

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์

นายวงศ์วิศ อาริวัฒน์, สิริวรรณ โฉมจำรูญ

บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการเงิน

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

โทรศัพท์: 081-6447974, Email: eddy038@msn.com

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ถนนวิภาวดีรังสิต เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์: 081-912-6481, Email: sirivan_cho@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยที่นำมาศึกษา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือน อัตราเงินเฟ้อ อัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการโฆษณาโทรทัศน์ ดัชนีการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเป็นข้อมูลทุติยภูมิรายเดือน โดยช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา ตั้งแต่เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2548 ถึงเดือนพฤศจิกายนพ.ศ.2553 รวมระยะเวลาทั้งหมด 60 เดือน ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนโดยวิธีประมาณค่ากำลังสองน้อยที่สุด

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือน อัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการโฆษณา และดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญร้อยละความเชื่อมั่น95 โดยดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ในทิศทางเดียวกันเป็นไปตามสมมติฐาน และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือนมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ในทิศทางเดียวกันแต่ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนอัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการโฆษณามีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันแต่ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

บทที่ 1

บทนำ

จากการศึกษาครั้งนี้

ปัจจัยทางเศรษฐกิจซึ่ง ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือน อัตราเงินเฟ้อ อัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการโฆษณาทางโทรทัศน์ อัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน อัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค มีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัย โดยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการที่ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2553 มีมูลค่ารวม 47,590 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 13.2 % จากช่วงเดียวกันปีก่อน และมีการคาดการณ์ว่าจะยังคงเติบโตต่อเนื่องในครึ่งปีหลัง ซึ่งทั้งนี้เป็นเพราะการขยายตัวทางเศรษฐกิจและความต้องการของธุรกิจในการใช้โฆษณากระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค หลังจากอุตสาหกรรมโฆษณามีการชะลอตัวในปี 2552 ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิใช้เวลาโฆษณาที่หนาแน่นมากขึ้นทำให้หลายสถานีโทรทัศน์มีการทยอยปรับอัตรากำไรสุทธิใช้เวลา อีกทั้งในระยะปี 2553 ไตรมาสที่ 3 เป็นช่วงไฮซีซั่นของอุตสาหกรรมโฆษณา การเติบโตของอุตสาหกรรมโฆษณเป็นสัญญาณบวกต่อผลประกอบการของหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ดังนั้นจึงเป็นทางเลือกให้นักลงทุนผู้สนใจทำกำไรสามารถลงทุนในหุ้นกลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ได้ในปัจจุบันอุตสาหกรรมโฆษณามีส่วนในการขยายธุรกิจและมีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจมากเนื่องจากสินค้าบริการและการสื่อสารต่างๆ ต้องอาศัยสื่อทางโทรทัศน์วิทยุหนังสือพิมพ์เพื่อเข้าถึงประชาชนผู้บริโภคการบอกรับคำสั่งซื้อของประชาชนก็ดูจากดัชนีการบริโภคอัน เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่ลงทุนทางสื่อและสิ่งพิมพ์นั้นดังตารางที่ 1 แสดงการใช้จ่ายเพื่อการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าชั้นนำในประเทศรวมถึงหน่วยงานรัฐบาลเปรียบเทียบระหว่างเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2552 และ พ.ศ. 2553

ตารางที่ 1 การใช้จ่ายเพื่อการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าชั้นนำในประเทศ

บริษัท	มิถุนายน 2552 (ล้านบาท)	มิถุนายน 2553(ล้านบาท)	%เปลี่ยนแปลง
Unilever(Thai)Holdings	814.69	408.41	99%
Procter & Gamble (Thailand)	194.86	85.96	127%
Nestle (Thai) Ltd.	174.77	96.15	82%
Beiersdorf (Thailand) Co.,Ltd.	170.56	131.29	30%
L'oreal (Thailand) Ltd.	140.62	142.9	-2%
Coca-Cola (Thailand)	139.75	88.4	58%
Tri Petch Isuzu Sales Co.,	105.11	40.81	158%
Toyota Motor Thailand Co.,Ltd.	103.15	86.52	19%
Advance Info Service Pcl.	96.81	122.55	-21%
Office of The Prime Minister	93.92	108.12	-13%

ที่มา: THE NIELSEN COMPANY (THAILAND)

จากตารางที่ 1 พบว่ารายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทที่อยู่ในกลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ได้จากค่าโฆษณาของผู้ประกอบการสินค้าอุปโภคบริโภคมากที่สุดเนื่องจากสินค้าสูงอุปโภคบริโภคต้องอาศัยการโฆษณาสินค้าเช่นบริษัทผู้จัดจำหน่ายได้แก่ Unilever, P&G เป็นต้นผู้ผลิตเช่น Nestle, Coca-Cola, Toyota เป็นต้น

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการโฆษณาแยกตามประเภทของสื่อระหว่างเดือนมิถุนายน 2552 ถึง มิถุนายน 2553

สื่อ	ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา(ล้านบาท)		%เปลี่ยนแปลง
	มิถุนายน 2552 (ล้านบาท)	มิถุนายน 2553(ล้านบาท)	
โทรทัศน์	4110	5,322	29.50%
วิทยุ	497	500	0.60%
หนังสือพิมพ์	1156	1,218	5.40%
นิตยสาร	431	390	-9.50%
โรงภาพยนตร์	416	486	16.80%
สื่อกลางแจ้ง	330	310	-6.10%
สื่อเคลื่อนที่	145	182	25.50%
สื่อภายในร้าน	66	88	33.30%
อินเทอร์เน็ต	19	26	36.80%
รวม	7,169	8,522	18.90%

ที่มา: THE NIELSEN COMPANY (THAILAND)

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีประสิทธิภาพตลาดทุน (Efficient Market Theory) (อ้างถึงใน ทิพย์วัฒน์ นุ้ยเมือง, 2551)

Bodie, Kane, and Marcus กล่าวว่า การเคลื่อนไหวเชิงสุ่มและสมมติฐานของตลาดประสิทธิภาพราคาหลักทรัพย์เป็นไปตามการก้าวสุ่ม คือ ราคาหุ้นจะเปลี่ยนไปในทิศทางสุ่มที่ไม่สามารถพยากรณ์ไปได้ล่วงหน้าการเปลี่ยนแปลงเชิงสุ่มของราคาเป็นผลมาจากการที่นักลงทุนผู้มีความสามารถในการลงทุนแข่งขันกันเข้าไปซื้อหรือขายหุ้นทันทีที่มีข่าว เพื่อให้ได้หุ้นนั้นก่อนผู้อื่นจะทราบข้อมูล การเปลี่ยนแปลงเชิงสุ่มเป็นคุณสมบัติความหมายกับการเปลี่ยนแปลงของการเปลี่ยนแปลงของราคาอย่างไม่มีเหตุผล ราคาที่ปรับตัวอย่างมีเหตุผล หมายถึงราคาที่เปลี่ยนไปเมื่อมีข่าวใหม่เข้ามา ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงเชิงสุ่มจึงเป็นปรากฏการณ์ราคาตามปกติที่ต้องปรับตัวสะท้อนข่าวใหม่อยู่เสมอ ตลาดที่สามารถคาดการณ์ได้ว่าราคาจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร นั่นถือว่าเป็นตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ เพราะการที่สามารถพยากรณ์ได้ว่าราคาจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรนั้นย่อม หมายถึง ราคาที่ไม่ได้สะท้อนข้อมูลข่าวสารที่มีทั้งหมด ดังนั้นสมมติฐานของตลาดประสิทธิภาพจึงถือได้ว่าราคาหลักทรัพย์ที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นได้สะท้อนข้อมูลข่าวไปทั้งหมดแล้ว

รูปแบบของสมมติฐานตลาดประสิทธิภาพ (จิรัตน์ สังข์แก้ว, 2543)

สมมติฐานประสิทธิภาพของตลาดนั้น นักลงทุนไม่จำเป็นต้องตัดสินใจตามเหตุและผลเสมอไป นักลงทุนอาจจะตัดสินใจทำสิ่งที่เกินหรือต่ำกว่าความพอดี แต่โดยสุทธิแล้ว การกระทำจะเฉลี่ยๆไป ปฏิกริยาของนักลงทุนโดยรวมจึงเป็นแบบสุ่ม เพราะฉะนั้นนักลงทุนจะไม่สามารถทำกำไรเกินกว่าผู้อื่น (กำไรเกินปกติ) ได้

ประสิทธิภาพแบ่งเป็น 3 แบบคือ แบบอ่อน (Weak Form) แบบกลาง (Semi-Strong Form) และแบบเข้ม (Strong Form) ความแตกต่างของสมมติฐานทั้งสามแบบนี้ก็ขึ้นอยู่กับแหล่งของข้อมูลที่ส่งผลกระทบต่อราคาของสินทรัพย์ในตลาด สมมติฐานประสิทธิภาพของตลาดแบบอ่อนนั้นกล่าวว่าราคาในตลาดนั้นเป็นผลจากราคาหุ้นในอดีต แบบกลางนั้นกล่าวว่า ราคาในตลาดนั้นเป็นผลมาจากข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชน ส่วนแบบเข้มนั้นกล่าวว่าราคาตลาดนั้นสะท้อนถึงข้อมูลทั้งหมดที่มีอยู่ซึ่งหมายถึงข้อมูลทั้งที่เปิดเผยต่อสาธารณชนและข้อมูลภายในบริษัท

แบบอ่อน (Weak Form) คือตลาดที่มีประสิทธิภาพแบบอ่อน (weak-form efficiency) ราคาหลักทรัพย์ในอนาคต ไม่สามารถพยากรณ์ได้ด้วยราคาในอดีต การทำกำไรเกินกว่าปกติ ไม่สามารถทำได้ในระยะยาวโดยใช้กลยุทธ์การลงทุนบนพื้นฐานของราคาในอดีตหรือประวัติศาสตร์ การวิเคราะห์ทางเทคนิคเพื่อให้เกิดกำไรเกินกว่าปกติ ไม่สามารถจะทำได้แต่สำหรับการ

วิเคราะห์เชิงพื้นฐานอาจจะยังคงทำได้ นอกจากนี้ ราคาหลักทรัพย์ยังไม่ขึ้นอยู่กับราคาก่อนหน้าและไม่มีรูปแบบของราคาหลักทรัพย์

แบบกลาง (Semi-Strong Form) คือ ตลาดที่มีประสิทธิภาพแบบกึ่งเข้มแข็ง (semi-strong-form efficiency) ราคาหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลงตามข้อมูลข่าวสารที่สาธารณะชนได้รับอย่างรวดเร็วและไม่มีอคติ ไม่มีใครสามารถทำกำไรส่วนเกินได้จากข้อมูลข่าวสารที่สาธารณะชนได้รับและรวมถึงการวิเคราะห์เชิงพื้นฐานและการวิเคราะห์ทางเทคนิค

แบบเข้ม (Strong Form) ตลาดที่มีประสิทธิภาพแบบเข้มแข็ง (Strong form efficiency) ราคาหลักทรัพย์สะท้อนทุกข่าวสารทั้งสาธารณะและภายใน ไม่มีใครสามารถสร้างกำไรส่วนเกินได้ในระยะยาว โดยใช้กฎหมายกีดกันข้อมูลภายในบริษัท เพื่อป้องกันและลงโทษคนวงในของบริษัทใช้ข้อมูลข่าวสารภายในเพื่อทำกำไรเกินกว่าปกติ

วิธีการดำเนินศึกษาและผลการศึกษา

โดยกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาจะเลือกจากหลักทรัพย์ของบริษัทที่ทำธุรกิจโทรศัพท์ 3 บริษัท ในกลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ ดังนี้คือ

- | | |
|---|---------------------|
| 1. บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) | ชื่อหลักทรัพย์ BEC |
| 2. บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) | ชื่อหลักทรัพย์ MCOT |
| 3. บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) | ชื่อหลักทรัพย์ WORK |

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ กับปัจจัยทางเศรษฐกิจที่สำคัญทั้ง 6 ปัจจัย ที่เลือกมาเป็นตัวแปรอิสระ โดยการหาค่าความสัมพันธ์นั้น จะใช้วิธีการสร้างสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regressions) โดยมีแบบจำลอง ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

โดยที่

Y	หมายถึง	ราคาหลักทรัพย์
INT	หมายถึง	อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือน
INF	หมายถึง	อัตราเงินเฟ้อ
AD	หมายถึง	อัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการโฆษณาโทรทัศน์
CON	หมายถึง	ดัชนีการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค
SET	หมายถึง	ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
CCI	หมายถึง	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้แก่ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตรงตามสมมุติฐานที่ได้กำหนดไว้ในและการศึกษาและอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก (INT) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานอัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการโฆษณาโทรทัศน์ (AD) มีความสัมพันธ์เดียวกับราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน ส่วนปัจจัยอื่นได้แก่ ดัชนีการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน (CON) และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (CCI) และอัตราเงินเฟ้อ (INF) พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 สรุปค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่มีผลกระทบต่อราคากลุ่มหุ้นกลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ ในปี พ.ศ. 2548 – 2553

ตัวแปรอิสระ บมจ	INT	AD	SET
MCOT	-	-0.473744*X	0.012537* */
WORK	0.261691*X	-	0.008977*/
BEC	-	-	0.006397*/

หมายเหตุ	-	หมายถึง	ตัวแปรไม่มีนัยสำคัญ
	*	หมายถึง	การมีระดับนัยสำคัญ 0.05
	**	หมายถึง	การมีระดับนัยสำคัญ 0.01
	/	หมายถึง	ความสัมพันธ์ตรงตามสมมุติฐาน
	X	หมายถึง	ทิศทางตรงกันข้ามกับสมมุติฐาน

1.สรุปผลการวิเคราะห์หลักทรัพย์ MCOT

อัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.012537 ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ในทิศทางเดียวกันและเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

หมายความว่าเมื่อดัชนีราคาหุ่นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 จะส่งผลให้ราคาหลักทรัพย์บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.12537

อัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการโฆษณาทางโทรทัศน์รายเดือนมีค่าสัมประสิทธิ์

- 0.473744 ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่ามูลค่าการโฆษณามีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์บริษัท อสมท จำกัด ในทิศทางตรงกันข้ามและไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า มูลค่าการโฆษณาเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 จะส่งผลให้ราคาหลักทรัพย์บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ลดลงร้อยละ 47.37

2.สรุปผลการวิเคราะห์หลักทรัพย์ WORK

อัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหุ่นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.008977 ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในทิศทางเดียวกันและเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่าเมื่อดัชนีราคาหุ่นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 จะส่งผลให้ราคาหลักทรัพย์บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8977

อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำเดือน3 เดือนมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.261691 ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำเดือน3 เดือนที่ประกาศโดยธนาคารแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาหลักทรัพย์บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า เมื่ออัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือนเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 จะส่งผลให้ราคาหลักทรัพย์ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.1691

3. สรุปผลการวิเคราะห์หลักทรัพย์ BEC

อัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหุ่นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.006397 ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในทิศทางเดียวกันและเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้หมายความว่าเมื่อดัชนีราคาหุ่นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 จะส่งผลให้ราคาหลักทรัพย์บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6397

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งนี้

1. แม้ว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจตัวหลายตัว ในการศึกษาครั้งนี้ไม่มีผลกระทบต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์แต่ในงานวิจัยที่ผ่านมากลับพบความสัมพันธ์นั้นหมายความว่า ในการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ที่มีช่วงเวลาแตกต่างกัน ปัจจัยที่ส่งผล

กระทบจะแตกต่างกันไปด้วยและอาจมีสถานะการณ์อื่นๆที่ส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ ดังนั้น ในการศึกษาจึงควรต้องวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ในช่วงเวลาที่ทำการเก็บข้อมูลด้วย

2. ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้งบประมาณโฆษณาโทรทัศน์มาทำการทดสอบ เนื่องจากค่าใช้จ่ายโฆษณาทางโทรทัศน์มียอดการใช้จ่ายมากที่สุดมากที่สุดและบริษัทที่นำมาวิเคราะห์นั้นจะเน้นทำธุรกิจโฆษณาทางโทรทัศน์ ดังนั้นนักลงทุนควรใช้วิจารณญาณในการวิเคราะห์บริษัทที่อยู่ในกลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆทั้งนี้ควรพิจารณาถึงธุรกิจโฆษณาหลักของบริษัทที่ต้องการลงทุน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาตัวแปรอิสระอื่นๆที่ไม่ใช่ตัวแปรทางเศรษฐกิจ เช่นตัวแปรอิสระ ที่สะท้อนกำไรและหนี้สิน ในแต่ละบริษัท ได้แก่ อัตราส่วนกำไรต่อยอดขาย และ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ เป็นต้น เนื่องจากราคาหลักทรัพย์ที่เปลี่ยนไปอาจจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ไม่ใช่ปัจจัยทางเศรษฐกิจด้วย

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายช่วงเวลาให้ยาวนานขึ้นและเพิ่มความละเอียดของข้อมูลให้มากขึ้นและสอดคล้องกันซึ่งอาจส่งผลให้ได้รับผลการศึกษาที่ดีขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จิรัตน์ สังข์แก้ว. 2548. "รู้วิเคราะห์เจาะเรื่องหุ้น". กรุงเทพมหานคร ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ประเทศไทย
- "ช่อง 3" ตัดสัมพันธ์นี้ลงเส้นฯ ยุติปัญหาตัวเลข เรตติ้ง". 2553. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ:
หน้า 21.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2553. ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
[ออนไลน์]. 15 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก www.set.or.th
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย เป็นราคาหลักทรัพย์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์
จำกัด (มหาชน) [ออนไลน์]. 15 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก www.set.or.th
- ทิพย์รัตน์ น้อยเมือง. 2551. "ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาหุ้นธุรกิจการแพทย์
ในประเทศไทย".วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย
รามคำแหง
- เทรดดิ้งอีโคโนมิก. 2553. อัตราเงินเฟ้อ [ออนไลน์]. 16 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก
www.tradingeconomics.com/Economics/Inflation-CPI.aspx?Symbol=THB
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2553. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและดัชนีการใช้จ่ายเพื่อการ
อุปโภค บริโภคภาคเอกชน [ออนไลน์]. 15 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก www.bot.or.th
- ประวัติความเป็นมา. บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) และ
บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) [ออนไลน์]. 15 ธันวาคม 2553.
เข้าถึงได้จาก uc.utcc.ac.th/setsmart
- ปริญญา บุญยกิจสมบัติ. 2541. "ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาหุ้นกลุ่มสื่อสาร".
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- วิไลพร วิเศษสมภาคย์. 2552. "ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของ
ดัชนีหลักทรัพย์ กลุ่มธุรกิจการเงินในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย".
การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง หลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการเงิน บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บรรณานุกรม (ต่อ)

สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย. 2553. มูลค่าการโฆษณาทางโทรทัศน์ [ออนไลน์].

15 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก

www.adassotheai.com/index.php/main/ad_expenditure

สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า. 2553. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือน [ออนไลน์].

10 ธันวาคม 2553 เข้าถึงได้จาก www.price.moc.go.th

เอกรัตน์ ต.เจริญ. 2540. “ศึกษาปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ที่มีผลกระทบต่อ

อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่