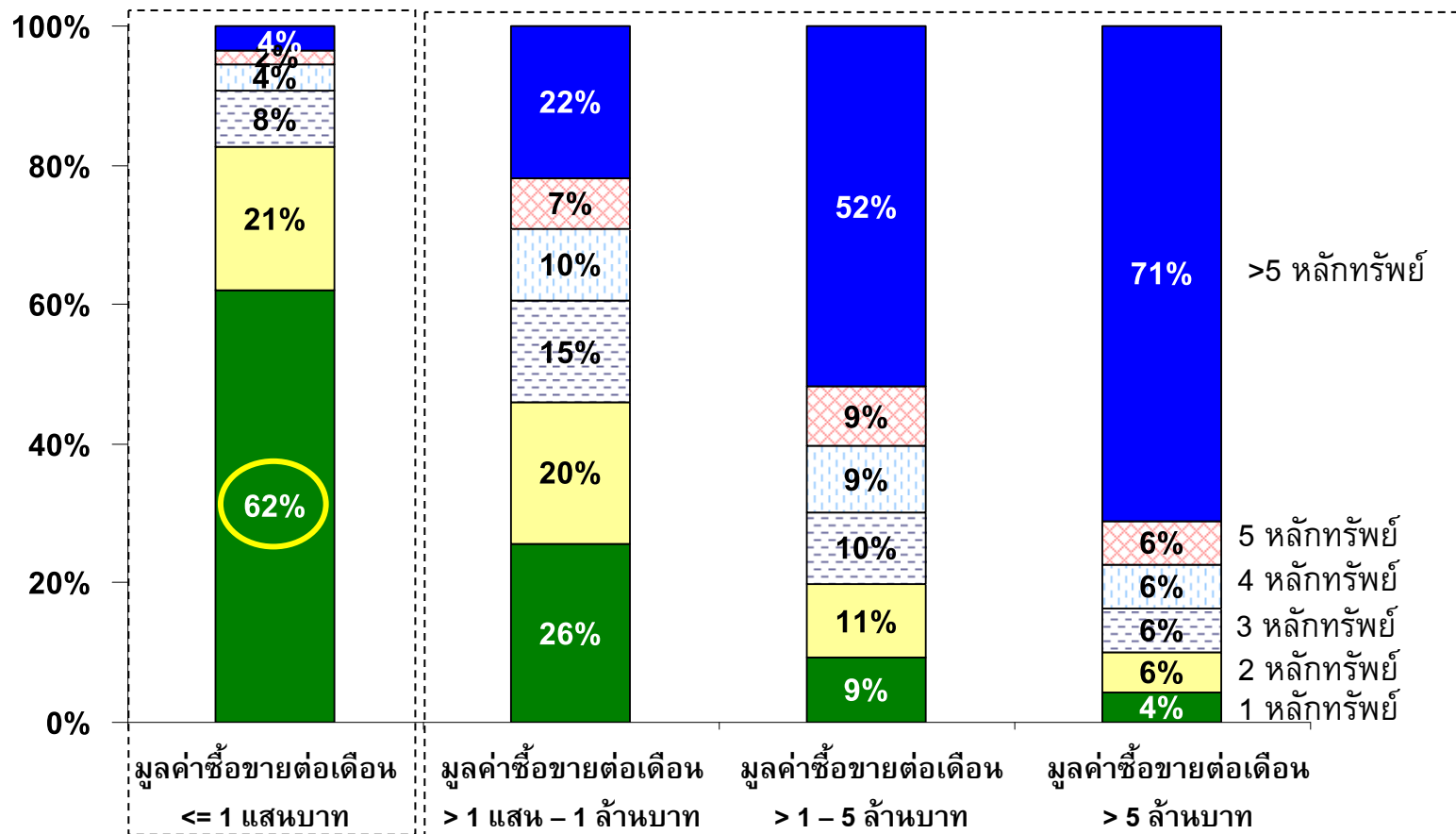


หมายเหตุ : สัดส่วนมูลค่าการซื้อขายของนักลงทุนบุคคลต่อมูลค่าการซื้อขายทั้งหมดในแต่ละกลุ่มหลักทรัพย์ = มูลค่าการซื้อขายของนักลงทุนรายย่อยในแต่ละกลุ่มหลักทรัพย์ / มูลค่าการซื้อขายทั้งหมดของกลุ่มหลักทรัพย์นั้นๆ

ที่มา : market microstructure เดือนมกราคม 2548 – กันยายน 2552

นักลงทุนบุคคลรายใหญ่ลงทุนในหุ้นที่หลากหลายมากกว่านักลงทุนบุคคลรายย่อย

สัดส่วนจำนวนหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายต่อเดือนของนักลงทุนบุคคลเดือน ม.ค. –ก.ย. 52



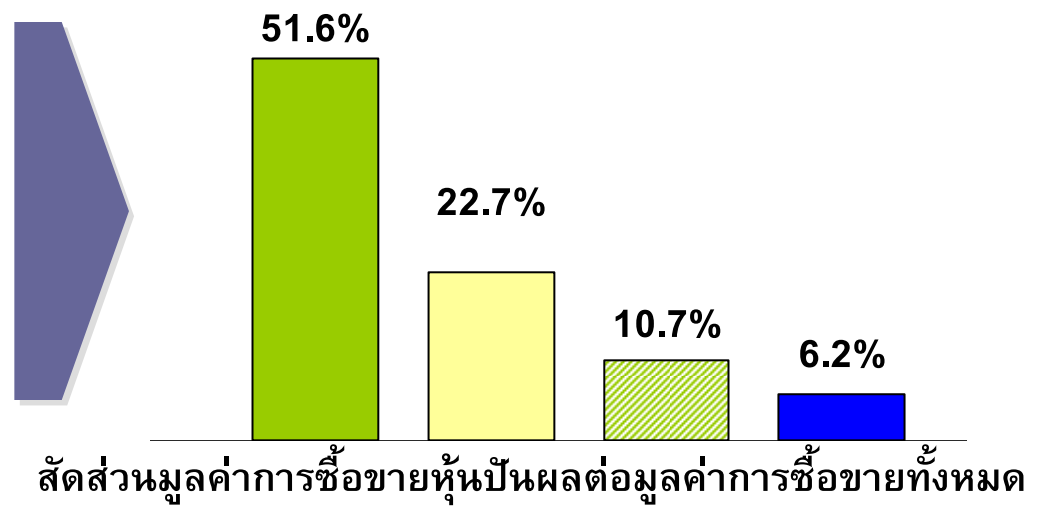
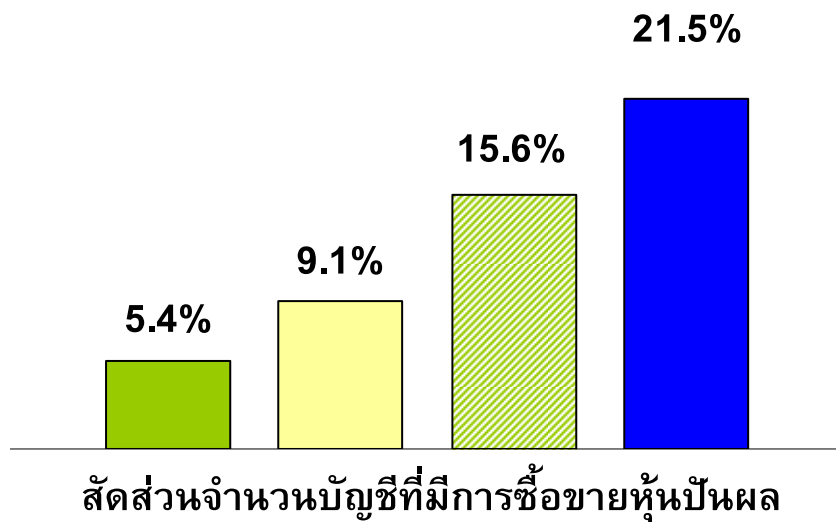
จำนวนหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายเฉลี่ยต่อเดือน

ที่มา : market microstructure เดือนมกราคม 2552 – กันยายน 2552

นักลงทุนบุคคลรายใหญ่มีจำนวนนักลงทุนที่ซื้อขายหุ้นปันผลมากกว่านักลงทุนรายย่อย

สัดส่วนจำนวนบัญชีที่มีการซื้อขายหุ้นปันผลแยกตามกลุ่มนักลงทุนบุคคลเดือน ม.ค. – ก.ย. 52

สัดส่วนมูลค่าการซื้อขายหุ้นปันผลต่อมูลค่าการซื้อขายรวมแยกตามกลุ่มนักลงทุนบุคคลเดือน ม.ค. – ก.ย. 52 (เฉพาะรายที่มีการซื้อขายหุ้นปันผล)

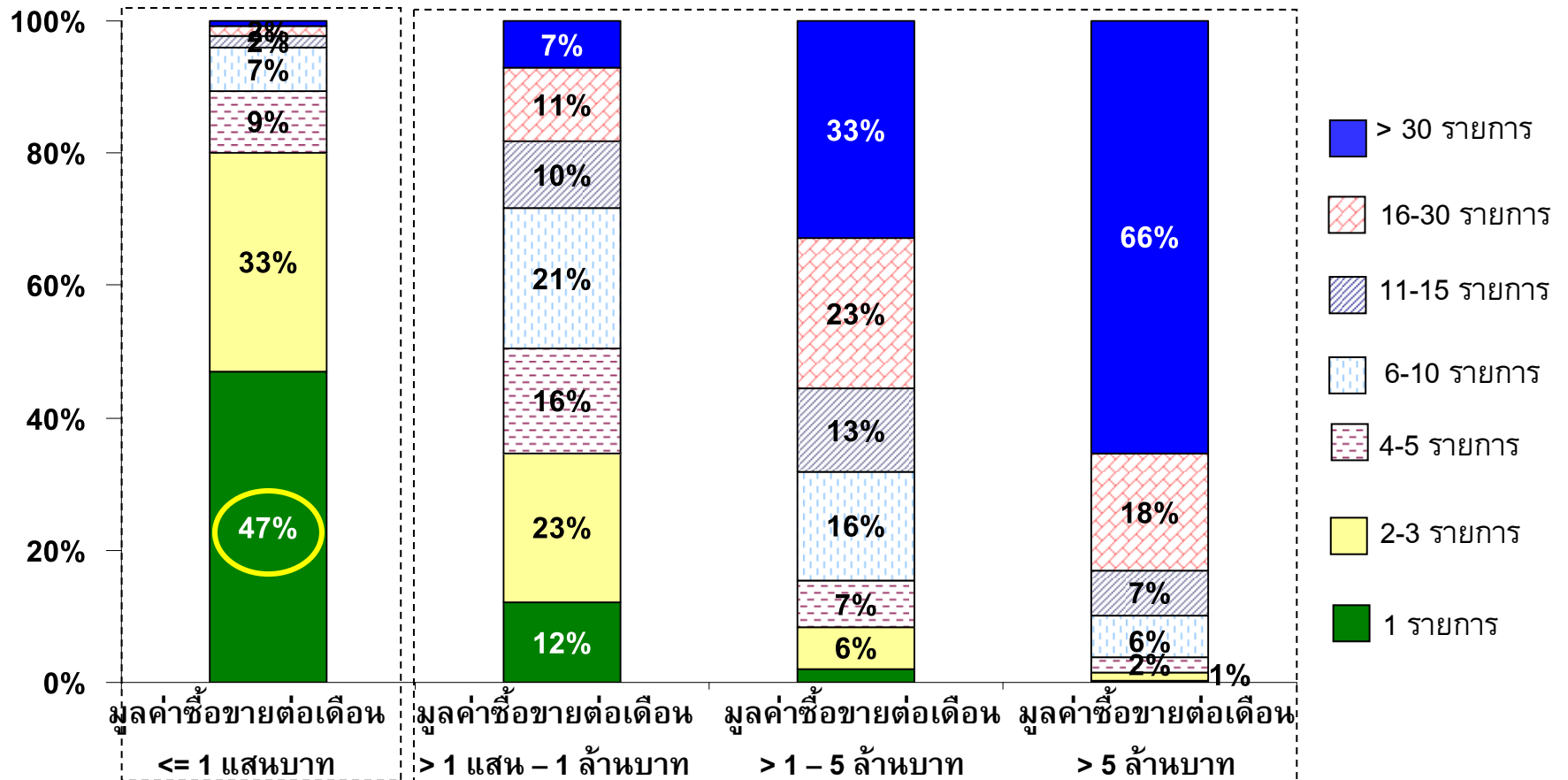


- บัญชีที่มีมูลค่าซื้อขายต่อเดือน <= 1 แสนบาท
- บัญชีที่มีมูลค่าซื้อขายต่อเดือน > 1 แสน – 1 ล้านบาท
- บัญชีที่มีมูลค่าซื้อขายต่อเดือน > 1 - 5 ล้านบาท
- บัญชีที่มีมูลค่าซื้อขายต่อเดือน > 5 ล้านบาท

หุ้นปันผล หมายถึง หุ้นที่มีการจ่ายปันผลต่อเนื่องกัน 5 ปี คือตั้งแต่ปี 2547 – 2551 และมีอัตราเงินปันผลตอบแทน >= 5% โดยมีจำนวนหุ้นที่ผ่านเกณฑ์ทั้งสิ้น 43 ตัว

นักลงทุนบุคคลรายย่อยส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อหรือขายอย่างเดียวในรอบ 1 เดือน

สัดส่วนจำนวนรายการต่อเดือนของนักลงทุนบุคคลเดือน ม.ค. –ก.ย. 52



จำนวนรายการ
เฉลี่ยต่อเดือน

3.1

11.6

37.3

100.8

หัวข้อการนำเสนอ

- ภาพรวมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคล
- พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคลในมิติต่าง ๆ
 - หลักทรัพย์ที่ซื้อขายและความถี่ในการซื้อขาย
 - กลุ่มหลักทรัพย์
 - จำนวนหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขาย
 - ความถี่ในการซื้อขาย
 - day trading
 - ช่องทางที่ใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์
 - ความแตกต่างระหว่างนักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด เทียบกับการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต
 - กลยุทธ์ของบริษัทหลักทรัพย์ต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต
- สรุปประเด็นสำคัญ

นิยามของ day trading

- day trading หมายถึง การซื้อขายหลักทรัพย์ของบัญชีนักลงทุนบุคคลที่ซื้อและขายหลักทรัพย์ที่ซื้อมาทั้งหมดภายในวันเดียว
- โอกาสในการทำกำไร

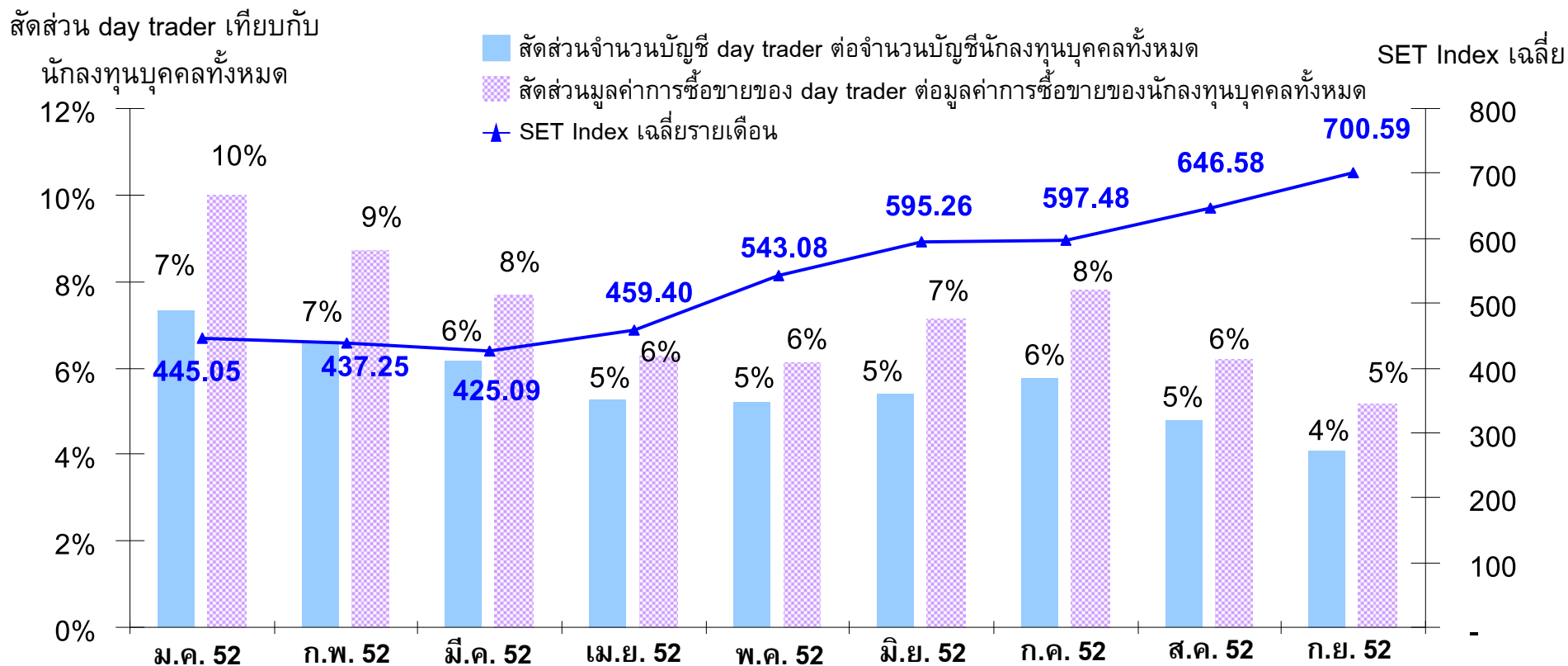
$$\text{โอกาสในการทำกำไร} = \frac{\text{จำนวนบัญชี day trader ที่ได้กำไรในแต่ละวัน}}{\text{จำนวนบัญชี day trader ทั้งหมดในแต่ละวัน}} \times 100$$

- อัตรากำไร

$$\text{อัตรากำไร} = \frac{\text{มูลค่าขายทั้งหมดในแต่ละวัน} - \text{มูลค่าซื้อทั้งหมดในแต่ละวัน}}{\text{มูลค่าซื้อทั้งหมดในแต่ละวัน}} \times 100$$

แนวโน้มของปริมาณธุรกรรม **day trading** ลดลงในช่วง 9 เดือนของปี 2552 **แปรผกผันกับ** ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น

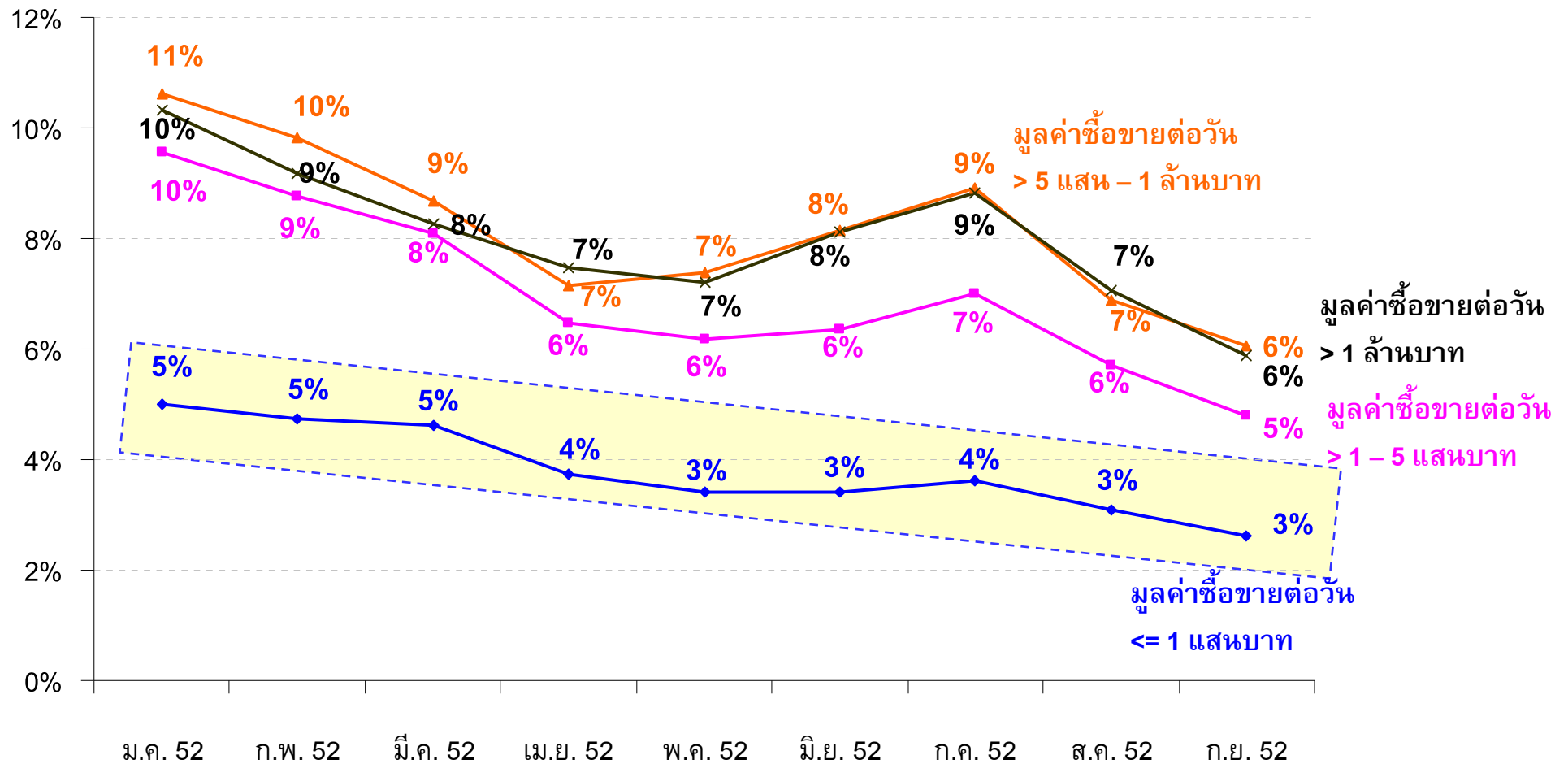
สัดส่วนของบัญชี day trader ต่อนักลงทุนบุคคลตั้งแต่เดือน ม.ค. – ก.ย. 52



	ม.ค. 52	ก.พ. 52	มี.ค. 52	เม.ย. 52	พ.ค. 52	มิ.ย. 52	ก.ค. 52	ส.ค. 52	ก.ย. 52
จำนวนบัญชี day trader เฉลี่ยต่อวัน	1,707	1,333	1,214	1,407	1,968	1,993	1,747	1,729	1,709
จำนวนบัญชี active เฉลี่ยต่อวัน	24,215	20,479	20,208	27,432	38,659	38,334	31,053	36,572	42,397

นักลงทุนบุคคลรายใหญ่มีส่วนของ **day trader** มากกว่ารายย่อย และมีแนวโน้มของปริมาณธุรกรรมลดลงเหมือนกันในทุกกลุ่มนักลงทุนบุคคล

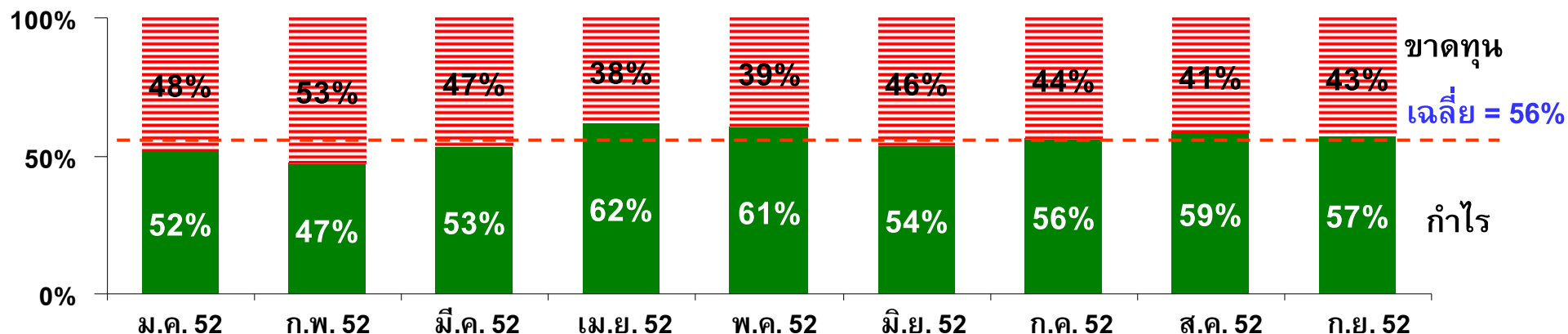
สัดส่วนของบัญชี day trader ต่อนักลงทุนบุคคลแต่ละกลุ่มตั้งแต่เดือน ม.ค. – ก.ย. 52



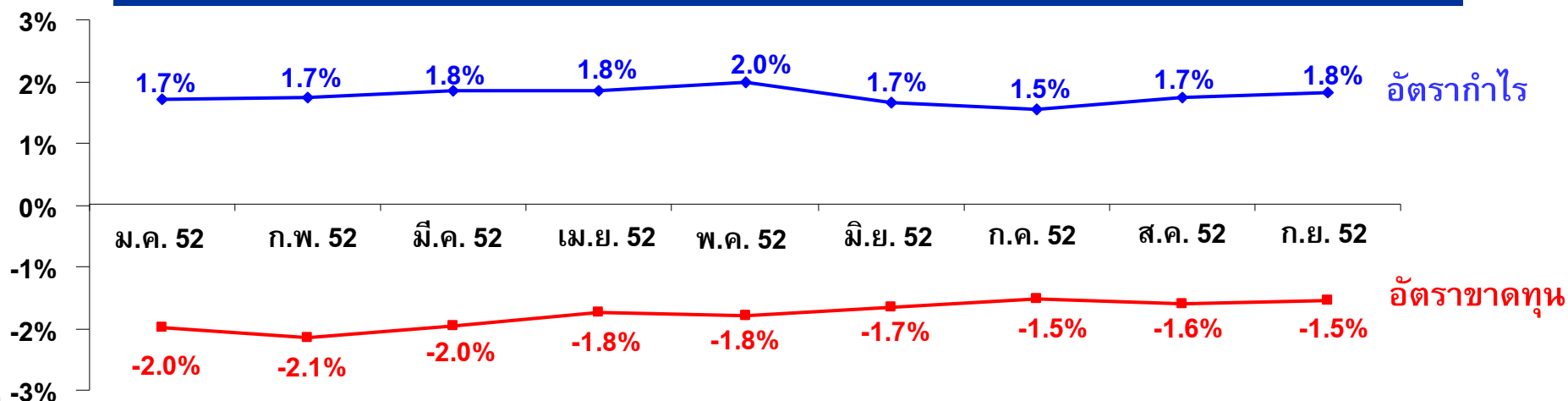
ที่มา : market microstructure เดือนมกราคม 2552 – กันยายน 2552

ในปี 2552 โอกาสที่ day trader ได้กำไรมีมากกว่าขาดทุน โดยเฉพาะช่วงที่ดัชนีตลาดปรับตัวสูงขึ้น

โอกาสในการทำกำไรและขาดทุนในแต่ละวันเฉลี่ยรายเดือนของบัญชี day trader เดือน ม.ค. – ก.ย. 52

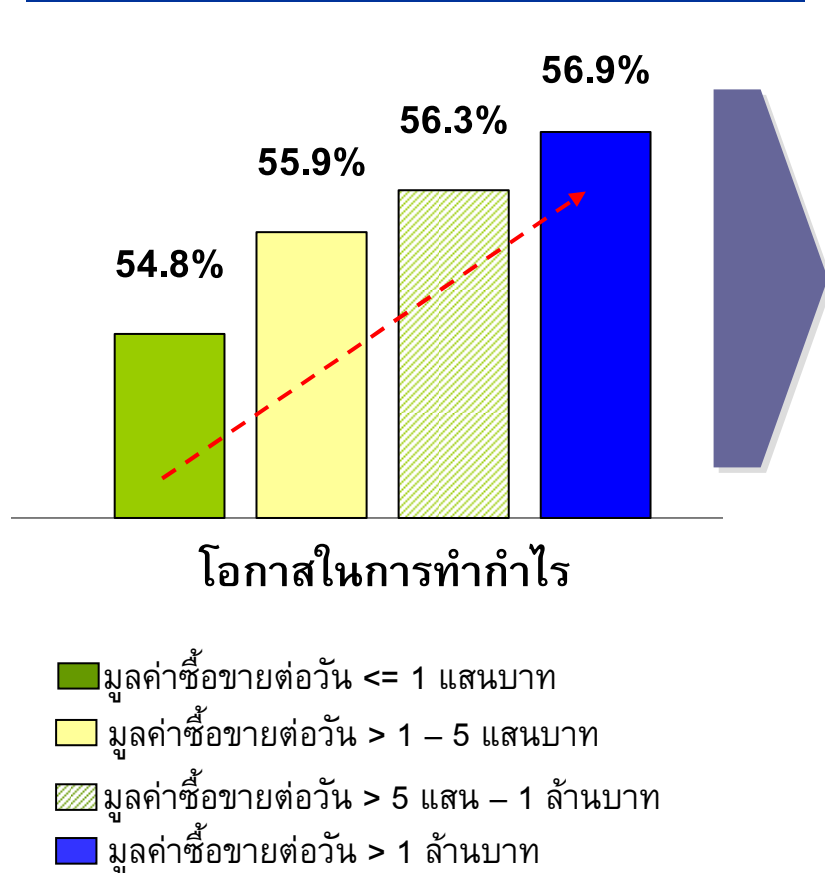


อัตรากำไรและอัตราขาดทุน(ก่อนหักค่าธรรมเนียมการซื้อขาย)ในแต่ละวันเฉลี่ยรายเดือนของบัญชี day trader เดือน ม.ค. – ก.ย. 52

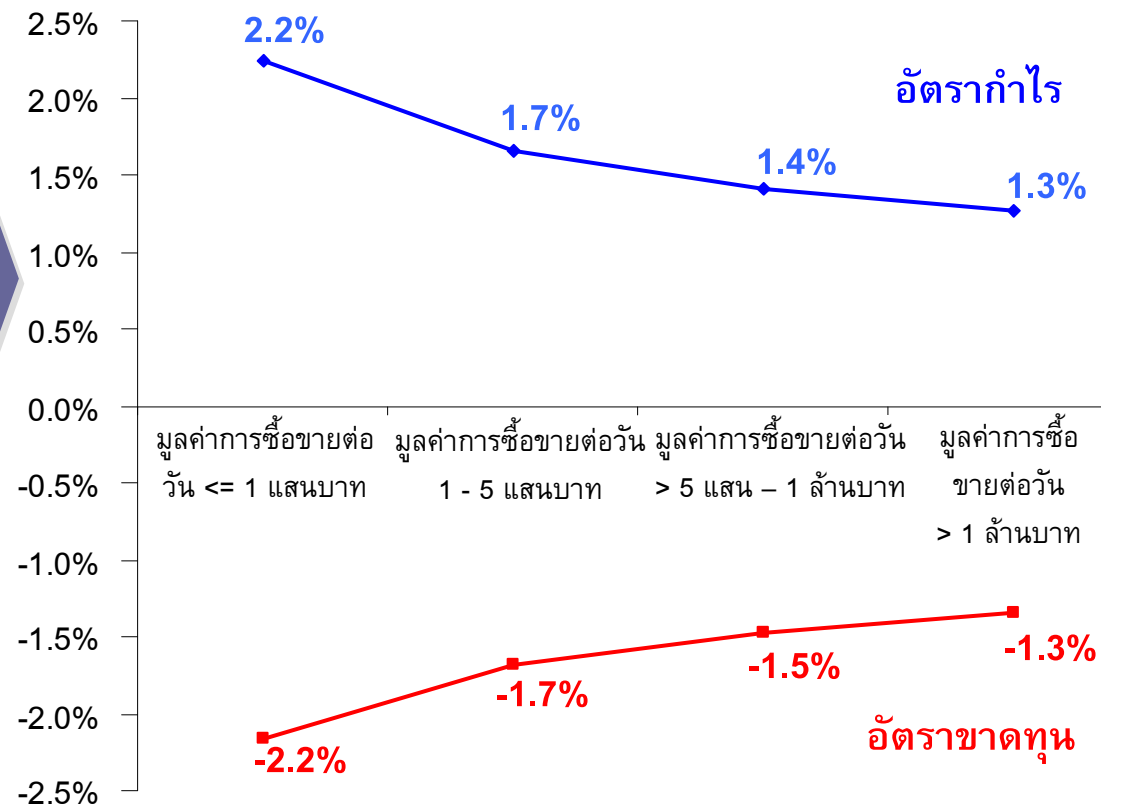


day trader รายใหญ่มีโอกาสในการทำกำไรมากกว่ารายย่อยเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม day trader รายย่อยถ้าได้กำไรจะมีอัตรากำไรสูงกว่าแต่ถ้าขาดทุนจะมีอัตราขาดทุนสูงกว่าเช่นกัน

โอกาสในการทำกำไรในแต่ละวันเฉลี่ย
เดือน ม.ค. – ก.ย. 52 ของ day trader
แยกตามกลุ่มนักลงทุนบุคคล



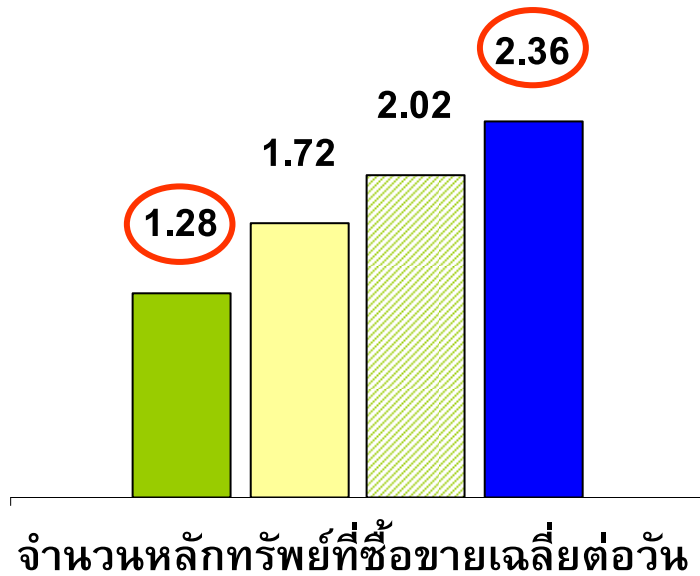
อัตรากำไรและอัตราขาดทุนในแต่ละวันเฉลี่ย
เดือน ม.ค. – ก.ย. 52 ของ day trader
แยกตามกลุ่มนักลงทุนบุคคล



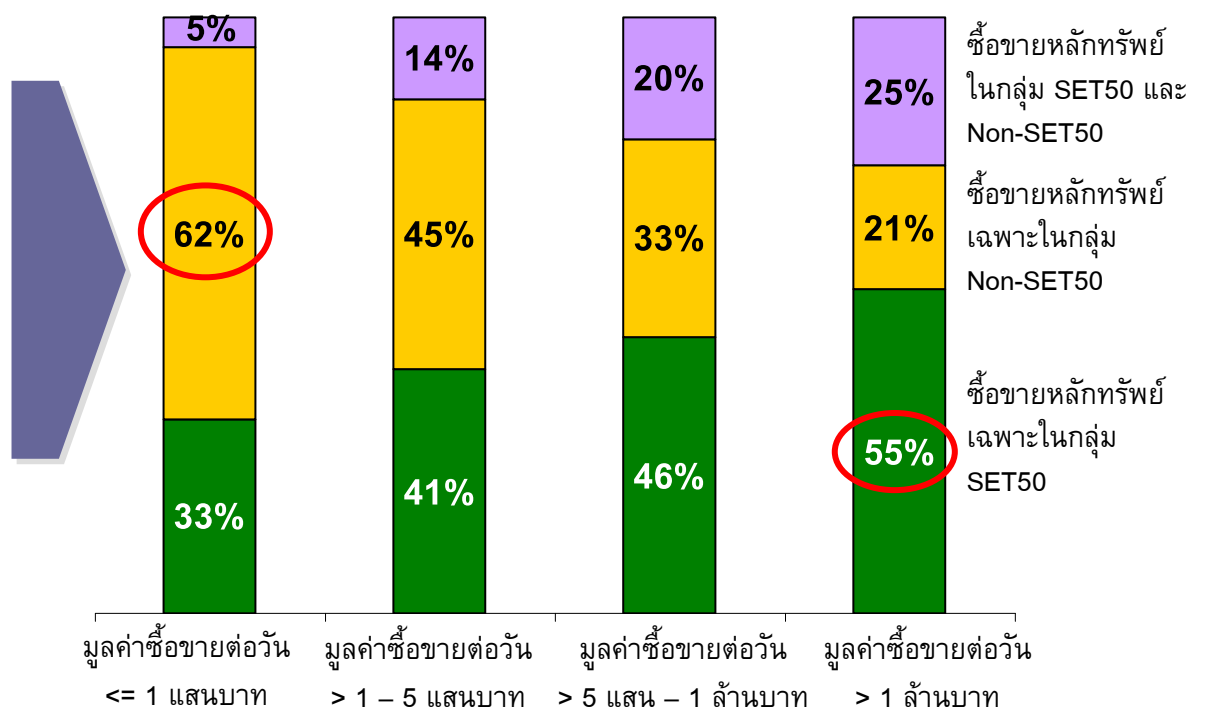
day trader รายใหญ่กระจายความเสี่ยงได้ดีกว่ารายย่อยและซื้อขายหุ้นในกลุ่ม SET50 เป็นส่วนใหญ่

จำนวนหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน เดือน ม.ค. – ก.ย. 52 ของ day trader แยกตามกลุ่มหลักทรัพย์บุคคล

สัดส่วนจำนวนบัญชีแยกตามกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายในแต่ละวัน เดือน ม.ค. – ก.ย. 52 ของ day trader แยกตามกลุ่มหลักทรัพย์บุคคล



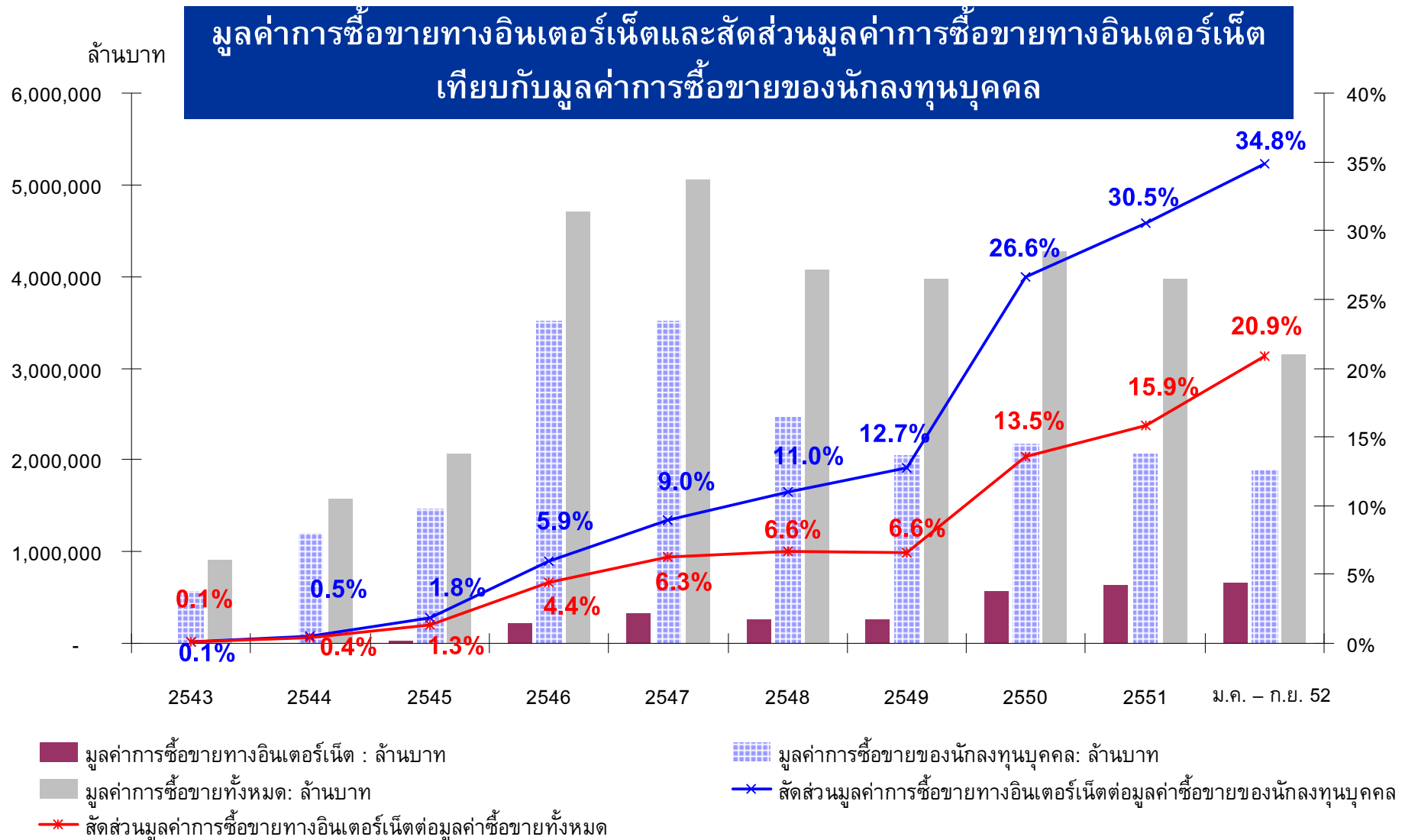
- มูลค่าซื้อขายต่อวัน <= 1 แสนบาท
- มูลค่าซื้อขายต่อวัน > 1 – 5 แสนบาท
- มูลค่าซื้อขายต่อวัน > 5 แสน – 1 ล้านบาท
- มูลค่าซื้อขายต่อวัน > 1 ล้านบาท



หัวข้อการนำเสนอ

- ภาพรวมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคล
- พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคลในมิติต่าง ๆ
 - หลักทรัพย์ที่ซื้อขายและความถี่ในการซื้อขาย
 - กลุ่มหลักทรัพย์
 - จำนวนหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขาย
 - ความถี่ในการซื้อขาย
 - day trading
 - ช่องทางที่ใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์
 - ความแตกต่างระหว่างนักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด เทียบกับการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต
 - กลยุทธ์ของบริษัทหลักทรัพย์ต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต
- สรุปประเด็นสำคัญ

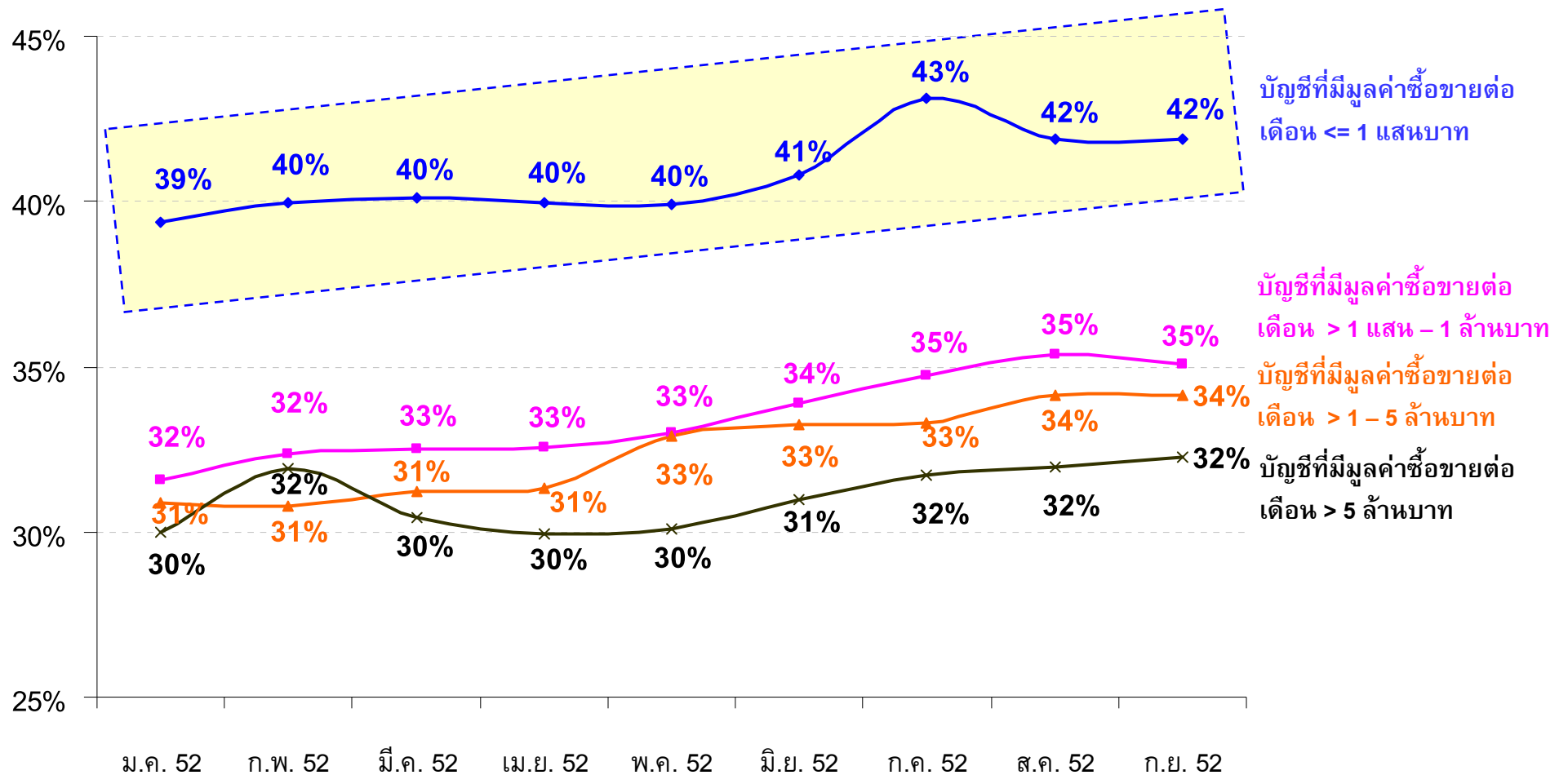
การซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการลงทุนสำหรับนักลงทุนบุคคลที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา



ที่มา : SETSMART, รายงานการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ก.ต. 2/6)

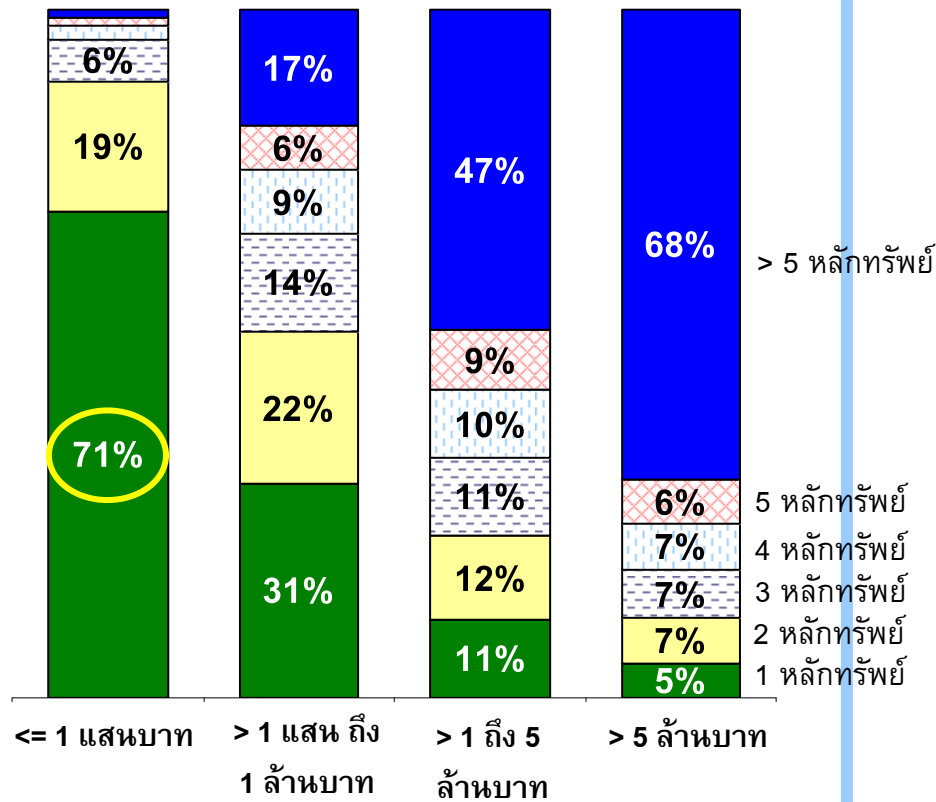
นักลงทุนบุคคลรายย่อยมีสัดส่วนบัญชีอินเทอร์เน็ตเน็ตสูงกว่านักลงทุนบุคคลรายใหญ่

สัดส่วนจำนวนบัญชีอินเทอร์เน็ตแยกตามกลุ่มนักลงทุนบุคคลตั้งแต่เดือน ม.ค. – ก.ย. 52

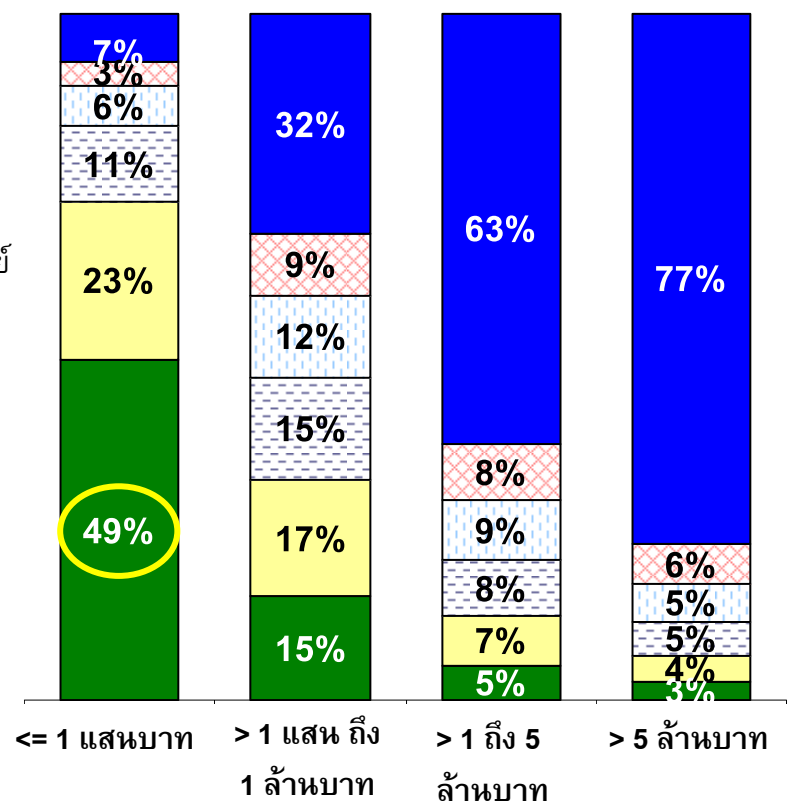


นักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ตมีความหลากหลายในการลงทุนมากกว่านักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด

สัดส่วนจำนวนหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายต่อเดือน
เจ้าหน้าที่การตลาด



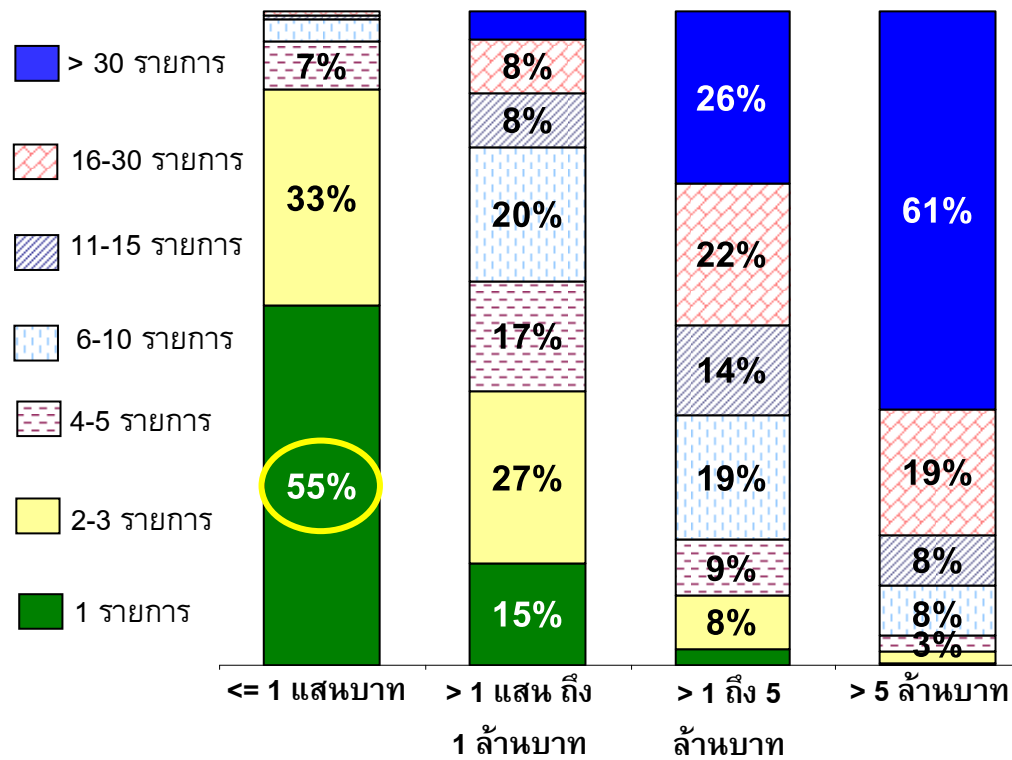
สัดส่วนจำนวนหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายต่อเดือน
อินเทอร์เน็ต



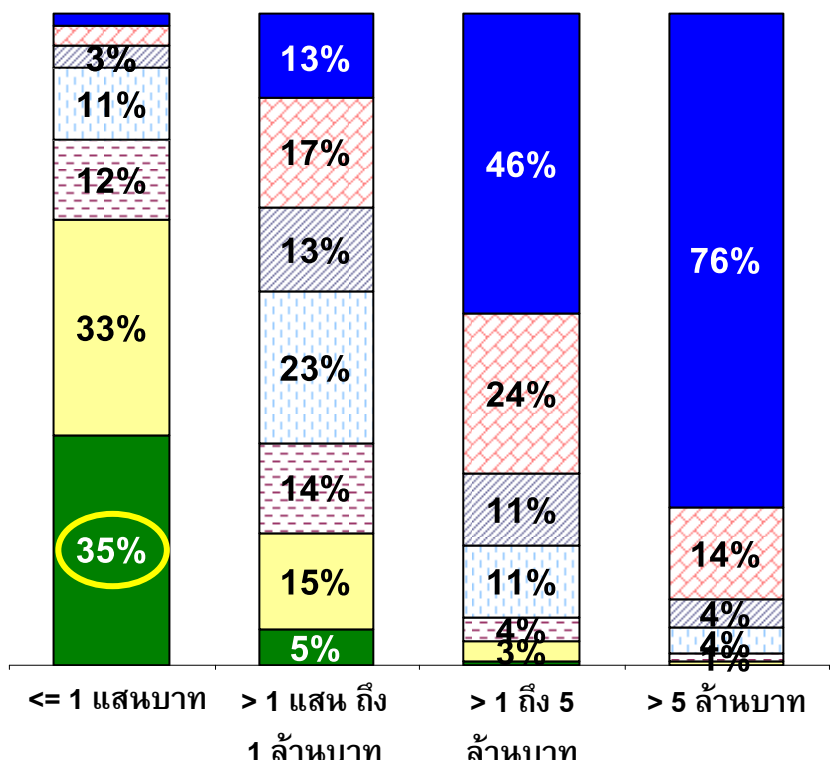
# หลักทรัพย์เฉลี่ยต่อเดือน	<= 1 แสนบาท	> 1 แสน ถึง 1 ล้านบาท	> 1 ถึง 5 ล้านบาท	> 5 ล้านบาท	<= 1 แสนบาท	> 1 แสน ถึง 1 ล้านบาท	> 1 ถึง 5 ล้านบาท	> 5 ล้านบาท
	1.5	3.5	7.6	12.6	2.4	5.2	9.7	15.4

ความถี่ในการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ตเห็นสูงกว่าการซื้อขายผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด

สัดส่วนจำนวนรายการต่อเดือน
เจ้าหน้าที่การตลาด



สัดส่วนจำนวนรายการต่อเดือน
อินเทอร์เน็ต

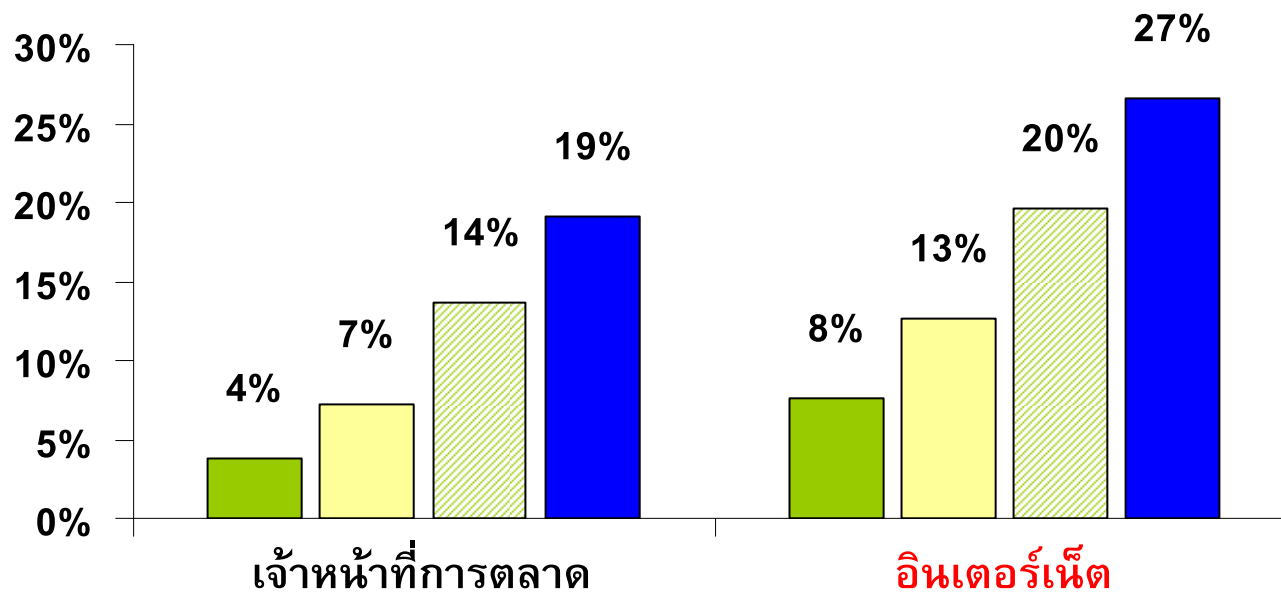


จำนวนรายการเฉลี่ยต่อเดือน	2.1	8.6	30.7	86.7	4.6	17.5	50.9	132.3
---------------------------	-----	-----	------	------	-----	------	------	-------

ที่มา : market microstructure เดือนมกราคม 2552 – กันยายน 2552

นักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ตเห็นมีการซื้อขายหุ้นปันผลมากกว่า
 นักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด

สัดส่วนจำนวนบัญชีที่มีการซื้อขายหุ้นปันผลแยกตามช่องทางในการซื้อขายเดือน ม.ค. – ก.ย. 52



■ บัญชีที่มีมูลค่าซื้อขายต่อเดือน <= 1 ล้านบาท

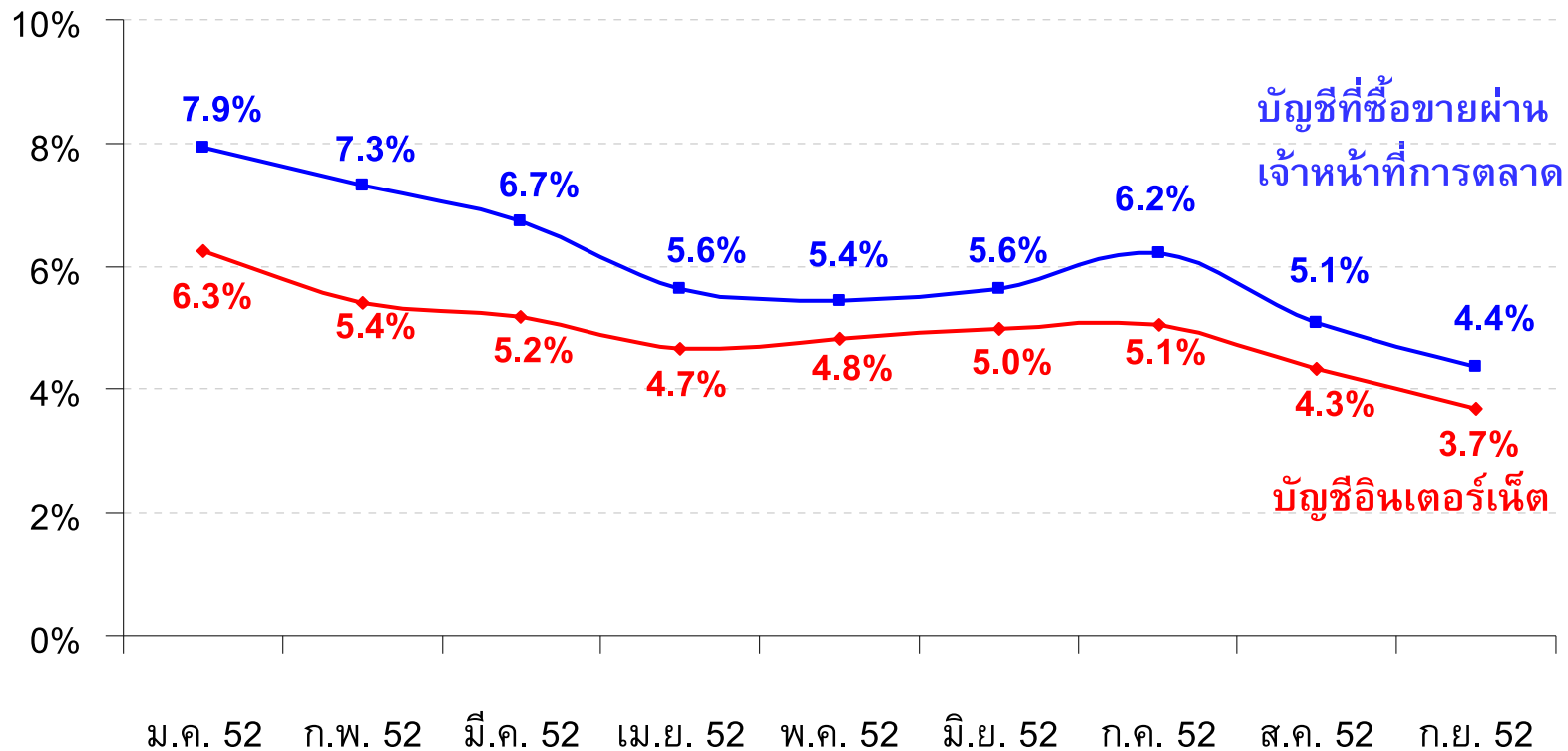
■ บัญชีที่มีมูลค่าซื้อขายต่อเดือน > 1 แสน - 1 ล้านบาท

■ บัญชีที่มีมูลค่าซื้อขายต่อเดือน > 1 - 5 ล้านบาท

■ บัญชีที่มีมูลค่าซื้อขายต่อเดือน > 5 ล้านบาท

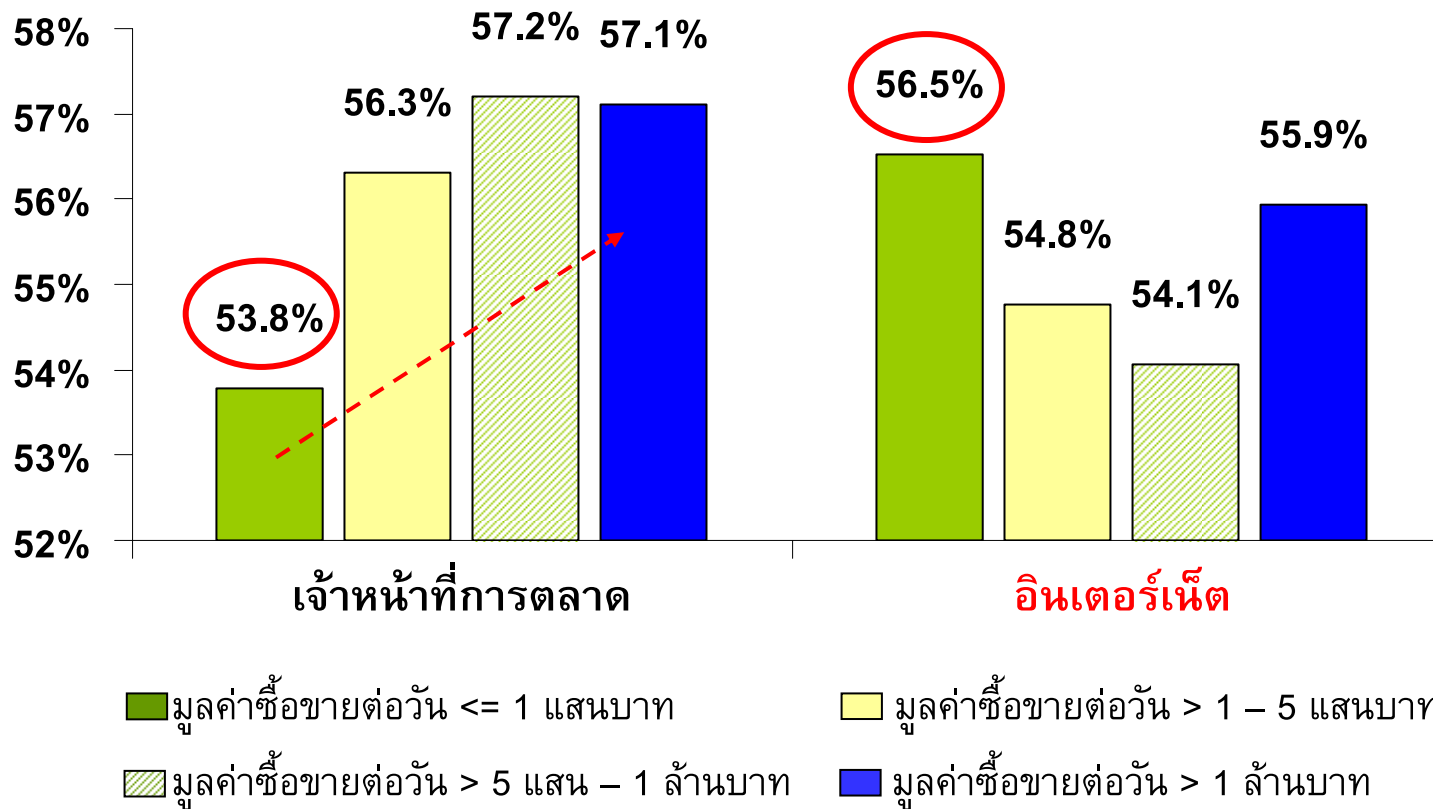
นักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่าน**เจ้าหน้าที่การตลาด**มีแนวโน้มเป็น **day trader** **มากกว่า**นักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตเล็กน้อย

สัดส่วนจำนวนบัญชี day trader ของนักลงทุนบุคคลในแต่ละวันเฉลี่ยรายเดือน



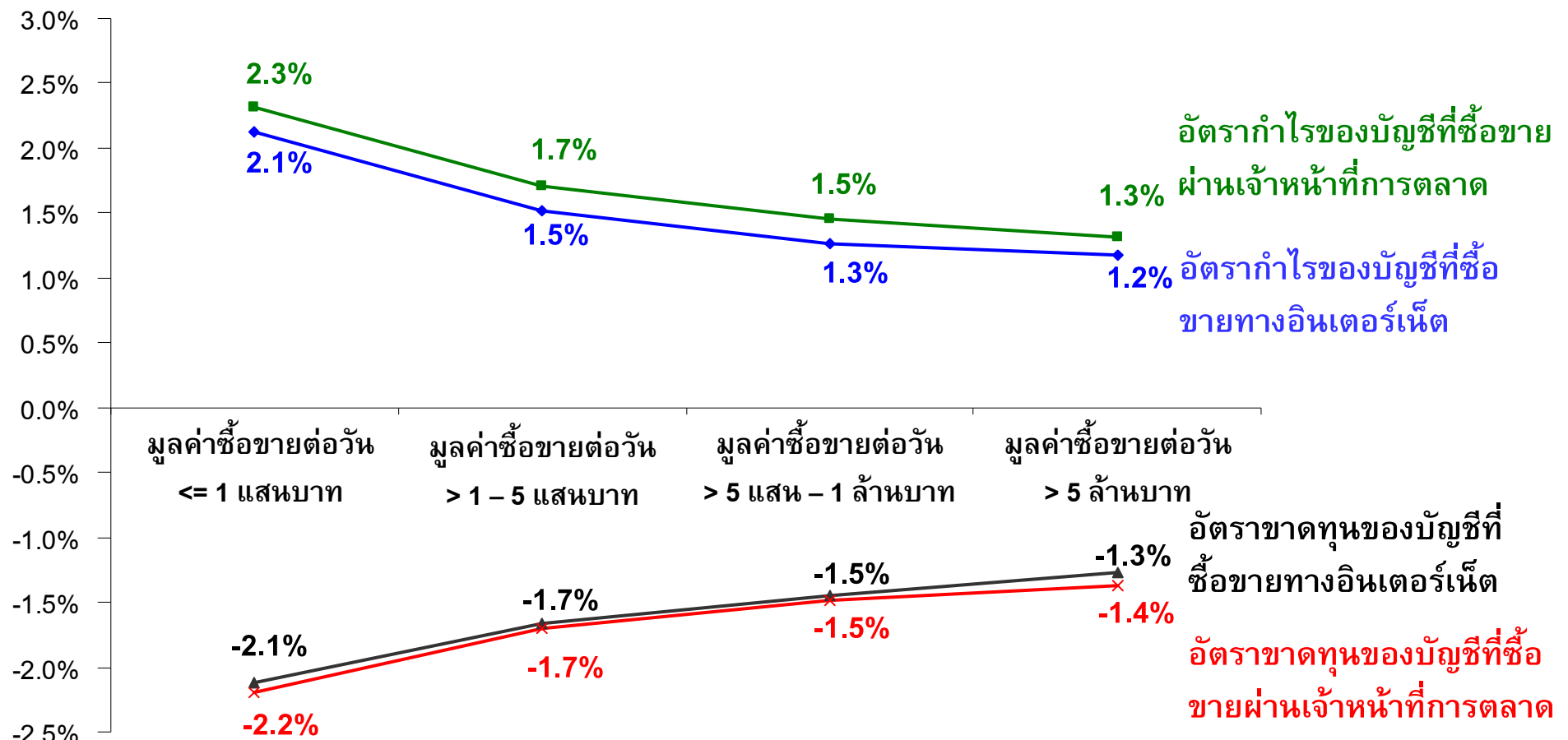
day trader รายใหญ่ที่ซื้อขายผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดมีโอกาสทำกำไรมากกว่ารายย่อย

โอกาสในการทำกำไรในแต่ละวันเฉลี่ยของบัญชี day trader แยกตามประเภทนักลงทุนและช่องทางในการซื้อขายเดือน ม.ค. – ก.ย. 52



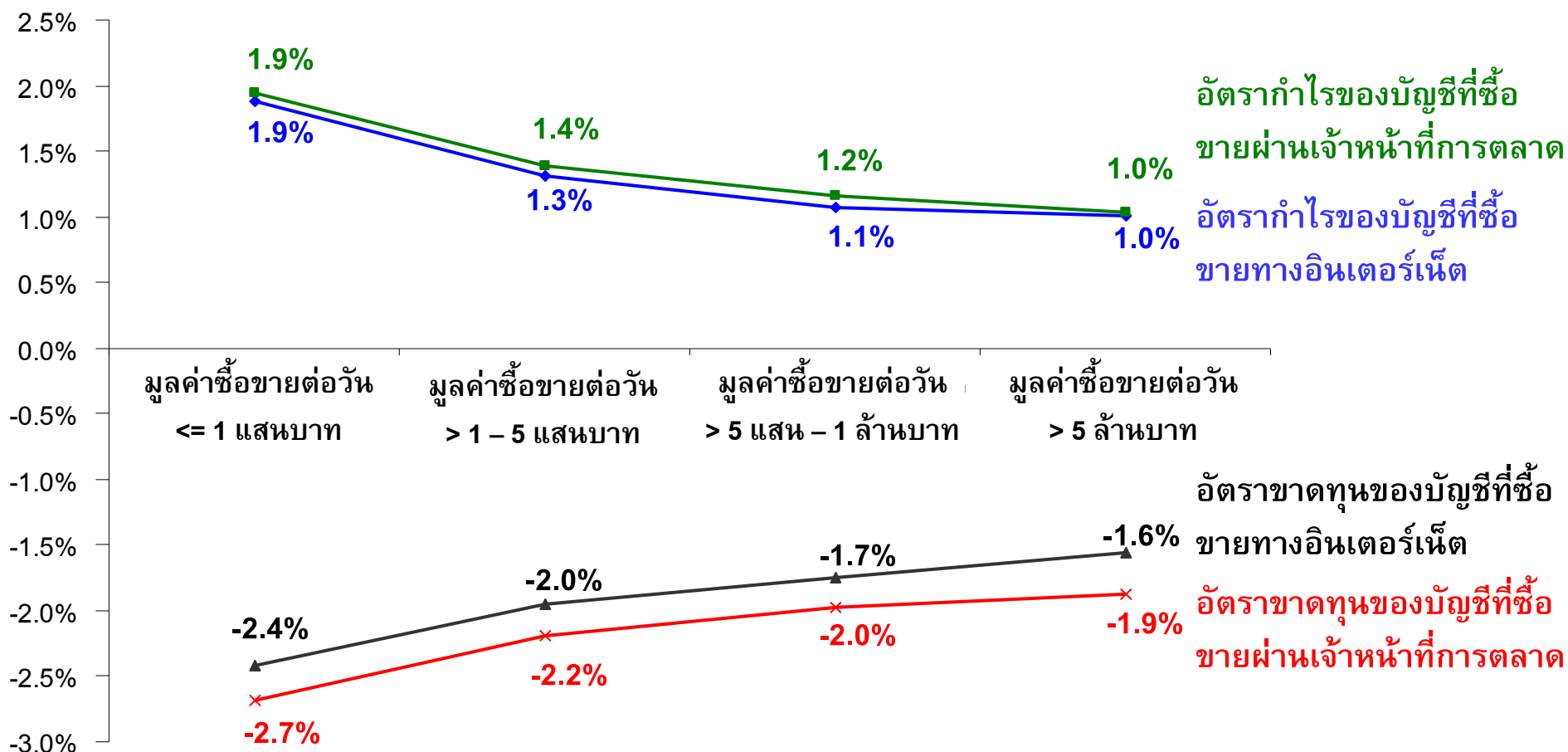
day trader ที่ซื้อขายผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดมีอัตรากำไรก่อนหักค่าธรรมเนียมการซื้อขายหลักทรัพย์สูงกว่า day trader ที่ซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต แต่ถ้าขาดทุนจะมีอัตราขาดทุนไม่แตกต่างกัน

อัตรากำไรและอัตราขาดทุนก่อนหักค่าธรรมเนียมการซื้อขายในแต่ละวันเฉลี่ยของบัญชี day trader แยกตามประเภทนักลงทุนเดือน ม.ค. – ก.ย. 52



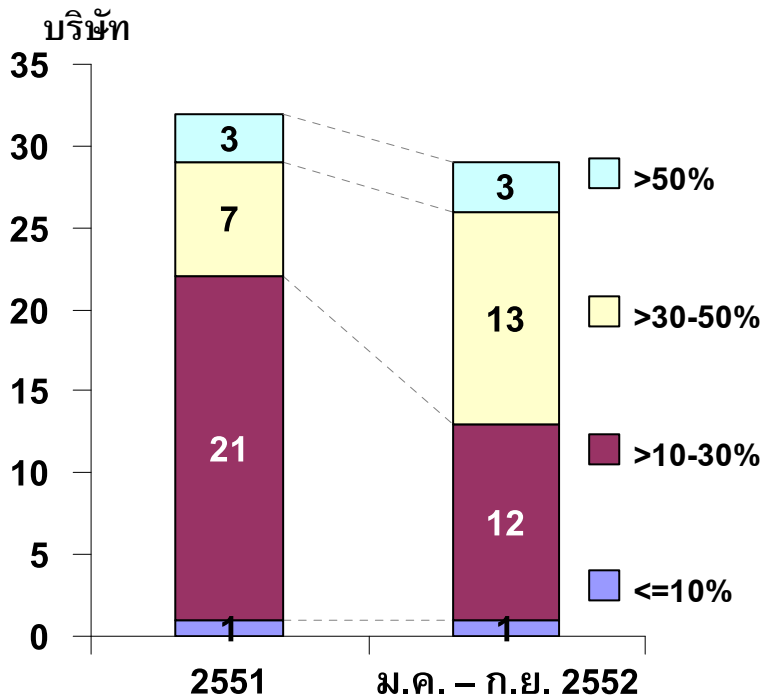
day trader ที่ซื้อขายผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดมีอัตรากำไรหลังหักค่าธรรมเนียมการซื้อขายหลักทรัพย์ ไม่แตกต่างจาก **day trader** ที่ซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต แต่ถ้าขาดทุนจะมีอัตราขาดทุนสูงกว่า

อัตรากำไรและอัตราขาดทุนหลังหักค่าธรรมเนียมการซื้อขายในแต่ละวันเฉลี่ยของ บัญชี day trader แยกตามประเภทนักลงทุนเดือน ม.ค. – ก.ย. 52



บริษัทหลักทรัพย์ส่วนใหญ่มีแนวโน้มส่งเสริมธุรกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ตในกลุ่มนักลงทุนบุคคลเพิ่มขึ้น

จำนวนบริษัทหลักทรัพย์แยกตามสัดส่วนมูลค่าการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตต่อมูลค่าการซื้อขายของนักลงทุนบุคคลของบริษัท



28%

34%

ค่าเฉลี่ยสัดส่วนมูลค่าการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต

จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนมูลค่าการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตของบริษัท	จำนวนบริษัทหลักทรัพย์
บล. ที่มีสัดส่วน Internet Trading ต่อบริษัท สูงขึ้น	24
บล. ที่มีสัดส่วน Internet Trading ต่อบริษัท คงที่	2
บล. ที่มีสัดส่วน Internet Trading ต่อบริษัท ลดลง	3

หมายเหตุ : เปรียบเทียบระหว่าง ม.ค. - ก.ย. 52 กับ ปี 2551

บริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการให้บริการนักลงทุนบุคคลรายใหญ่เป็นบริษัทที่มีจำนวนลูกค้าน้อย แต่มีมูลค่าซื้อขายเฉลี่ยต่อบัญชีสูง

บริษัทหลักทรัพย์แยกตามกลยุทธ์ในการให้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต

กลุ่มบริษัทหลักทรัพย์	จำนวนบริษัทหลักทรัพย์	จำนวนบัญชีที่มีการซื้อขายเฉลี่ยต่อเดือน		มูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อบัญชี (ล้านบาท)	
		อินเทอร์เน็ต	เจ้าหน้าที่การตลาด	อินเทอร์เน็ต	เจ้าหน้าที่การตลาด
กลุ่มที่ 1 : บริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้อินเทอร์เน็ตให้บริการนักลงทุนบุคคลรายใหญ่	4	453	2,056	46.7	2.8
กลุ่มที่ 2 : บริษัทหลักทรัพย์ที่มีแนวโน้มใช้อินเทอร์เน็ตให้บริการนักลงทุนบุคคลรายใหญ่	5	5,048	14,158	7.6	3.2
กลุ่มที่ 3 : บริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้อินเทอร์เน็ตให้บริการทั้งนักลงทุนบุคคลรายใหญ่และรายย่อย	6	13,768	20,706	3.0	3.3
กลุ่มที่ 4 : บริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้อินเทอร์เน็ตให้บริการนักลงทุนบุคคลรายย่อย	14	17,460	31,439	2.7	5.5
รวม	29	36,729	68,359	4.0	4.0

หัวข้อการนำเสนอ

- ภาพรวมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคล
 - พฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคลในมิติต่าง ๆ
 - หลักทรัพย์ที่ซื้อขายและความถี่ในการซื้อขาย
 - กลุ่มหลักทรัพย์
 - จำนวนหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขาย
 - ความถี่ในการซื้อขาย
 - day trading
 - ช่องทางที่ใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์
 - ความแตกต่างระหว่างนักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด เทียบกับการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต
 - กลยุทธ์ของบริษัทหลักทรัพย์ต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต
- สรุปประเด็นสำคัญ

สรุปประเด็นสำคัญ (1/2)

1. นักลงทุนบุคคลรายใหญ่กับรายย่อยมีพฤติกรรมแตกต่างกันมาก (โดยเฉพาะกลุ่มนักลงทุนที่มีมูลค่าการซื้อขายต่อเดือน ≤ 1 ล้านบาท) ดังนั้นนักลงทุนบุคคลแต่ละกลุ่มจะสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับบริษัทหลักทรัพย์ได้แตกต่างกัน
2. นักลงทุนบุคคลรายย่อยจำนวนมากซื้อขายหลักทรัพย์เพียง 1 หลักทรัพย์ต่อเดือน และไม่นิยมลงทุนในหุ้นปันผล ดังนั้นควรส่งเสริมให้นักลงทุนบุคคลรายย่อยกระจายความเสี่ยงและมีนโยบายการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนระยะยาวมากขึ้น
3. เจ้าหน้าที่การตลาดมีบทบาทต่อพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคล โดยเฉพาะนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ และช่วยเพิ่มโอกาสในการทำกำไรให้แก่ธุรกรรม day trading

สรุปประเด็นสำคัญ (2/2)

4. นักลงทุนบุคคลที่ซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ตมีการลงทุนในหลักทรัพย์ที่หลากหลายกว่า มีจำนวนหลักทรัพย์ที่ซื้อขายสูงกว่า มีความถี่ของการซื้อขายหลักทรัพย์น้อยกว่า และนิยมลงทุนในหุ้นปันผลสูงกว่าการซื้อขายผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด
5. ควรส่งเสริมให้บริษัทหลักทรัพย์ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการให้บริการนักลงทุนบุคคลโดยเฉพาะรายย่อยเพิ่มขึ้น เพราะในปัจจุบันมีบริษัทหลักทรัพย์เพียงครึ่งหนึ่งที่ใช้นโยบายดังกล่าวค่อนข้างชัดเจน