

ขั้นตอนการทำวิจัยทางธุรกิจ

Business Research Process

สมชัย อภิรัตน์พิมลชัย
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี

บทนำ

ขั้นตอนการวิจัยในลักษณะที่นักวิจัยเกิดความ
ต้องการที่จะทำวิจัยทางธุรกิจในสิ่งที่ต้องการแก้ไขปัญหา
หรือเพื่อตอบข้อสงสัยนั้น ขั้นตอนของการวิจัยจะเริ่มต้น
อย่างไร และต้องดำเนินการอะไรในลำดับต่อไป และ
สุดท้ายจะสรุปกระบวนการวิจัยได้อย่างไร ทั้งหมดนี้จะได้
กล่าวถึงในกระบวนการวิจัยที่นักวิจัยจะต้องพิจารณา
ดำเนินการอะไรบ้าง เพื่อบรรลุเป้าหมายในแต่ละขั้นตอน
เพื่อให้ผลงานวิจัยเป็นไปตามกระบวนการทางวิทยาศาสตร์
และให้ผลงานวิจัยมีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับ สามารถ
นำไปใช้ในการอ้างอิงตามหลักวิชาการได้ ซึ่งขั้นตอน
การวิจัยทางธุรกิจที่จะได้กล่าวถึงนี้ จะประกอบไปด้วย
ทั้งหมด 10 ขั้นตอน ได้แก่

1. การค้นหาปัญหา
2. การประเมินปัญหา
3. กำหนดขอบเขตของปัญหา
4. การศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. การตั้งข้อสมมติฐาน
6. การเขียนเค้าโครงงานวิจัย
7. การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
8. การรวบรวมข้อมูล
9. การวิเคราะห์ เรียบเรียง และรายงานผลข้อมูล
10. สรุปผลการวิจัย และการเขียนรายงาน

จากลำดับขั้นตอนดังกล่าว นราศรี และ ชุศักดิ์
(2548: 70) ได้จัดแบ่งออกเป็น 3 ภาค ดังนี้

ภาคที่ 1 การสำรวจเบื้องต้น ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดวัตถุประสงค์
3. การกำหนดขอบเขตของปัญหา
4. ตั้งสมมติฐาน

ภาคที่ 2 การดำเนินการวิจัย ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

5. การออกแบบวิจัย
6. การสร้างแบบสอบถาม
7. การรวบรวมข้อมูล

ภาคที่ 3 ภาคสุดท้าย ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

8. การวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน
9. สรุปผลและข้อเสนอแนะ
10. ทำรายงาน

1. การค้นหาปัญหา

การตระหนักถึงปัญหาหรือประเด็นปัญหาถือเป็น
มูลเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดการทำวิจัยในเรื่องต่าง ๆ
โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นปัญหาปัจจุบันทันด่วน เป็นสิ่งที่
ผลักดันให้เกิดการทำวิจัย เพราะเกิดแรงจูงใจจากสังคมที่
คนส่วนใหญ่ต้องการอยากรู้อยากเห็นในประเด็นปัญหา

ประเด็นปัญหาในการทำวิจัยเป็นเรื่องที่สำคัญ
ที่สุดของกระบวนการวิจัย ทั้งนี้การค้นหาประเด็นปัญหา
ถือเป็นจุดเริ่มต้นในกระบวนการวิจัย หากการค้นหา
ประเด็นปัญหาไม่ประสบผลสำเร็จ การวิจัยก็จะไม่เกิดขึ้น
ในการค้นหาประเด็นปัญหาสามารถค้นหาได้จาก

1.1 ทฤษฎีต่าง ๆ โดยพิจารณาว่าทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีอยู่ และอยู่ในความสนใจ ยังสามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ได้หรือไม่

1.2 ประสิทธิภาพของนักวิจัย นักวิจัยที่มีประสิทธิภาพมักย่อมพบเห็นปรากฏการณ์ในธุรกิจมามาก จึงสามารถตัดสินใจได้ว่ามีประเด็นปัญหาอะไรบ้างที่น่าสนใจ ประสิทธิภาพของนักวิจัยจึงเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้เกิงานวิจัยได้

1.3 งานเขียนทางวิชาการ นักวิจัยสามารถเอาผลงานทางวิชาการมาทบทวนดูว่า งานเขียนทางวิชาการเหล่านั้นยังสามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ในประเด็นที่นักวิจัยตั้งข้อสงสัยได้หรือไม่ หรือพบข้อแตกต่างไปจากสภาพปัจจุบันของงานวิชาการดังกล่าว

1.4 การเป็นผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญ ที่ต้องพยายามมุ่งสร้างและผลิตผลงานวิจัยออกมา ผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญจะเป็นผู้ที่มีประสิทธิภาพในการทำวิจัยมาก จึงสามารถให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาได้เป็นอย่างดี

1.5 ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่ดีเกือบทุกฉบับมักจะบอกข้อบกพร่องหรือจุดอ่อนของงานวิจัย เพื่อให้ให้นักวิจัยรุ่นต่อไปได้เข้ามาทำการแก้ไขข้อบกพร่องดังกล่าว นอกจากนี้ผลงานวิจัยยังได้เสนอแนะการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในประเด็นที่น่าสนใจ

1.6 หน่วยงานหรือสถาบันที่มีความต้องการใช้ ผลงานวิจัย ถือได้ว่าเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ทำให้เกิดงานวิจัย

2 การประเมินปัญหา

การประเมินประเด็นปัญหาเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจว่าประเด็นปัญหานั้นมีระดับความสำคัญมากเพียงพอกี่เหมาะสมในการทำวิจัยหรือไม่ สามารถพิจารณาได้จาก

21 ข้อมูลและสารสนเทศ ข้อมูล หมายถึง ข้อมูลดิบที่ได้จากการจดบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยไม่มีการเสริมแต่งความเห็นของบุคคลใดกับข้อมูลนั้น ส่วนคำ

ว่า สารสนเทศ เป็นข้อมูลที่ได้นำเอาเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ได้มีการจดบันทึกและมีการลงความเห็นของบุคคลหรือหน่วยงาน โดยที่บุคคลหรือหน่วยงานที่ได้ลงความเห็นในข้อมูลนั้นจะเป็นผู้แสดงความรับผิดชอบของสารสนเทศนั้น ดังนั้น ข้อมูล สารสนเทศ จะสามารถเป็นดัชนีบ่งชี้ถึงระดับความสำคัญของปรากฏการณ์ ก่อนที่จะเริ่มต้นในการทำวิจัย

22 เครื่องมือ ที่ใช้ในการประเมินปัญหาด้วยการสร้างหลักเกณฑ์ในการประเมินปัญหา เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภค ยอดขายของธุรกิจลดลงร้อยละ 5 เป็นต้น

23 งบประมาณ การตัดสินใจลงทุนในโครงการที่เกี่ยวกับงบประมาณจำนวนมหาศาล เช่น โครงการหลายพันล้านบาท การตัดสินใจในโครงการดังกล่าวจะมีความสำคัญมาก และเพื่อลดข้อผิดพลาดหรือความเสี่ยงจากการตัดสินใจจึงสมควรที่จะต้องทำวิจัย

24 เวลา หากช่วงระยะเวลาในประเด็นปัญหาวิจัยว่างเว้นเป็นเวลานาน นักวิจัยก็จะเห็นประเด็นปัญหาในการวิจัย เนื่องจากสภาพแวดล้อมของสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป เช่น ช่องทางการจัดจำหน่ายในอดีตกับปัจจุบัน เป็นต้น

25 สถานที่ ความแตกต่างในเรื่องสถานที่ หมายถึง ความแตกต่างของตลาด และเชื่อว่าสถานที่แตกต่างกัน พฤติกรรม หรือรสนิยมของผู้บริโภคจะแตกต่างกันด้วย

26 ความสามารถ ขึ้นกับนักวิจัยว่าจะมีความรู้ความสามารถมากน้อยเพียงใด ความรู้ความสามารถจะช่วยทำให้เห็นแนวทางการวิจัยด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาในกระบวนการไขข้อสงสัยที่ถูกต้อง และเป็นที่ยอมรับและความรู้ความสามารถที่มีมากก็สามารถเลือกใช้เครื่องมือ หรือวิธีการศึกษาได้เหมาะสมกับประเด็นปัญหาต่าง ๆ

27 การวิเคราะห์ข้อมูล พิจารณาว่ามีข้อมูลเพียงพอที่จะใช้อ้างอิง เพื่อใช้เป็นหลักฐาน และมีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด การมีข้อมูลที่เพียงพอต่อ

การตั้งประเด็นปัญหาได้ชัดเจน ก็จะสามารถทำวิจัยได้ และ
คาดหวังผลสำเร็จจากการวิจัยได้

28 ความสำคัญของปัญหา หากเป็นปัญหา
ปัจจุบันทันด่วน สังคมจะให้ความสนใจ หรือเป็นประเด็น
ที่ธุรกิจให้ความสนใจ ความสำคัญของปัญหาจะมีน้ำหนัก

3 กำหนดขอบเขตของปัญหา

การกำหนดขอบเขตของปัญหาหรือขอบเขต
การวิจัยจะช่วยให้การวิจัยทางธุรกิจอยู่ภายใต้ขอบเขตที่
ธุรกิจให้ความสนใจ ได้ผลลัพธ์จากการวิจัยที่รวดเร็ว และ
ประหยัดงบประมาณค่าใช้จ่าย ขอบเขตการวิจัยสามารถ
พิจารณาได้จาก

31 กลุ่มประชากร หมายถึง ขอบเขตของกลุ่ม
ประชากรใดที่นักวิจัยสนใจ และประเด็นปัญหาจะเกี่ยวข้องกับ
กลุ่มประชากรใดบ้าง การแบ่งกลุ่มประชากรมักจะใช้
หลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

- อาชีพ
- เพศ
- อายุ
- รายได้
- สถานะทางสังคม
- อาณาเขต
- เป็นต้น

32 เนื้อหาสาระ จะมีขอบเขตที่พยายามมุ่งสู่
ประเด็นของวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยและสนับสนุน
ข้อสันนิษฐานของการวิจัย

33 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย จะเป็นตัวแปรที่บ่งชี้
ข้อมูลที่ต้องการ และตัวแปรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะแสดง
ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับประเด็น
การวิจัย

การกำหนดขอบเขตปัญหา จะช่วยให้

- วางแผนรวบรวมข้อมูล ให้อยู่ในประเด็นที่
ต้องการวิจัย ได้ข้อมูลตรงตามความสนใจและลดค่าใช้จ่าย
ในการแสวงหาข้อมูล

- ทราบถึงวิธีการได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องและ
มีคุณภาพ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ (และยัง
ทราบถึงวิธีการสุ่มตัวอย่าง และรู้จักตั้งคำถามใน
แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามเป้าหมาย

- การกำหนดสมมติฐานจะมีความชัดเจน และ
สามารถตัดสินใจสมมติฐานได้ตรงตามหลักฐานทางสถิติที่
คำนวณได้

- มองเห็นแนวทางในการวิจัย และเห็น โอกาส
ความสำเร็จจากการวิจัย

4 การศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Hat (1998: 27) การศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
มีจุดมุ่งหมาย **11** ประการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นเหตุผล
ด้วยกัน **4** ประการ คือ

41 ป้องกันการซ้ำซ้อนของงานวิจัย

42 กำหนดขอบเขตการวิจัย

43 กำหนดแนวคิดในการสร้างเครื่องมือวิจัย
หรือวิธีการวิจัย

44 แนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูล

5 การตั้งข้อสมมติฐาน

สมมติฐาน (**Zikmund 2003: 499**) เป็นประเด็น
ปัญหาที่เป็นข้อสงสัยที่นักวิจัยต้องการพิสูจน์และหา
หลักฐานมายืนยันข้อสงสัยดังกล่าว ในทางปฏิบัติ
(ศิริวรรณ และคณะ. **2541: 267**) การตั้งสมมติฐานแบ่งเป็น
2 ประเภท คือ

5.1 สมมติฐานการวิจัย ถือเป็นประเด็นหลักของ
ผลการวิจัย

5.2 สมมติฐานทางสถิติ เป็นการทดสอบสมมติฐานในประเด็นต่าง ๆ ที่สามารถยืนยันได้ด้วยผลลัพธ์ทางสถิติ

ลักษณะสมมติฐานที่ดี

- 1) มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายในการวิจัย
- 2) มีข้อมูลสนับสนุนในการกำหนดทิศทาง
- 3) มีข้อมูลเพียงพอที่ใช้ทดสอบ
- 4) ใช้ภาษาที่กะทัดรัด เข้าใจง่าย ค่อนข้างเฉพาะ

เจาะจง สะดวกต่อการสื่อ

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

χ^2 (Chi-Square) ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

t-test ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรจากการคำนวณความสัมพันธ์ด้วยวิธีการเส้นถดถอย และยังสามารถพยากรณ์แนวโน้มของตัวแปรตาม

F-test ใช้ทดสอบความมีนัยสำคัญของแบบจำลองหรือกรณีความสัมพันธ์ของหลายตัวแปรอิสระ โดยพิจารณาว่าตัวแปรทั้งระบบที่เลือกมีนัยสำคัญต่อการอธิบายหรือไม่

6 การเขียนโครงการวิจัย

โครงการวิจัยมีจุดมุ่งหมายในการบอกกล่าวในเรื่องที่เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น โดยมีสาระสำคัญที่ประกอบด้วย ประเด็นปัญหาในการทำวิจัย ขอบเขตของการวิจัย วิธีการวิจัย และคาดการณ์ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

องค์ประกอบของโครงการวิจัย

1) ชื่องานวิจัย โดยมีจุดที่ควรพิจารณาในการตั้งชื่องานวิจัย ดังนี้

- ประเด็นงานวิจัย
- วิธีการวิจัย
- ขอบเขต
- ผลของการวิจัย

2) วัตถุประสงค์ ต้องเขียนบอกกล่าวเพื่อแสดงเจตนาในการทำวิจัย

3) ขอบเขตของงานวิจัย

4) วิธีดำเนินการวิจัย

- รูปแบบของงานวิจัย
- การสุ่มตัวอย่าง
- เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- การวิเคราะห์ข้อมูล ต้องสอดคล้องกับ

วัตถุประสงค์ และข้อสันนิษฐาน

5) แผนการดำเนินงาน ต้องกำหนดว่าขั้นตอนใดจะทำเสร็จเมื่อใด

6) งบประมาณ และค่าใช้จ่ายในการวิจัย

7. การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การค้นหาข้อเท็จจริง การกำหนดปัญหาของงานวิจัย จำเป็นต้องสร้างกรอบการรวบรวมข้อมูล เพื่อให้เกิดการยอมรับ และความน่าเชื่อถือของข้อมูล ซึ่งจะประกอบด้วยระดับของข้อมูล การสำรวจข้อมูล ประโยชน์ของการสุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

7.1 ระดับของข้อมูล การได้มาซึ่งข้อมูลจะมี 2 ระดับ คือ

- ข้อมูลระดับประชากร เป็นข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่นักวิจัยสนใจ วิธีการได้มาซึ่งข้อมูลในระดับประชากร จะต้องใช้วิธีการสำมะโน

- ข้อมูลในระดับกลุ่มตัวอย่าง การสำรวจจะเป็นการได้มาซึ่งระดับข้อมูลในระดับกลุ่มตัวอย่าง (Sample) การสำรวจจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่จะขึ้นอยู่กับขนาดตัวอย่าง และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ทางสถิติ

7.2 การสำรวจข้อมูล เป็นการได้มาซึ่งข้อมูลในระดับตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

- การสำรวจทางสังคม การสำรวจภาวะสังคม ถือเป็น การสำรวจขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับทุกคนในสังคม และเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ

- **การวิจัยตลาด** การสำรวจเพื่อการวิจัยตลาด ส่วนใหญ่จะเป็นการสำรวจเฉพาะประเด็นที่ธุรกิจให้ความสนใจในเรื่องการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสำรวจเพื่อการวิจัยตลาดจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้วิจัย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเฉพาะเจาะจง และเกี่ยวกับผลประโยชน์ของธุรกิจโดยตรง

- **การทำโพลความคิดเห็นสาธารณะ** การสำรวจความคิดเห็นทัศนคติของคนในสังคมในเรื่องสาธารณะ ซึ่งปัจจุบันเรามักจะได้ยินคำว่า ประชาพิจารณ์ หรือที่เรียกว่า การไต่สวนสาธารณะ

7.3 การสุ่มตัวอย่าง เป็นการค้นหาข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง และมีประโยชน์อย่างมากที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการวิจัยธุรกิจ การสุ่มตัวอย่างควรจะต้องมีหลักเกณฑ์ วิธีการ ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง และมีความน่าเชื่อถือ สามารถอ้างอิงได้ และเกิดการยอมรับ เพราะการสุ่มตัวอย่างมักจะทำให้เกิดความผิดพลาดได้ 2 ประเด็นคือ ความผิดพลาดทางสถิติที่เกิดจากการสุ่มตัวอย่าง และความผิดพลาดที่เกิดจากการได้ข้อมูลที่เอนเอียง

วิธีการสุ่มตัวอย่างมี 5 วิธี ได้แก่

- 1) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย
- 2) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น
- 3) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ
- 4) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน
- 5) วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา

7.4 ประโยชน์ของการสุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างเป็นวิธีการได้มาซึ่งข้อมูลที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ และประหยัดเวลาในการหาข้อมูล ทั้งนี้ธุรกิจสามารถหาข้อมูลที่มีคุณภาพที่ไม่ต่างไปจากข้อมูลระดับประชากร และสามารถใช้เป็นหลักฐานในการยืนยันข้อเท็จจริง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง

8 การรวบรวมข้อมูล

จุดมุ่งหมายในการเก็บรวบรวมข้อมูลก็เพื่อให้ได้พยานหลักฐาน เพื่อใช้ในการสนับสนุนประเด็นปัญหาและข้อสันนิษฐาน จึงต้องรวบรวมข้อมูลมาใช้ในการยืนยันให้เกิดการยอมรับ ดังนั้นความพอเพียงของข้อมูลจึงเป็นเรื่องสำคัญ แหล่งข้อมูลหลักมีดังนี้

8.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่นักวิจัยเป็นผู้เริ่มจัดทำขึ้น เนื่องจากข้อมูลที่ต้องการนี้จะเป็นประเด็นปัญหาที่เฉพาะเจาะจง ไม่สามารถหาข้อมูลดังกล่าวได้จากแหล่งใด ๆ จำเป็นต้องดำเนินการเอง

8.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่มีหน่วยงานได้จัดทำไว้ และเป็นระเบียบแบบแผนทางสถิติ นักวิจัยสามารถขอใช้ข้อมูลเหล่านี้ได้ แต่ข้อมูลทุติยภูมิส่วนใหญ่เป็นข้อมูลทั่วไป ไม่เฉพาะเจาะจง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจะขึ้นอยู่กับประเภทข้อมูล และแหล่งข้อมูล หากเป็นข้อมูลปฐมภูมิ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจะเป็นเรื่องของการสำรวจ การสุ่มตัวอย่าง และการออกแบบสอบถาม หากเป็นข้อมูลทุติยภูมิ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจะเป็นเพียงการ ไปนำข้อมูลจากแหล่งข้อมูล เพื่อนำมาเข้าสู่กระบวนการสรุปการนำเสนอข้อมูล

9 การวิเคราะห์ เรียบเรียง และรายงานผลข้อมูล

การเรียบเรียงข้อมูลจะต้องพิจารณาลำดับก่อน-หลัง ของข้อมูลที่จะรายงาน เพื่อให้เกิดความสอดคล้องของการมีเหตุและผล ข้อมูลที่จะรายงานจะประกอบด้วยข้อมูลที่สำคัญ 3 ส่วน

9.1 ข้อมูลที่เป็นวัตถุดิบ ข้อมูลภายนอกในส่วนที่นักวิจัยได้ไปรวบรวมมา เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการวิจัย

9.2 ข้อมูลที่เกิดจากการประมวลผล เป็นข้อมูลภายในที่เกิดจากการประมวลผลข้อมูลที่รวบรวมมาได้ โดยมีการใช้วิชาการด้านสถิติประกอบการประมวลผล เพื่อให้

ข้อมูลที่เกิดจากการประมวลผลมีความน่าเชื่อถือ สามารถใช้ยืนยันในประเด็นปัญหา และข้อสันนิษฐาน

9.3 ข้อมูลที่เป็นผลลัพธ์ เป็นข้อมูลที่แสดงผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย ข้อมูลส่วนนี้ถือเป็นส่วนสำคัญของงานวิจัย เพราะเป็นการรายงานข้อสรุปผลที่ได้รับจากการวิจัย

10. สรุปผลการวิจัย และการเขียนรายงาน

10.1 การสรุปผลงานวิจัยและเขียนรายงาน
การวิจัยขั้นสุดท้าย ถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำวิจัย ผลงานวิจัยที่ดีจะต้องมีการเขียนรายงานที่สามารถสื่อให้กับคนส่วนใหญ่ในสังคมได้รับรู้ และเข้าใจ สามารถนำเอาผลของการวิจัยไปใช้ได้อย่างกว้างขวาง ถือได้ว่างานวิจัยนั้นได้สร้างคุณค่าและประโยชน์ โดยเฉพาะกรณีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ในเรื่องทั่ว ๆ ไป

ในกรณีการเขียนผลงานวิจัยทางธุรกิจซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะเจาะจง นั่นคือ งานวิจัยนั้นจะต้องสามารถสื่อให้ผู้บริหารได้นำเอาไปใช้ในการพิจารณา วางแผน ตัดสินใจ กำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารจะนำไปใช้ก็ต่อเมื่องานวิจัยนั้นสามารถสื่อให้ผู้บริหารได้รับรู้และตรงตามความต้องการ หรือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของธุรกิจ ผู้บริหารก็จะใช้วิจารณ์ญาณในการตัดสินใจว่าจะดำเนินการตามข้อเสนอแนะของผลการวิจัย หรือจะตัดสินใจเป็นอย่างอื่น แต่อย่างน้อยที่สุดผู้บริหารจะมีโอกาสใช้ประโยชน์จากข้อมูล อันเป็นผลมาจากการทำวิจัย ประโยชน์จะได้มากน้อยเพียงใดนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการสื่อให้เข้าถึงผู้บริหารนั่นเอง

10.2 องค์ประกอบการเขียนรายงาน ประกอบด้วย

- บทนำ
- การตรวจสอบเอกสารหรือการทบทวนวรรณกรรม
- วิธีการวิจัย
- ผลการวิจัย
- สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

บทสรุป

โดยทั่วไปในการประเมินคุณภาพงานวิจัยสามารถจัดแบ่งความคิดเห็นจากบุคคล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญกับงานวิจัยที่แสดงถึงความเชื่อมั่นและคุณค่าของงานวิจัย กลุ่มที่ 2 จะให้ความสำคัญตามขั้นตอนการทำวิจัย เพราะฉะนั้นในการทำงานวิจัยเพื่อให้ได้ผลสมบูรณ์ ควรจะต้องคำนึงถึงความคิดเห็นจากบุคคลทั้งสองกลุ่ม และจะทำให้รู้สึกได้ว่า งานวิจัยนั้นไม่ใช่เป็นของยากแต่อย่างไร

บรรณานุกรม

- [1]. นราศรี ไวนิชกุล และ ชุศักดิ์ อุดมศรี. (2548). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2]. ยุทธ ไกยวรรณ. (2548). วิธีวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- [3]. วิษณุ เหลืองลออ. (2549). ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ทีพีเอ็นเพลส.
- [4]. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.
- [5]. สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: เลียงเชียง.
- [6]. Cooper, Donald R. and Schindler, Pamela S. (2006). *Business Research Methods*. 9th edition. New York: McGraw-Hill.
- [7]. Hart, Chris. (1998). *Doing a Literature Review Releasing the Social Science Research Imagination*. London: SAGE.
- [8]. Zikmund, William G. (2003). *Business Research Methods*. 7th edition. Ohio: Thomson/ South-Western.