

ลิขสิทธิ์ : บริษัทหลักทรัพย์ จีเอ็มโอ-แซด คอม (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
ปี : 2565
ชื่อเรื่อง : วิจัยทางการตลาดเพื่อเป็น ข้อมูลสนับสนุนคุณค่าของแบรนด์ บริษัทหลักทรัพย์ จีเอ็มโอ-แซด
คอม (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
เมือง : กรุงเทพฯ
ภาษา : ไทย
สถานที่พิมพ์ : สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
นักวิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพพล ตั้งจิตพรหม
บทคัดย่อ :

โครงการวิจัยทางการตลาดเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนคุณค่าของแบรนด์ บริษัทหลักทรัพย์ จีเอ็มโอ-แซด
คอม (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อการเก็บข้อมูลจากลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์ จีเอ็มโอ-แซด
คอม (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับทัศนคติและความคิดเห็นที่มีต่อแบรนด์ Z.com และทำการสรุป
ผลการวิจัยเพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนคุณค่าของแบรนด์ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน คือ การศึกษาแนวคิด
และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์เพื่อกำหนดแนวคิดที่จะนำไปใช้ในการทำวิจัยทางการตลาด ดำเนินการ
ร่วมกับบริษัทในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง และพัฒนาแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจาก
แนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ เมื่อพัฒนาแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จะดำเนินการร่วมกับบริษัทและ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยทาง
การตลาดในครั้งนี้ งานวิจัยนี้ใช้การเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability Sampling) คือ
ลูกค้าปัจจุบันที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทุกรายมีโอกาสจะได้รับการสุ่มเลือกในการวิจัยทางการตลาดในครั้งนี้ โดยจะ
กระจายแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ไปยังลูกค้าทุกรายของบริษัทที่เป็นประชากรเป้าหมายของงานวิจัย
ในครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยทางการตลาดในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online
Self-Administered Questionnaire) ซึ่งออกแบบมาให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถทำความเข้าใจและตอบ
แบบสอบถามได้ด้วยตัวเอง หลังจากดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลแล้ว ได้ทำการ
วิเคราะห์ในรูปแบบของความถี่ ร้อยละ คะแนน Top Box Score ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การ
ทดสอบสมมติฐานตามหลักการทางสถิติด้วยเทคนิคการทดสอบค่าเฉลี่ยสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paired
Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบคุณค่าของแบรนด์ของบริษัทและแบรนด์อื่น

Copyright : GMO-Z COM SECURITIES (THAILAND) PUBLIC COMPANY LIMITED
Year : 2022
Title : The marketing research project aims to collect information from customers of GMO-Z Com Securities (Thailand) Public Company Limited
City : Bangkok
Language : Thai
Publisher : Thammasat University Research and Consultancy Institute
Researcher : Assistant Professor Dr. Nopphon Tangjitprom
Abstract :

This marketing research project aims to collect information from customers of GMO-Z Com Securities (Thailand) Public Company Limited about their attitudes and opinions towards the Z.com brand and draw conclusions on research findings to use as information to support brand values. The process starts from the study of brand-related concepts and theories in order to formulate framework that will be used in marketing research. Then, the researcher has collaborated with the Company to determine the target sample and the sampling method and develop a questionnaire to collect data based on various concepts related to the brand. Once the questionnaire has been developed, the research has collaborated with the company and related parties to improve the questionnaire to be appropriate for the objectives of this marketing research. This research uses probability sampling technique meaning that target population that are customers of the Company have a chance to be randomly selected in this marketing research. The questionnaire has been distributed through online channels. The tool used to collect data in this market research was the online self-administered questionnaire, which was designed to allow respondents to understand and answer the questionnaire themselves. After completing the verification of the completeness of the data, the analysis has been done in terms of frequency, percentage, Top Box Score, mean and standard deviation. The statistical hypothesis testing based on paired sample t-test technique has been employed compare the mean value of the Company's brand and other brands.