หัวข้อวิทยานิพนธ์	การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า และการตัดสินใจในการเลือกซื้อหุ้นสามัญกลุ่มทีวีดิจิทัล
คำสำคัญ	การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร / คุณค่าตราสินค้า / การตัดสินใจในการเลือกซื้อ / หุ้นสามัญกลุ่มทีวีดิจิทัล
ชื่อนักศึกษา	กรกนก ไชยรถ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สหภาพ พ่อค้าทอง
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า และการตัดสินใจในการเลือกซื้อหุ้นสามัญกลุ่มทีวีดิจิทัล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสำรวจด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักลงทุนหุ้นสามัญรายย่อยภายในประเทศไทย จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มนักลงทุนมีความสนใจซื้อหุ้น WORK (ช่อง Workpoint 23) มากกว่าหุ้นตัวอื่น ๆ ในกลุ่มทีวีดิจิทัล กลุ่มนักลงทุนเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีรายได้อยู่ที่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน มีงบประมาณในการลงทุนระหว่าง 30,001-40,000 บาท มีประสบการณ์ในการลงทุน 1-3 ปี ส่วนใหญ่มีช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊ก กลุ่มนักลงทุนมีการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของหุ้นสามัญกลุ่มทีวีดิจิทัล โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และกลุ่มนักลงทุนมีการตัดสินใจในการเลือกซื้อหุ้นสามัญกลุ่มทีวีดิจิทัล โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) นักลงทุนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในการเลือกซื้อหุ้นสามัญกลุ่มทีวีดิจิทัล แตกต่างกัน 2) นักลงทุนที่มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลประกอบการแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของหุ้นสามัญกลุ่มทีวีดิจิทัลโดยรวมไม่แตกต่างกัน 3) นักลงทุนที่มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบ/สถานการณ์ทางการตลาด และข่าวสารทั่วไปขององค์กรแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของหุ้นสามัญกลุ่มทีวีดิจิทัล โดยรวม แตกต่างกัน ผู้วิจัยยังพบอีกว่า 4) การรับรู้คุณค่าตราสินค้าของหุ้น

SPUCHONBURI

สามัญกลุ่มทีวีดิจิทัลทั้ง 5 ด้าน ในแต่ละด้านและโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกซื้อหุ้นสามัญกลุ่มทีวีดิจิทัลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นเชิงบวก

SPU CHONBURI

Thesis Title	Information Seeking, Brand Equity, and Buying Decision Toward Digital TV Group Common Stock
Keyword	Information Seeking / Brand Equity / Buying Decision / Digital TV Group Common Stock
Student	Kornkanok Chairot
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr.Sahaparp Porkatong
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Academic Year	2021

ABSTRACT

The purpose of this research was to study information seeking, brand equity, and buying decision toward Digital TV Group common stock. This research is quantitative research which carried out of a survey method. The data were collected from 400 individual investors in Thailand.

The results showed that investors are more interested in buying WORK (Workpoint channel 23) than other digital TV stocks. Male investors outnumber female investors, and the majority of them have a bachelor's degree and are between the ages of 25 and 34, with a monthly income of 20,001 to 30,000 baht, an investment budget of 30,001 to 40,000 baht, and 1-3 years of investment experience. Most of the investors seek information through Facebook and are aware of the overall brand equity of the digital TV common stock at a high level with an average of 3.74. The investors have an overall decision to buy common stock in digital TV group at a high level with an average of 3.55.

The results showed that 1) investors with different demographic characteristics had different information seeking to buy common stock in the Digital TV group, 2.1) Investors who seek information on the turnover had no different opinion on the value, brand of the common stock in the digital TV group, 2.2) Investors who seek information on impact / market situation and general news from different organizations had different opinions on brand value of the digital

SPU CHONBURI

TV common stock, the researcher also found that 3) the digital TV group brand value's common stocks in all 5 aspects in each aspect were related to the decision to buy the digital TV group's common stock as a whole statistically significant level was at 0.01 which based on the assumption which showed that the correlation was positive.

SPU CHONBURI