หัวข้อวิจัย	:	ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าเศรษฐศาสตร์ มูลค่าเพิ่มทางการตลาด และอัตราส่วนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ผู้วิจัย	:	นายวัชธนพงศ์ ยอดราช
หน่วยงาน	:	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีที่พิมพ์	:	พ.ศ. 2560

บทคัดย่อ

วิจัยเรื่องนี้มีมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงทิศทางและความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ มูลค่าเพิ่มทางการตลาด และอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนหุ้นสามัญ โดยใช้ข้อมูลจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 236 บริษัท ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2554 – 2558 ด้วยการหาค่าความสัมพันธ์เชิงพหุ (Multiple Regression) ระหว่างตัวแปรอิสระประกอบด้วยมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ มูลค่าเพิ่มทางการตลาด อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าหุ้นทางบัญชี และตัวแปรตามได้แก่ ผลตอบแทนหุ้นสามัญของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ มูลค่าเพิ่มทางการตลาด อัตราส่วนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหุ้นสามัญในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยอัตราส่วนทางการเงินจะส่งผลต่อผลตอบแทนของหุ้นสามัญมากว่ามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์และมูลค่าเพิ่มทางการตลาด ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่านักลงทุนควรให้ความสำคัญกับมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ และมูลค่าเพิ่มทางการตลาด เช่นเดียวกับอัตราส่วนทางการเงินก่อนทำการตัดสินใจลงทุนโดยมิอาจมองข้ามสองปัจจัยดังกล่าวไปได้

คำสำคัญ : **มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ มูลค่าเพิ่มทางการตลาด อัตราส่วนทางการเงิน**

SPU CHONBURI

Research Title	:	The Relationship between Economic Value Added, Market Value Added and Ratio with Stock Returns of Listed Companies in The Stock of Exchange Thailand
Name of Researcher	:	Mr. Wattanapong Yodrach
Name of Institution	:	School of Accountancy, Sripatum University
Year of Publication	:	B.E. 2560

ABSTRACT

The study aimed to investigate relationship between economic value-added, marketing value-added, financial ratios on stock return. Data was collected from 236 companies listed in Stock Exchange of Thailand (TSE) from 2554-2558 (B.E.). Multiple regression method was used for data analyzed to know the relationship between independent variables which were economic value-added, marketing value-added, financial ratios and dependent variable which was stock return.

The result found significance positive relationship between economic value-added, marketing value-added, financial ratios on stock return which financial ratio had more relationship than economic value-added and marketing value-added. Therefore, the investors have to consider both economic value-added and marketing value-added as well as financial ratio before investment without any concern.

Keywords : Economic value-added, Marketing value-added, Financial ratio

SPU CHONBURI