

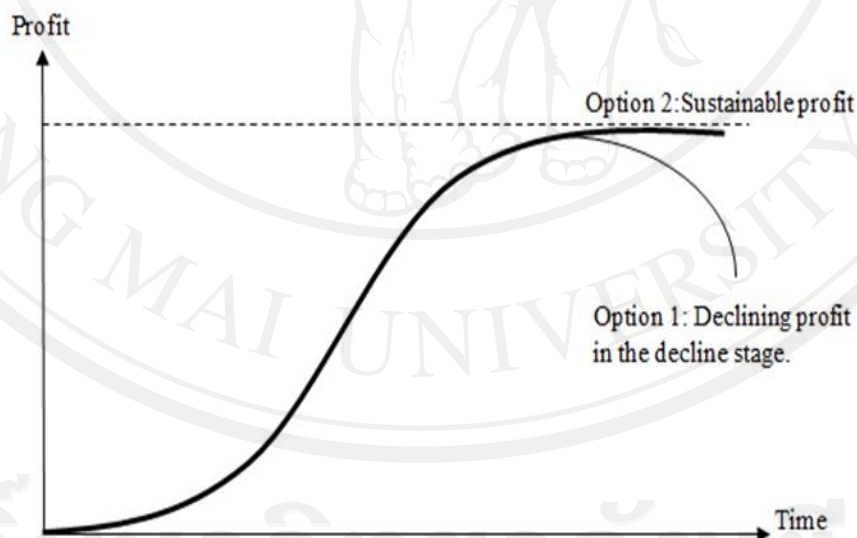
บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

2.1 ทฤษฎีความยั่งยืนของผลตอบแทนหรือกำไรและความรับผิดชอบต่อสังคม

Sudtasan and Suriya (2013) ได้ระบุไว้ในงานวิจัยเรื่อง Sustainability of profit and corporate social responsibility Mathematical modeling with phase diagram โดยกล่าวว่า

1) ความยั่งยืนของผลตอบแทนหรือกำไร (Sustainability of profit): อุตสาหกรรมย่อมดำเนินกิจการเพื่อแสวงหากำไร แต่อย่างไรก็ตามผลกำไรที่ได้นั้นจะเป็นไปตามวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Vernon, 1966) โดยในระยะแรกคือขั้นแนะนำผลกำไรจะเติบโตอย่างช้าๆ และเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะ การเจริญเติบโตและจะปรับตัวอีกครั้งในระยะอิ่มตัวและระยะถดถอย จะเป็นไปเรื่อยๆตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ความใฝ่ฝันของผู้ประกอบการทุกคนคือความยั่งยืนของกำไรหรือความเป็นอมตะ กล่าวคือสภาวะที่บริษัทมีผลกำไรในระยะยาวและมีเสถียรภาพ โดยมีให้เกิดระยะถดถอยของผลกำไรแต่ไม่ให้เกิดความคงที่ของกำไรในระยะยาว ดังแสดงในภาพที่ 2.1



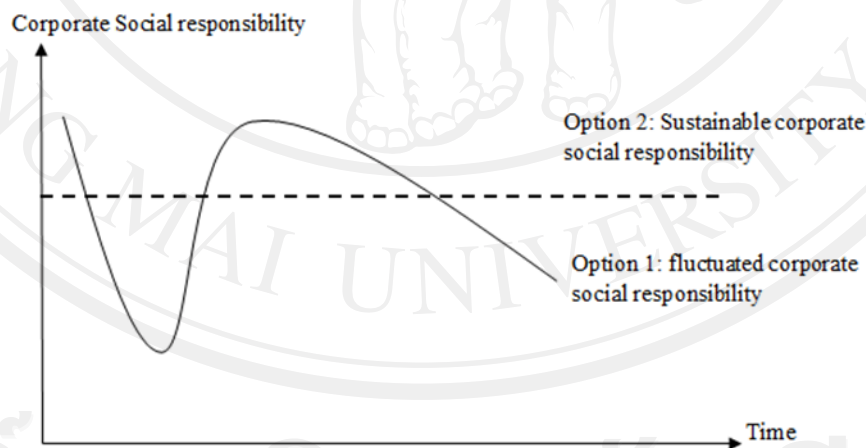
ภาพที่ 2.1 กราฟแสดงความยั่งยืนของกำไร

จากภาพที่ 2.1 แสดงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่มีสองทางเลือกคือระยะที่ผลกำไรลดลงและระยะที่กำไรมีความยั่งยืนในระยะยาว

ในสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์แบบดั้งเดิมกำไรจะถูกมองว่าเป็นเป้าหมายสูงสุดที่ทุกบริษัทต้องการ แต่ในปัจจุบันความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการคือความยั่งยืนของกำไรในระยะยาวที่สามารถหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่างๆที่มีผลต่อการลดลงของกำไรได้และนั่นคือเป้าหมายสูงสุดของทุกกิจการ

2) ความรับผิดชอบต่อสังคม(corporate social responsibility): ในโลกปัจจุบันนั้น ธุรกิจไม่สามารถปฏิเสธความรับผิดชอบต่อสังคมได้เพื่อความอยู่รอดของบริษัท การเสียค่าใช้จ่ายเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมนั้น มิได้ดีต่อสังคมเพียงอย่างเดียวแต่ยังช่วยส่งเสริมให้บริษัทเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมาจากสังคมอีกด้วย ซึ่งลูกค้าเหล่านั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะสนับสนุนบริษัทให้มียอดขายที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผลกำไรมีอัตราสูงขึ้นตามไปด้วย แนวความคิดนี้เรียกว่า “corporate social responsibility” หมายถึงการรับผิดชอบต่อสังคมจากความมุ่งมั่นนี้จะนำพาบริษัทไปสู่ความยั่งยืน(D’Amato, Henderson and Florence, 2009)

Techanan and Suriya (2012) กล่าวว่า จากมุมมองของเศรษฐศาสตร์มหภาค ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นจะถูกคำนวณเป็นค่าใช้จ่ายของบริษัท ทั้งนี้ถ้าหากว่าค่าจ่ายมากเกินไปอาจเป็นอันตรายต่อผลกำไรและความมั่นคงของบริษัท อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบต่อสังคมก็คือการกระจายรายได้ที่ช่วยลดความยากจน โดยกระจายรายได้จากผู้ถือหุ้นของธุรกิจให้กับผู้ที่อยู่นอกธุรกิจหรือนักลงทุนภายนอกบริษัทนั่นเอง



ภาพที่ 2.2 กราฟแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม(corporate social responsibility)

จากภาพที่ 2.2 แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมีสองทางเลือกคือความผันผวนของค่าใช้จ่ายและความมั่นคงที่มีเสถียรภาพการที่จะมุ่งสู่ความยั่งยืนในระยะยาวของธุรกิจได้ควรมีค่าใช้จ่ายต่อการรับผิดชอบต่อสังคมแบบมั่นคงและมีเสถียรภาพมากกว่าค่าใช้จ่ายที่มีความผันผวน

2.2 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการลงทุนและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2548) กล่าวว่า การลงทุน หมายถึงกระบวนการที่ผู้ลงทุนเลือกที่จะชะลอการใช้จ่ายในวันนี้เพื่อสร้างความมั่นคงให้เพิ่มสูงในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการซื้อหลักทรัพย์หรือตราการเงินประเภทต่างๆ เช่น ตราสารทุน ตราสารหนี้ หรือด้วยวิธีการอื่นๆ โดยมุ่งหวังเพื่อให้ได้รับกระแสเงินสดจากการลงทุนนั้นๆ และมุ่งหวังให้หลักทรัพย์ หรือตราสารการเงินที่ได้ลงทุนไปมีมูลค่าสูงขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้คุ้มกับต้นทุนค่าเสียโอกาส และเพื่อชดเชยอำนาจซื้อที่สูญหายไป อันเนื่องมาจากภาวะเงินเฟ้อ รวมทั้งชดเชยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุนในหลักทรัพย์ หรือตราสารการเงิน ตลอดช่วงระยะเวลาลงทุน

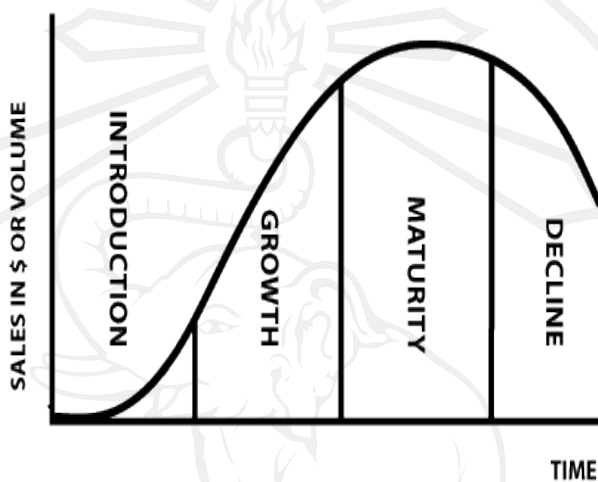
อัญญา ชันชวิทย์ (2547) ได้กล่าวถึง ผลตอบแทนและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ไว้ว่า เมื่อผู้ลงทุนลงทุนไปจนถึงสิ้นสุดระยะเวลาการลงทุน การคำนวณผลตอบแทนรวม (Total return) ซึ่งผู้ลงทุนจะได้รับจริง (realized return) ในแต่ละช่วงเวลานั้นจะเท่ากับทุกแหล่งรวมกัน โดยที่ผลตอบแทนรวม = กำไรจากส่วนต่างของราคา + รายได้จากเงินสดจ่ายระหว่างช่วงเวลา + ผลตอบแทนจากการลงทุนต่อ + ผลตอบแทนในลักษณะอื่น

2.3 ทฤษฎีความเสี่ยง

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2552) ได้กล่าวถึงการบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจไว้ว่า ความเสี่ยงทางธุรกิจ คือ ความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจ โดยจะส่งผลให้อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับการลงทุนในธุรกิจนั้นผันผวนไปจากที่คาดการณ์หรือพยากรณ์ไว้ ดังนั้นหากธุรกิจใดก็ตามที่มีความเสี่ยงมากก็จะทำให้ธุรกิจเหล่านั้นมีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนตามที่คาดการณ์ไว้ไม่แน่นอน ซึ่งจะส่งผลกับธุรกิจต่างๆ โดยตรง เพราะจะทำให้ผลตอบแทนหรือกำไรที่ต้องการเกิดความไม่แน่นอนขึ้น “เมื่อความเสี่ยงสูง ผลตอบแทนยิ่งสูง” เรามักมองเห็นในแง่เดียวว่าการลงทุนใดที่มีความเสี่ยงสูง จะส่งผลให้เกิดผลตอบแทนที่สูงขึ้น แต่เราก็คงจะมองข้ามไปไม่ได้เลยที่เดียวว่าการที่มีความเสี่ยงสูงนั้น จะทำให้เกิดโอกาสในการขาดทุนสูงเช่นเดียวกัน การป้องกันความเสี่ยงทางธุรกิจ สามารถกระทำได้หลายวิธี แต่ก่อนที่เราศึกษาว่าความเสี่ยงต่างๆ จะมีการป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอย่างไรนั้น เราจะต้องศึกษาถึงชนิดของความเสี่ยงก่อนว่าความเสี่ยงดังกล่าวเป็นเช่นไร และเราก็จะต้องทราบความเสี่ยงดังกล่าวนั้นจะก่อให้เกิดความสูญเสียมากเพียงใด จะคุ้มค่ากับการที่เราจะทำการป้องกันความเสี่ยงหรือไม่ เราจึงจะทราบได้ว่า ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นเหล่านั้นจะมีวิธีป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอย่างไร

2.4 ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

ปราณี กองทิพย์และมังกร ปุ่มกิ่ง(2546)ได้อธิบายทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์กล่าวว่า วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์(Product life cycle) หมายถึง ขั้นตอนหรือประวัติการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์ที่แสดงในรูปของยอดขายและกำไร สินค้าทุกชนิดเมื่อเข้าสู่ตลาดจะมีประวัติการเจริญเติบโตของยอดขายทั้งสิ้น เริ่มต้นจากขั้นแนะนำ เข้าสู่ขั้นเจริญเติบโต ขั้นอิ่มจนถึงขั้นถดถอย



ที่มา: หลักการตลาด,2546

ภาพที่ 2.3 ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

1. ขั้นแนะนำ (Introduction Stage) เป็นขั้นนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด สินค้าทุกชนิดเมื่อเริ่มเข้าสู่ตลาดเป็นครั้งแรกก็จะต้องเริ่มต้นด้วยขั้นนี้ ซึ่งเป็นขั้นที่กิจการต้องทุ่มงบประมาณทั้งด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขาย และการขายโดยใช้พนักงานขายสูงมาก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค นักการตลาดต้องบอกให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ว่าเป็นสินค้าอะไร มีชื่อยี่ห้ออะไร รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบไหน หาซื้อได้ที่ไหน เมื่อผู้บริโภคซื้อไปแล้วจะได้รับประโยชน์อะไรจากการใช้สินค้าเรา เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ เกิดความสนใจอยากทดลองใช้และเกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

2. ขั้นเจริญเติบโต (Growth Stage) เป็นขั้นที่ตลาดมีการยอมรับผลิตภัณฑ์ ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นช่วงที่กำไรเริ่มปรากฏซึ่งบริษัทจะได้กำไรอย่างมาก ขณะเดียวกัน คู่แข่งขันจะเริ่มเข้ามา มีบทบาทในตลาดมากขึ้น บริษัทต้องพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด ในขั้นตอนนี้ นักการตลาดสามารถลดค่าใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการตลาดลงได้หากกิจการต้องการประหยัดงบประมาณ แต่มีใช้การหยุดโฆษณาเพียงแต่สามารถลดความถี่ในการลงโฆษณาลงได้ เพราะเป็นช่วงที่สินค้าเรากำลังติดตลาดและทำกำไรได้ดี

3. ขั้นอิมตัว (Maturity Stage) หลังจากตลาดเจริญเติบโตก็จะเข้าสู่ขั้นอิมตัว จึงเป็นช่วงที่มีคู่แข่งเข้ามาในตลาดมาก ทั้งยังเป็นช่วงที่มีกำไรสูงสุดและเริ่มลดลงเล็กน้อยเนื่องจากการต่อสู้กับสินค้าคู่แข่งขั้นอิมตัวหากกิจการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องก็จะสามารถรักษาส่วนครองตลาดได้ ซึ่งนักการตลาดจะต้องหันมาจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้เพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่งโดยควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ รุ่นใหม่ สีใหม่ กลิ่นใหม่ รสชาติใหม่ให้แตกต่างจากของคู่แข่งในตลาด ก็จะสามารถป้องกันไม่ให้ยอดขายของผลิตภัณฑ์ลดลงไปถึงขั้นตกต่ำ แต่กลับจะรักษาส่วนครองตลาดได้เป็นระยะเวลาที่ยาวนาน

4. ขั้นถดถอย (Decline Stage) เป็นช่วงที่ยอดขายลดลงและกำไรเริ่มเป็นศูนย์ หากกิจการไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ยอดขายก็จะลดลงถึงขั้นตกต่ำและสินค้าก็จะต้องตายไปจากตลาด เนื่องจากสินค้าขายไม่ได้หรือขายได้ก็เพียงเล็กน้อยโดยไม่ได้กำไรเลย กิจการก็ไม่สามารถอยู่ได้ จึงควรปล่อยให้สินค้านั้นตายไปจากตลาด สิ่งที่นักการตลาดควรกระทำก็คือ การลดงบประมาณการโฆษณา และหันไปทำการส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาสินค้า เพราะอย่างน้อยสินค้าที่ด้อยคุณภาพหรือล้าสมัยจนเสียชื่อเสียงไปแล้วอาจจะยังขายได้กับกลุ่มผู้ที่ต้องการสินค้าราคาประหยัดหรือกลุ่มผู้มีรายได้น้อย ผลิตภัณฑ์บางชนิดเมื่อเริ่มเข้าสู่ตลาดครั้งแรกในช่วงแนะนำ ก็เข้าสู่ขั้นถดถอยโดยไม่ผ่านขั้นตอนอื่นเลย สาเหตุอันเนื่องมาจากการไม่ศึกษาความต้องการของตลาด แต่ผลิตภัณฑ์บางชนิดก็รักษาส่วนครองตลาดได้ดีเป็นระยะเวลายาวนานโดยไม่มาถึงขั้นถดถอยนี้เลย เพราะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและมีการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา

ผลิตภัณฑ์บางชนิดที่เคยตายไปแล้วจากตลาดและมีความต้องการอยากนำกลับมาขายในตลาดอีกครั้งหนึ่ง โดยคิดว่าสินค้านั้นเคยขายได้ดีและผู้บริโภคเคยรู้จักชื่อสินค้าแล้ว อาจทำให้สินค้านั้นขายไม่ได้เลยเพราะผู้บริโภคจดจำได้ว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าด้อยคุณภาพหรือล้าสมัยกิจการก็ไม่ควรพยายามนำกลับมาในตลาดอีก แต่ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยอาจเปลี่ยนชื่อสินค้าใหม่ไปเลยจะดีกว่า และเริ่มเข้าสู่ขั้นแนะนำใหม่ โอกาสที่จะเข้าสู่ขั้นเจริญเติบโต ขั้นอิมตัวก็จะมีมากกว่าการนำสินค้าใหม่ก็จะทำให้สินค้านั้นเริ่มสร้างตัวเองเป็นวัฏจักรวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ใหม่ได้อีกครั้งหนึ่ง

ตารางที่ 2.2 สรุปลักษณะที่สำคัญของแต่ละช่วงในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

ลักษณะต่างๆ	ขั้นแนะนำ	ขั้นเจริญเติบโต	ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่	ขั้นตกต่ำ
ยอดขาย	ยอดขายต่ำค่อยๆเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ	ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว	ยอดขายเพิ่มขึ้นถึงจุดสูงสุด	ยอดขายลดลง
กำไร	ขาดทุน	กำไรเพิ่มขึ้นจนสูงสุด	กำไรคงที่และมีแนวโน้มลดลง	กำไรลดลงอย่างรวดเร็ว
การแข่งขัน	ไม่มีคู่แข่งโดยตรงหรือมีจำนวนน้อย	จำนวนคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น	จำนวนคู่แข่งคงที่การแข่งขันรุนแรง	จำนวนคู่แข่งลดลง
วัตถุประสงค์ทางการตลาด	สร้างอุปสงค์ขั้นต้น(Primary Demand)ซึ่งเป็นความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์	สร้างยอดขายและส่วนแบ่งตลาดซึ่งเกิดจากอุปสงค์แบบเลือกสรรค์ (Selective Demand)ที่เจาะจงตราयीหือ	รักษาระดับยอดขายส่วนแบ่งตลาดและสร้างความซื่อสัตย์ต่อตราयीหือ	ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายและมองหาโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ
กลยุทธ์การตลาด	- ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติขั้นพื้นฐาน - ใช้ราคาสูงหรือต่ำตามความเหมาะสมโดยราคาต้องสูงกว่าต้นทุน	-ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายสามารถเข้าถึงลูกค้าได้หลายกลุ่ม - กำหนดราคาให้สอดคล้องกับสายผลิตภัณฑ์	-เพิ่มลักษณะรูปแบบของผลิตภัณฑ์และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย -รักษาระดับราคาเพื่อสร้างกำไร	-ตัดผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำกำไรออก -รักษาระดับราคาหรือลดราคาเมื่อจำเป็น

ตารางที่ 2.2 สรุปลักษณะที่สำคัญของแต่ละช่วงในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์(ต่อ)

ลักษณะต่างๆ	ขั้นแนะนำ	ขั้นเจริญเติบโต	ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่	ขั้นตกต่ำ
กลยุทธ์การตลาด	-กระจายผลิตภัณฑ์ไปยังร้านค้าที่ลูกค้ากลุ่มแรกจะซื้อ -เน้นการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างการรู้จักด้วยการโฆษณาและกระตุ้นการตลาดโดยใช้โดยแจกสินค้าตัวอย่าง	-กระจายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง -เน้นการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เห็นจุดเด่นของตรา ยี่ห้อด้วยการโฆษณา	-กระจายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง -เน้นการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ตัดสินใจซื้อด้วยการโฆษณาและส่งเสริมการขาย	-ลดการกระจายผลิตภัณฑ์เพื่อลดต้นทุน -ลดการส่งเสริมการตลาดลงให้เหลือเท่าที่จำเป็นเพื่อรักษาลูกค้า

ที่มา: ดัดแปลงมาจาก Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 1999. P.293

2.5 กฎทองคำ(Golden rule)

กฎทองคำเป็นตัวอย่างของดุลยภาพในระยะยาวซึ่งเกิดจากการหาจุดที่เหมาะสมที่สุดแบบพลวัต (Dynamic optimization) ซึ่ง Phelps (1961)สรุปว่า ระดับการสะสมทุนที่เหมาะสมหรือที่เรียกว่า “golden rule for capital formation” ซึ่ง หมายถึงระดับการสะสมทุนที่ทำให้การบริโภคต่อหัวของประชากรในทุกๆ รุ่นมีมูลค่าสูงสุดจะเกิดขึ้นเมื่ออัตราการออมของประชากรในทุกรุ่นจะต้องเท่ากัน และเท่ากับสัดส่วนของทุนต่อรายได้ประชาชาติ

เฉลิมพงษ์ คงเจริญ(2547) กล่าวว่า ผลผลิตและการสะสมของทุนมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งผลผลิตที่สูงก็จะเกิดจากการสะสมทุน(k)ที่สูง แต่อย่างไรก็ตามการสะสมทุนที่สูงก็มีค่าเสื่อมที่สูงด้วยเช่นกัน ดังนั้นเราต้องมีการลงทุนเพื่อชดเชยค่าเสื่อม หากว่าลงทุนน้อยกว่าค่าเสื่อมก็จะส่งผลให้ k ลดลง แต่การลงทุนที่สูงก็ทำให้เราบริโภคได้น้อยลง ซึ่งกฎทองของการสะสมทุนที่เหมาะสม(Golden rule level of capital stock)คือ ระดับของการสะสมทุนที่ก่อให้เกิดการบริโภคต่อหัวสูงสุด

2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรรณิการ์ จะกอ (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหุ้ นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาดัชนีราคาหุ้ นกลุ่มธนาคาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหุ้ นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกรณีศึกษาดัชนีราคาหุ้ นกลุ่มธนาคาร และเพื่อศึกษาปัจจัยภายในตลาดหลักทรัพย์ที่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหุ้ นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลรายเดือนมกราคม 2547 ถึง เดือนธันวาคม ผลการวิจัยสรุปได้ว่า อัตราดอกเบี้ย ค่าเงินบาท ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหุ้ นกลุ่มธนาคารอย่างมีนัยสำคัญ โดยอัตราดอกเบี้ย และผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาหุ้ นกลุ่มธนาคาร ในขณะที่ค่าเงินบาทมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับดัชนีราคาหุ้ นกลุ่มธนาคาร ส่วนตัวแปรที่เหลือ ได้แก่อัตราเงินเฟ้อ ปริมาณการชื้อขายหลักทรัพย์ และมูลค่าการชื้อขายหลักทรัพย์ เป็นตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

กฤษกร คิณวัฒนาภรณ์ (2552) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจและการเงินที่มีผลต่อ ดัชนีราคาหลักทรัพย์หมวดอาหารและเครื่องดื่ม งานวิจัยดังกล่าวใช้ข้อมูลทศวรรษนิคอนุกรมเวลา เดือนกันยายน 2547 ถึงสิงหาคม 2552 รูปแบบสมการถดถอยเชิงซ้อน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจและการเงินที่มีผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์หมวดอาหารและเครื่องดื่ม คือร้อยละการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหลักทรัพย์หมวดอาหารและเครื่องดื่ม ได้ อย่างมีนัยสำคัญในทิศทางเดียวกัน และอัตราเงินเฟ้อ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหลักทรัพย์หมวดอาหารและเครื่องดื่ม ได้ อย่างตรงกันข้ามกัน สำหรับตัวแปรอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน, ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน, อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และปริมาณการส่งออกอาหารและเครื่องดื่ม ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหลักทรัพย์หมวดอาหารและเครื่องดื่ม

กฤตวร ตั้งประเสริฐผล (2553) ได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน ความเสี่ยงและการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์กลุ่มธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) เพื่อหามูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ (Intrinsic Value) เปรียบเทียบกับราคาตลาด 2) เพื่อศึกษาอัตราผลตอบแทน และความเสี่ยงจากการลงทุนในหลักทรัพย์ 3) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกลงทุนในหลักทรัพย์โดยมีผลการวิจัยสรุป ดังนี้พบว่า หลักทรัพย์ TVO, SSC, GFPT เมื่อนำราคาหุ้ นที่เหมาะสม มาเปรียบเทียบกับ ราคาของตลาดหลักทรัพย์แล้ว ราคาหลักทรัพย์เกิด Undervalue คือราคาหุ้ นสามัญที่ชื้อขายในตลาดต่ำเกินกว่ามูลค่าที่แท้จริงที่

คำนวณได้นักลงทุนจึงควซื้อหุ้นของบริษัทเหล่านี้เพราะราคาจะปรับตัวสูงขึ้น ส่วนหลักทรัพย์ CPF, TUF, STA, MINT, KSL, OISHI, TF เมื่อนำราคาหุ้นที่เหมาะสมเปรียบเทียบกับราคาของตลาดหลักทรัพย์แล้วราคาหลักทรัพย์เกิด Overvalue คือราคาหุ้นสามัญที่ซื้อขายสูงเกินกว่ามูลค่าที่แท้จริงที่คำนวณได้นักลงทุนควรขายหุ้นของบริษัทเหล่านี้ เพราะราคาจะปรับตัวต่ำลง

สุวิมล สังขทัตทิมาสังข์ (2554) ศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ต่อผู้ลงทุนในดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้ข้อมูลสถิติภูมิแบบอนุกรมเวลารายเดือนตั้งแต่ มกราคม 2550 ถึง ธันวาคม 2553 จำนวน 48 เดือน ยกเว้นผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ เป็นข้อมูลรายไตรมาส พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรหุ้น ดัชนีอุตสาหกรรมดาวนัโจนส์ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา และอัตราเงินเฟ้อ โดยอัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรหุ้น และดัชนีอุตสาหกรรมดาวนัโจนส์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา และอัตราเงินเฟ้อ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ชมพูนุท จิตนาถสาร และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยปัจจัยทางเศรษฐกิจที่นำมาศึกษาได้แก่ ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน อัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับดอลลาร์สหรัฐฯ ดัชนีราคาหลักทรัพย์ ปริมาณการส่งออกอาหารและเครื่องดื่ม และดัชนีราคาผู้บริโภค (2) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้ประโยชน์ต่อผู้ลงทุนในดัชนีราคาหลักทรัพย์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดย ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลสถิติภูมิในการศึกษาตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2550 ถึง กรกฎาคม 2555 รวมเป็นระยะเวลา 60 เดือน โดยใช้ข้อมูลสถิติภูมิรายเดือนโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือดัชนี การลงทุนภาคเอกชน , อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน, อัตราเงินเฟ้อ , อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับดอลลาร์สหรัฐฯ , ดัชนีราคาหลักทรัพย์ , ปริมาณการส่งออกอาหารและเครื่องดื่ม และดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) และ ดัชนีการลงทุน

ภาคเอกชน,ปริมาณการส่งออกอาหารและเครื่องดื่ม ,อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับดอลลาร์สหรัฐฯ และดัชนีราคาหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาหลักทรัพย์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในขณะที่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน , อัตราเงินเฟ้อ และดัชนีราคาผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับ ราคาหลักทรัพย์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งนักลงทุนสามารถนำความสัมพันธ์ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ไปใช้ในการพิจารณาวางแผนการลงทุนในหลักทรัพย์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุน โดยพิจารณาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหลักทรัพย์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เบญจภรณ์ แสงประสาทผลและดร.กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2555) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ การเปรียบเทียบความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม โดยใช้แบบจำลอง CAPM กรณีศึกษาหลักทรัพย์ SSF, TWFP, CPF, SNP, TC และ F&D มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์ หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มกับอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของตลาด 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่ต้องการกับอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง ภายใต้แบบจำลองการกำหนดราคาหลักทรัพย์ (Capital Asset Pricing Model; CAPM) ของหลักทรัพย์ หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งทำการศึกษาหลักทรัพย์หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 6 หลักทรัพย์ได้แก่ SSF, TWFP, CPF, SNP, TC และ F&D โดยใช้ข้อมูลทศวรรษเป็นรายวัน ตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม 2554 ถึงวันที่ 28 ธันวาคม 2555 รวมระยะเวลา 489 วันทำการ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ การวิเคราะห์จากทฤษฎี CAPM ผลการศึกษาพบว่า จากการเปรียบเทียบหลักทรัพย์หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มกับตลาด ด้านอัตราผลตอบแทนพบว่า มี 4 หลักทรัพย์ คือ SSF, CPF, TC และ F&D มีอัตราผลตอบแทนสูงกว่าตลาด ในขณะที่มี 2 หลักทรัพย์ คือ TWFP และ SNP มีอัตราผลตอบแทนต่ำกว่าตลาด ด้านความเสี่ยงพบว่า ทั้ง 6 หลักทรัพย์มีความเสี่ยงสูงกว่าตลาด และมีค่าสัมประสิทธิ์เบต้าน้อยกว่า 1 แต่มากกว่า 0 คือ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก และมีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาด กล่าวได้ว่าเป็นหลักทรัพย์เชิงรับ (Defensive Security) และเมื่อเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่ต้องการกับอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังตามแบบจำลอง CAPM พบว่ามี 5 หลักทรัพย์ คือ SSF, TWFP, CPF, TC และ F&D ที่ราคาตลาดต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (Undervalued) ในขณะที่มี 1 หลักทรัพย์ คือ SNP ที่ราคาตลาดสูงกว่าที่ควรจะเป็น (Overvalued)

ศศิธร กาญจนประเสริฐ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2555) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่องการเปรียบเทียบความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทน ของหลักทรัพย์กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและการ

สื่อสาร โดยใช้แบบจำลอง CAPM และการเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่ต้องการกับอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของหลัก ทรัพย์กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งมีหลักทรัพย์ในการศึกษา คือ หลักทรัพย์กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยเลือก หลักทรัพย์มีมูลค่าตลาด (Market Capitalization) สูงสุดมา 10 หลักทรัพย์ ได้แก่ ADVANC, INTUCH, DTAC, TRUE, JAS, THCOM, SMART, SIM, SAMTEL และ JMART ทำการศึกษาใช้ ข้อมูลทฤษฎีเป็นรายวัน ตั้งแต่วันที่ 13 พฤษภาคม 2553 ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2554 รวมเป็น ระยะเวลา 400 วันทำการเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่การวิเคราะห์จากทฤษฎี CAPM (Capital Asset Pricing Model) ผลการศึกษาพบว่าหลักทรัพย์กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ผู้ลงทุน ควรจะลงทุน ซึ่งมีจำนวน 9 หลักทรัพย์ คือ ADVANC, INTUCH, DTAC, JAS, THCOM, SMART, SIM, SAMTEL และ JMART โดยหลักทรัพย์เหล่านี้มีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (Undervalued) ส่วนหลักทรัพย์กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ผู้ลงทุนไม่ควรลงทุน มีเพียง 1 หลักทรัพย์คือ TRUE โดยหลักทรัพย์เหล่านี้มีมูลค่าสูงกว่า ที่ควรจะเป็น (Overvalued)

จรวรรณ ขุนทองและพงษ์สรรค์ สีลาหังส์จุกา (2556) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์งบการเงิน ของอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร กรณีศึกษา บริษัท มาลีสาพราน จำกัด มหาชนและบริษัทย่อย มี วัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ด้านสภาพคล่องทางการเงิน ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โครงสร้างเงินทุนและความสามารถในการทำกำไร (2) เปรียบเทียบอัตราส่วนสภาพคล่อง อัตราส่วน ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน อัตราส่วนโครงสร้างเงินทุนและอัตราส่วนความสามารถในการทำ กำไร ระหว่างปี 2551-2555 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ การ วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน การวิเคราะห์อัตราร้อยละแนวตั้งหรือแนวดิ่งและการวิเคราะห์อัตราร้อยละแนวนอนหรือแนวนอน ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ในประเด็นเกี่ยวกับฐานะทางการเงิน ปรากฏว่า บริษัทฯ สภาพคล่อง ส่งผลให้บริษัทฯ มีความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นนั้นอยู่ใน เกณฑ์ที่ต่ำ แต่ก็มีแนวโน้มดีขึ้นทุกปี ในประเด็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ปรากฏว่า บริษัทฯ มีการบริหารจัดการทั้งลูกหนี้และสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในประเด็นเกี่ยวกับ โครงสร้างเงินลงทุน ปรากฏว่า แม้ว่าโครงสร้างเงินลงทุนของบริษัทฯ จะมาจากส่วนของหนี้สินเป็น ส่วนใหญ่แต่ก็มีแนวโน้มที่จะใช้เงินทุนจากส่วนของหนี้สินลดลงและความสามารถในการจ่าย ดอกเบี้ยก็อยู่ในระดับที่เพิ่มขึ้น ในประเด็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำกำไร ปรากฏว่า บริษัทฯ มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานในการทำกำไรเพิ่มขึ้นภายใต้ความเสี่ยงทางการเงินและความ เสี่ยงทางธุรกิจ

ชิตี เกียรติพจน์และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคา หลักทรัพย์บริษัท เจริญ โภภภัณฑ์อาหาร จำกัดมหาชน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัย ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน(PII) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน (INR) อัตราเงินเฟ้อ(INF) อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับดอลลาร์สหรัฐ(EXR) ดัชนีราคาหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย(SET) ดัชนีราคาผู้บริโภค(CPI) อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไร(P/E) อัตราส่วนมูลค่าตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น(P/BV) อัตราการจ่ายปันผล(DY) ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย งานวิจัยใช้ข้อมูลรายเดือนซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2551 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลแบบการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ผลการศึกษาพบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันอย่างมาก โดยตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือราคาหลักทรัพย์บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีเพียงห้าตัวแปรคือ ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน(PII) ส่วนอัตราเงินเฟ้อ(INF) ดัชนีราคาหลักทรัพย์(SET) อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไร(P/E) และอัตราส่วนมูลค่าตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น(P/BV) และจากการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (PII) ดัชนีราคาหลักทรัพย์(SET) และอัตราส่วนมูลค่าตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น(P/BV) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับราคาหลักทรัพย์บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ส่วนอัตราเงินเฟ้อ(INF) และอัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไร(P/E) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาหลักทรัพย์บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และตัวแปรอิสระคือ ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน(PII) ส่วนอัตราเงินเฟ้อ(INF) ดัชนีราคาหลักทรัพย์(SET) อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไร(P/E) และอัตราส่วนมูลค่าตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น(P/BV) ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมากถึง 98.0% ส่วนที่เหลือ 2.0% มาจากปัจจัยอื่นซึ่งมี R Square เท่ากับ 0.980 มีค่าเข้าใกล้ 1 มากแสดงว่าสมการที่ประมาณได้เป็นตัวแทนที่ดีมากของประชากรทั้งหมด และมีค่า Significant เท่ากับ 0.000 และค่า F เท่ากับ 529.896 และสมการคือ $CPF_{i,t} = -30.968 + 0.175PII - 0.482INF + 0.010SET - 0.224P/E + 5.625P/BV$

สมชนก วันพุกหัสและดร.ไกรชิต สุตะเมื่อง (2556) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจกับดัชนีหลักทรัพย์หมวดธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับธนาคารโดยตรง ที่มีอิทธิพลต่อดัชนีราคาหุ้นหมวดธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ที่มีอิทธิพลต่อดัชนีราคาหุ้นหมวดธนาคาร

พาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจภายนอกประเทศ ที่มีอิทธิพลต่อดัชนีราคาหุ้นหมวดธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย งานวิจัยดังกล่าวใช้ข้อมูลเป็นรายเดือนในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ มกราคม 2550 ถึง ธันวาคม 2554 เป็นระยะเวลา 60 เดือนนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Model and Analysis) และ ประมาณค่าด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares OLS) จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า 1) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับธนาคารโดยตรง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาหลักทรัพย์หมวดธนาคารพาณิชย์ ส่วนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมระหว่างธนาคารมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับดัชนีราคาหลักทรัพย์หมวดธนาคารพาณิชย์ 2) ปัจจัยทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ดัชนีราคาผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาหลักทรัพย์หมวด ส่วนอัตราเงินเพื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา และอัตราเงินปันผลตอบแทนตามตลาด มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับดัชนีราคาหลักทรัพย์หมวดธนาคารพาณิชย์ และ 3) ปัจจัยทางเศรษฐกิจภายนอกประเทศ ดัชนีราคาหุ้นอุตสาหกรรมดาวโจนส์ และดัชนีน้ำมันเบนซิน (ตลาดโลก) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาหลักทรัพย์หมวดธนาคารพาณิชย์ ส่วนดัชนีน้ำมันดีเซล (ตลาดโลก) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับดัชนีราคาหลักทรัพย์หมวดธนาคารพาณิชย์

WeeraWeerakhajornsak, KittiphunKhongsawatkiat, & ThasanaBoonkwan (2008) ได้ศึกษา งานเรื่อง Asset Pricing in Energy Sector : The Evidence from Stock Exchange of Thailand โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบระหว่างอัตราผลตอบแทนที่ได้รับของหลักทรัพย์กลุ่มพลังงานและอัตราผลตอบแทนที่ได้รับของตลาด 2) เพื่อเปรียบเทียบระหว่างความเสี่ยงของหลักทรัพย์กลุ่มพลังงานและความเสี่ยงที่ได้รับของตลาด 3) เพื่อประเมินอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับและความเสี่ยงของหลักทรัพย์กลุ่มพลังงานจาก CAPM โดยมีผลการวิจัยสรุป ดังนี้ หลักทรัพย์กลุ่มพลังงานที่ควรตัดสินใจขายหรือไม่ลงทุนมี 10 หลักทรัพย์เป็นหลักทรัพย์ในกลุ่ม Overvalued แสดงว่า ราคาตลาดของหลักทรัพย์ในปัจจุบันสูงกว่าราคาที่เหมาะสม คือ AI, BCP, EASTW, PICNI, PTTEP, RPC, SOLAR, SUSCO, TOP, IRPC หลักทรัพย์กลุ่มพลังงานที่ควรตัดสินใจซื้อหรือลงทุนมี 8 หลักทรัพย์เป็นหลักทรัพย์ในกลุ่ม undervalued แสดงว่าราคาตลาดของหลักทรัพย์ในปัจจุบันต่ำกว่าราคาที่เหมาะสม คือ BAFS, BANPU, EGCOMP, GLOW, LANNA, PTT, RATCH, SCG.