

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง “การสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช” จากการสำรวจโดยแบบวิเคราะห์ที่เนื้อหาจากประชากรวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ จำนวน 146 ชื่อเรื่อง โดยมีผลการศึกษา แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

ตอนที่ 2 กระบวนการวิจัย

ตอนที่ 3 องค์ความรู้

4.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา

ช่วงปี พ.ศ. 2549 ถึง พ.ศ. 2553

$n = 146$

ปี พ. ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
2549	28	19.18
2550	38	26.03
2551	41	28.08
2552	22	15.07
2553	17	11.64
รวม	146	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลของจำนวนประชากรวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2549 ถึง พ.ศ. 2553 จำนวน 146 เล่ม ตามปีการศึกษาที่สำเร็จการศึกษา พบว่าวิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่มาจากปี ที่สำเร็จการศึกษาช่วงปี พ.ศ. 2550 และ 2551 คิดเป็นร้อยละ 54.11 ของประชากรวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ทั้งหมด และรองลงมาเป็นวิทยานิพนธ์ที่มาจากปี ที่สำเร็จการศึกษาช่วงปี พ.ศ. 2549 และ 2552 คิดเป็นร้อยละ 19.18 และ 15.07 ตามลำดับ ส่วนปีที่มีจำนวนวิทยานิพนธ์ที่สำเร็จการศึกษาน้อยที่สุดคือ ปี พ.ศ. 2553 คิดเป็นร้อยละ 11.64

ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของวิทยานิพนธ์ จำแนกหัวข้อตามกลุ่มด้านการจัดการ การตลาด และการเงินและบัญชี ช่วงปี พ.ศ. 2549 ถึง พ.ศ. 2553

ปี พ. ศ.	กลุ่มหัวข้อวิทยานิพนธ์			จำนวน	ร้อยละ
	การจัดการ	การตลาด	การเงินและบัญชี		
2549	12 (43%)	12 (43%)	4 (14%)	28 (100%)	19.18
2550	19	16	3	38	26.03
2551	18	21	2	41	28.08
2552	12	8	2	22	15.07
2553	10	4	3	17	11.64
รวม	71	61	14	146	100
ร้อยละ	48.66	41.78	9.56	100	

จากตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลการจำแนกกลุ่มวิทยานิพนธ์ตามหัวข้อ พบว่าหัวข้อเรื่องส่วนใหญ่ของวิทยานิพนธ์ จะเป็นหัวข้อที่อยู่ในกลุ่มด้านการจัดการ และด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 48.66 และ 41.78 ตามลำดับ และมีเพียงร้อยละ 9.56 ของวิทยานิพนธ์ที่เป็นหัวข้อที่อยู่ในกลุ่มทางการเงิน และการบัญชี

ทั้งนี้พบว่าวิทยานิพนธ์กลุ่มด้านการจัดการนั้น สามารถจัดจำแนกหัวข้อวิทยานิพนธ์ได้เป็น 3 กลุ่มย่อย (รายละเอียดของหัวข้อเรื่องแสดงไว้ในตารางที่ 4.2.1) คือ 1) กลุ่มหัวข้อเกี่ยวกับการพัฒนาหรือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะความพึงพอใจ ขวัญและกำลังใจ ทักษะคน และการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 2) กลุ่มหัวข้อเกี่ยวกับการปรับปรุงกระบวนการผลิต เป็นงานที่เกี่ยวกับการศึกษาระบบมาตรฐานสากล โลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทาน และ 3) กลุ่มหัวข้อเกี่ยวกับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง และความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ส่วนวิทยานิพนธ์กลุ่มด้านการตลาด พบว่าหัวข้อเรื่องส่วนใหญ่สามารถจำแนกเป็น 4 กลุ่มย่อย (รายละเอียดของหัวข้อเรื่องแสดงไว้ในตารางที่ 4.2.2) คือ 1) กลุ่มหัวข้อเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค/การซื้อ/การเลือกซื้อ/การเช่า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ต่างๆ 2) กลุ่มหัวข้อเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ/การตัดสินใจซื้อ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อในผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมทั้งเรื่องเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ 3) กลุ่มหัวข้อเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า และ 4) กลุ่มหัวข้อเกี่ยวกับกลยุทธ์/การส่งเสริมการขาย/การแข่งขัน

สำหรับวิทยานิพนธ์กลุ่มหัวข้อเกี่ยวกับด้านการเงิน พบว่าหัวข้อเรื่องมักเน้นเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลตอบแทน/การลงทุน และการพัฒนาบุคลากรทางการบัญชี/การจัดการ (รายละเอียดของหัวข้อเรื่องแสดงไว้ในตารางที่ 4.2.3)

ตารางที่ 4.2.1 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์ตามกลุ่มหัวข้อย่อยของวิทยานิพนธ์ด้านการจัดการ

กลุ่มหัวข้อย่อยที่ทำการศึกษาของวิทยานิพนธ์ด้านการจัดการ	n = 71	
	จำนวน	ร้อยละ
1. การพัฒนา/การบริหารทรัพยากรมนุษย์	28	39.44
1.1) ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทน/แรงจูงใจ ขวัญและกำลังใจ		
1.2) ทักษะ/ต่อค่าตอบแทน ต่อการปรับเปลี่ยนบทบาทภารกิจ		
1.3) ความผูกพันในองค์กร/คุณภาพชีวิตในการทำงาน		
1.4) สมรรถนะ/ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน		
2. การจัดการการดำเนินงานและแบบจำลองการวิเคราะห์เชิงปริมาณ	13	18.31
2.1) การใช้แบบจำลองโลจิส		
2.2) ผลผลิตจากการนำระบบมาตรฐานสากล		
2.3) การจัดการห่วงโซ่อุปทาน		
2.4) ผลกระทบของการใช้เครื่องมือจัดระบบแถวคอย		
3. การจัดการทั่วไป	30	42.25
3.1) องค์กรแห่งการเรียนรู้/ปัจจัยศักยภาพไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้		
3.2) ความสำเร็จของผู้ประกอบการ/การบริหารจัดการ		
3.3) การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน/แผนธุรกิจ		
3.4) การจัดการภาษี/ปัญหา		
3.5) ความสามารถในการแข่งขัน		
รวม	71	100

จากตารางที่ 4.2.1 แสดงหัวข้อย่อยของวิทยานิพนธ์ด้านการจัดการจำนวน 71 เล่ม พบว่าหัวข้อเรื่อง
ของวิทยานิพนธ์ด้านการจัดการส่วนใหญ่ เป็นการศึกษาภายใต้หัวข้อการจัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 42.25
ของวิทยานิพนธ์กลุ่มด้านการจัดการ ซึ่งหัวข้อที่พบว่ามีการศึกษาในกลุ่มนี้ คือ องค์กรแห่งการเรียนรู้/ปัจจัย
ศักยภาพไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการ การศึกษาความ
เป็นไปได้ในการลงทุน และแผนธุรกิจ การจัดการภาษี และปัญหาเกี่ยวกับภาษี และความสามารถในการ
แข่งขัน

หัวข้อวิทยานิพนธ์กลุ่มด้านการจัดการที่มีการศึกษามากลำดับที่สอง คือ การพัฒนาและการบริหาร
ทรัพยากรมนุษย์ คิดเป็นร้อยละ 39.44 ซึ่งหัวข้อที่พบว่ามีการศึกษาในกลุ่มนี้ ได้แก่หัวข้อเกี่ยวกับความพึง
พอใจในการปฏิบัติงาน/ค่าตอบแทน/แรงจูงใจ ขวัญและกำลังใจ หัวข้อเกี่ยวกับทัศนคติต่อค่าตอบแทน

ทัศนคติต่อการปรับเปลี่ยนบทบาทภารกิจ หัวข้อเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กร/คุณภาพชีวิตในการทำงาน และหัวข้อเกี่ยวกับสมรรถนะ/ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ส่วนกลุ่มหัวข้อด้านการจัดการที่มีการศึกษามากเป็นลำดับที่สาม คือ การจัดการการดำเนินงานและแบบจำลองการวิเคราะห์เชิงปริมาณ คิดเป็นร้อยละ 18.31 หัวข้อที่พบว่ามีการศึกษาในกลุ่มนี้ ได้แก่ หัวข้อเกี่ยวกับการใช้แบบจำลองโลจิสติกส์ หัวข้อเกี่ยวกับผลิตภาพจากการนำระบบมาตรฐานสากล หัวข้อเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และหัวข้อเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้เครื่องมือจัดระบบแถวคอย

ตารางที่ 4.2.2 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์ตามกลุ่มหัวข้อย่อยของวิทยานิพนธ์ด้านการตลาด

กลุ่มหัวข้อย่อยที่ทำการศึกษาของวิทยานิพนธ์ด้านการตลาด	n = 61	
	จำนวน	ร้อยละ
1. พฤติกรรมการบริโภค/การซื้อ/การเลือกซื้อ/การเช่า 1.1) พฤติกรรมการซื้อขนมกรอบของกลุ่มวัยรุ่น 1.2) พฤติกรรมการบริโภคนมถั่วเหลือง/น้ำผลไม้/ยาแผนโบราณ/กาแฟสด 1.3) พฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวชาวไทย 1.4) พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร 1.5) พฤติกรรมการซื้อเหล็กโครงสร้างรูปพรรณของผู้ประกอบการ	14	22.95
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ/การตัดสินใจซื้อ 2.1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชำระค่าใช้จ่ายผ่านช่องทางการรับชำระเงิน/ความต้องการใช้สินเชื่อบริการพาณิชย์ของผู้ประกอบการรายย่อย/การเลือกใช้ศูนย์บริการและอู่ซ่อมรถยนต์ 2.2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกสาร/อพาร์ทเมนท์ 2.3) ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและซัพพลายเออร์ 2.4) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ “ซื้อไทย ไม่มีคอต” ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ /ต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ/ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์	31	50.82

ตารางที่ 4.2.2 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์ตามกลุ่มหัวข้อย่อยของวิทยานิพนธ์ด้านการตลาด (ต่อ)

กลุ่มหัวข้อย่อยที่ทำการศึกษาของวิทยานิพนธ์ด้านการตลาด	n = 61	
	จำนวน	ร้อยละ
3. คุณภาพการบริการ 3.1) คุณภาพการบริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศ 3.2) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการอินเทอร์เน็ต 3.3) ความประทับใจของผู้โดยสารการบินไทย 3.4) ความพึงพอใจของผู้รับบริการตรวจสอบคุณภาพของศูนย์มะเร็ง /ในการใช้บริการที่พักรีสอร์ท/ที่มีต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์	10	16.39
4. กลยุทธ์/การส่งเสริมการขาย/การแข่งขัน 4.1) กลยุทธ์การตลาดแบบหลายชั้นของผลิตภัณฑ์เห็ดหลินจือ ตรา จีอี 4.2) การวิเคราะห์โครงสร้างทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ 4.3) การแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก ตามการรับรู้ของผู้บริโภค	6	9.84
รวม	61	100

จากตารางที่ 4.2.2 แสดงข้อมูลหัวข้อย่อยของวิทยานิพนธ์ด้านการตลาดจำนวน 61 เล่ม พบว่าหัวข้อเรื่องของวิทยานิพนธ์ด้านการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ/การตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 50.82 ของวิทยานิพนธ์กลุ่มด้านการตลาด ซึ่งหัวข้อที่พบว่ามีการศึกษาในกลุ่มนี้ คือ หัวข้อเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชำระค่าใช้จ่ายผ่านช่องทางการรับชำระเงิน/ความต้องการใช้สินค้าธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบธุรกิจรายย่อย/การเลือกใช้ศูนย์บริการและอยู่ซ่อมรถยนต์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือซื้อเครื่องถ่ายเอกสาร/อพาร์ทเมนท์ ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและซัพพลายเออร์ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ “ซื้อไทย ไม่มีคอต” ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ /ต่อพฤติกรรมซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ/ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์กลุ่มด้านการตลาดที่มีการศึกษามากลำดับที่สอง คือ กลุ่มหัวข้อย่อยของพฤติกรรมผู้บริโภค/การซื้อ/การเลือกซื้อ/การเช่า คิดเป็นร้อยละ 22.95 ได้แก่หัวข้อพฤติกรรมซื้อขนมกรอบของกลุ่มวัยรุ่น พฤติกรรมผู้บริโภคนมถั่วเหลือง/น้ำผลไม้/ยาแผนโบราณ/กาแฟสด พฤติกรรมซื้อของนักท่องเที่ยวชาวไทย พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร และพฤติกรรมซื้อเหล็กโครงสร้างรูปพรรณของผู้ประกอบการ

ส่วนกลุ่มหัวข้อย่อยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการมีการศึกษามากเป็นลำดับที่สาม คิดเป็นร้อยละ 16.39 ได้แก่ หัวข้อคุณภาพการบริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการอินเทอร์เน็ต ความประทับใจของผู้โดยสารการบินไทย และความพึงพอใจของผู้รับบริการตรวจสอบสุขภาพของศูนย์มะเร็ง /ในการใช้บริการที่พักโรงแรม และรีสอร์ท/ที่มีต่อการให้บริการของที่ทำกาไปรษณีย์

สำหรับหัวข้อย่อยเกี่ยวกับกลยุทธ์/การส่งเสริมการขาย/การแข่งขัน พบว่ามีการศึกษาน้อยสุดของวิทยานิพนธ์กลุ่มด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 9.84 ซึ่งหัวข้อที่ศึกษา คือการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก ตามการรับรู้ของผู้บริโภค การวิเคราะห์โครงสร้างทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาดแบบหลายชั้นของผลิตภัณฑ์เหล็กหลินจือ ตรา จีอี

ตารางที่ 4.2.3 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์ตามกลุ่มหัวข้อย่อยของวิทยานิพนธ์ด้านการเงินและบัญชี

กลุ่มหัวข้อย่อยที่ทำการศึกษาของวิทยานิพนธ์ด้านการเงินและบัญชี	n = 14	
	จำนวน	ร้อยละ
1. การวิเคราะห์ผลตอบแทน/การลงทุน 1.1) การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของกองทุนรวมในประเทศไทย 1.2) การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนเลี้ยงไก่เนื้อ 1.3) การศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนค่าก่อสร้างโครงการบ้านจัดสรรที่คำนวณต้นทุนแบบดั้งเดิมและแบบ ABC 1.4) ต้นทุนการผลิตพลังงานทดแทนในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน 1.5) การวิเคราะห์เปรียบเทียบการลงทุนของฟาร์มสุกรขุนและฟาร์มสุกรแบบครบวงจร	9	64.29
2. การพัฒนาบุคลากรทางการบัญชี/การจัดการ 2.1) ความต้องการพัฒนาผู้ทำบัญชีตามทักษะของผู้ทำบัญชีและผู้บริหารธุรกิจ 2.2) การเปรียบเทียบการจัดการด้านการบัญชีและการเงิน 2.3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์การและความสามารถของบุคลากรทางการบัญชีกับคะแนนผลการตรวจสอบคุณภาพข้อมูลการเงินการบัญชี 2.4) การวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี	5	35.71
รวม	14	100

จากตารางที่ 4.2.3 แสดงข้อมูลหัวข้อย่อยของวิทยานิพนธ์ ด้านการเงินและบัญชีจำนวน 14 เล่ม พบว่าหัวข้อเรื่องของวิทยานิพนธ์ด้านการเงินและบัญชีส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มการวิเคราะห์ผลตอบแทน/การลงทุนคิดเป็นร้อยละ 64.29 ซึ่งได้แก่ หัวข้อเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของกองทุนรวมใน

ประเทศไทย การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนเลี้ยงไก่เนื้อ การศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนค่าก่อสร้างโครงการบ้านจัดสรรที่คำนวณต้นทุนแบบดั้งเดิมและแบบ ABC ต้นทุนการผลิตพลังงานทดแทนในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน การวิเคราะห์เปรียบเทียบการลงทุนของฟาร์มสุกรขุนและฟาร์มสุกรแบบครบวงจร

หัวข้อวิทยานิพนธ์กลุ่มด้านการเงินและบัญชี ที่มีการศึกษารองลงมา คือ หัวข้อที่อยู่ในกลุ่มการพัฒนาบุคลากรทางการบัญชี/การจัดการ คิดเป็นร้อยละ 35.71 ได้แก่ หัวข้อเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาผู้ทำบัญชีตามทักษะของผู้ทำบัญชีและผู้บริหารธุรกิจ การเปรียบเทียบการจัดการด้านการบัญชีและการเงิน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์การและความสามารถของบุคลากรทางการบัญชีกับคะแนนผลการตรวจสอบคุณภาพข้อมูลการเงินการบัญชี และการวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี

4.2 ตอนที่ 2: กระบวนการวิจัย

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามประเภทการวิจัย

ปี พ.ศ.	ประเภทการวิจัย		จำนวน	ร้อยละ
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ		
2549	28	-	28	19.18
2550	38	-	38	26.03
2551	41	-	41	28.08
2552	22	-	22	15.07
2553	17	-	17	11.64
รวม	146	-	146	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลของจำแนกประชากรวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2549 ถึง พ.ศ. 2553 จำนวน 146 เล่ม ตามประเภทของการวิจัยซึ่งจัดประเภทตามลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่าวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด (ร้อยละ 100) จัดอยู่ในการวิจัยประเภทเชิงปริมาณ โดยเน้นที่ข้อมูลเชิงตัวเลข และออกแบบเครื่องมือรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามการทบทวนทฤษฎี

ปี พ.ศ.	การทบทวนทฤษฎี				n = 146	
	มี	ร้อยละ	ไม่มี	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
2549	21	14.38	7	4.80	28	19.18
2550	31	21.24	7	4.80	38	26.03
2551	32	21.92	9	6.15	41	28.08
2552	15	10.27	7	4.80	22	15.07
2553	15	10.27	2	1.37	17	11.64
รวม	114	78.08	32	21.92	146	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูลของประชากรวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2549 ถึง พ.ศ. 2553 พบว่า โดยรวมวิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่มีการทบทวนวรรณกรรมโดยศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย คิดเป็นร้อยละ 78.08 ของประชากรวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด และขณะเดียวกันก็พบว่า มีวิทยานิพนธ์ ร้อยละ 21.92 ที่ไม่มีการทบทวนวรรณกรรมในส่วนของทฤษฎี แต่พบว่าจะทบทวนวรรณกรรมในรูปแบบของแนวคิด (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.4.1 และ 4.4.2)

ตารางที่ 4.4.1 ชื่อทฤษฎีที่พบในวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2553

ชื่อทฤษฎีที่พบในวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้	ปี พ.ศ.				
	2549	2550	2551	2552	2553
กลุ่มวิทยานิพนธ์ด้านการจัดการ					
1) ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์	/	/	/	/	/
2) ทฤษฎีการจูงใจการเสริมแรงหรือเงื่อนไขการปฏิบัติ	/	/	/	/	/
3) ทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg's Motivation Hygiene Theory	/	/	/	/	/
4) ทฤษฎีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบ และการพัฒนาระบบ	/	-	-	-	-
5) ทฤษฎี 7S ของ McKinsey	-	/	-	/	/
6) ทฤษฎีผู้นำ/พฤติกรรม/การเปลี่ยนแปลง	/	-	/	/	-

ตารางที่ 4.4.1 ชื่อทฤษฎีที่พบในวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2553 (ต่อ)

ชื่อทฤษฎีที่พบในวิทยานิพนธ์	ปี พ.ศ.				
	2549	2550	2551	2552	2553
กลุ่มวิทยานิพนธ์ด้านการจัดการ (ต่อ)					
7) ทฤษฎีองค์กรแห่งการเรียนรู้	/	/	/	/	/
8) ทฤษฎีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	-	-	/	-	-
9) ทฤษฎีการสื่อสาร	-	-	-	-	/
กลุ่มวิทยานิพนธ์ด้านการตลาด					
1) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	/	/	/	/	/
2) ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	/	/	/	/	/
3) ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ	/	/	/	/	/
4) ทฤษฎีคุณภาพการบริการของพาราสุมาน	/	-	/	/	-
กลุ่มวิทยานิพนธ์ด้านการเงินและบัญชี					
1) ทฤษฎีโครงสร้างเงินทุน	-	-	-	-	/

จากตารางที่ 4.4.1 แสดงชื่อทฤษฎีที่วิทยานิพนธ์ได้นำมาใช้ในการศึกษา พบว่าทฤษฎีที่วิทยานิพนธ์กลุ่มด้านการจัดการใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่ในช่วงปี 2549 – 2553 คือ ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ ทฤษฎีการจูงใจการเสริมแรงหรือเงื่อนไขการปฏิบัติ ทฤษฎีจูงใจของ Herzberg's Motivation Hygiene Theory และทฤษฎีองค์กรแห่งการเรียนรู้

ส่วนทฤษฎี 7S ของ McKinsey ทฤษฎีผู้นำ/พฤติกรรม/การเปลี่ยนแปลง ทฤษฎีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ทฤษฎีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และทฤษฎีการสื่อสาร พบว่าได้ถูกนำมาใช้ในการศึกษาบางปี พ.ศ.คือ ทฤษฎีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พบว่ามีการศึกษาในปี พ.ศ. 2551 ทฤษฎีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พบว่ามีการศึกษาในปี พ.ศ. 2549 และทฤษฎีการสื่อสาร พบว่ามีการศึกษาในปี พ.ศ. 2553

ในส่วนของวิทยานิพนธ์กลุ่มการตลาด พบว่า ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่มีการศึกษาเป็นส่วนใหญ่ ส่วนทฤษฎีคุณภาพการบริการของพาราสุมาน มีการนำมาใช้ในบางปี คือ ปี พ.ศ. 2549 ปี พ.ศ. 2551 และปี พ.ศ. 2552

สำหรับกลุ่มวิทยานิพนธ์ด้านการเงินและบัญชี พบว่ามีการทบทวนทฤษฎีโครงสร้างเงินทุน ในวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ปี พ.ศ. 2553

ตารางที่ 4.4.2 แสดงการทบทวนแนวคิดหลักในวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้

ปี พ.ศ.	แนวคิดหลักที่พบในวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้	การจัดการ	การตลาด	การเงินและบัญชี
2549	แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน			/
	แนวคิดระบบบริหารคุณภาพโดยรวม	/		
	แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทาน	/		
2550	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมขององค์กร	/		
	แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน			/
	แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทาน	/		
	แนวคิดการจัดการโลจิสติกส์		/	
	แนวคิดเกี่ยวกับดัชนีตัวชี้วัดทางการเงิน			/
2551	แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน			/
	แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงบประมาณ			/
	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดซื้อ/จัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์	/		
	แนวคิดการบริหารจัดการ	/		
	แนวคิด Balanced Scorecard	/		
	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดห่วงโซ่อุปทานแบบลีน	/		
	แนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมภายใน			/
2552	แนวคิดระบบบริหารคุณภาพโดยรวม	/		
	แนวคิดกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์	/		
	แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน			/
	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์การ	/		
	แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ	/		
2553	แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ	/		
	แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน	/		

จากตารางที่ 4.4.2 พบว่าการทบทวนแนวคิดส่วนใหญ่ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2553 ส่วนใหญ่เป็นแนวคิดเกี่ยวกับหัวข้อด้านการจัดการ คือ แนวคิดระบบบริหารคุณภาพโดยรวม แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทาน แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมขององค์กร แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทาน แนวคิดเกี่ยวกับการจัดซื้อ/จัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์ แนวคิดการบริหารจัดการ แนวคิด Balanced Scorecard

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดห่วงโซ่อุปทานแบบลีน แนวคิดกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์การ แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ และแนวคิดการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับหัวข้อด้านการเงินและบัญชี ส่วนใหญ่มีการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน แนวคิดเกี่ยวกับดัชนีตัวชี้วัดทางการเงิน แนวคิดการบริหารงบประมาณ แนวคิดการควบคุมภายใน

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับหัวข้อด้านการตลาด พบว่าเป็นการทบทวนแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามการทบทวนงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ

งานวิจัยในประเทศ	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา					จำนวน (ร้อยละ)	
	2549	2550	2551	2552	2553	รวม	ร้อยละ
มีการทบทวน	24	32	39	21	17	133	91.10
ไม่มีการทบทวน	4	6	2	1	0	13	8.90
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00
งานวิจัยต่างประเทศ							
มีการทบทวน	9	9	9	9	10	46	31.51
ไม่มีการทบทวน	19	29	32	13	7	100	68.49
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า วิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ช่วงปี พ.ศ.2549-2553 ส่วนใหญ่มีการทบทวนงานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้อง จำนวน 133 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 91.1 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด ขณะเดียวกันพบว่า มีวิทยานิพนธ์ที่ไม่มีการทบทวนงานวิจัยในประเทศจำนวน 13 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 8.90 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด

สำหรับการทบทวนงานวิจัยต่างประเทศ พบว่าวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ช่วงปี พ.ศ.2549-2553 ส่วนใหญ่ไม่มีการทบทวนหรือค้นคว้างานวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง จำนวน 100 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 68.49 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด และพบว่ามีเพียงร้อยละ 31.51 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมดที่มีการทบทวนงานวิจัยในต่างประเทศ รายละเอียดของงานวิจัยที่ทบทวนย้อนหลังจำแนกตามระยะเวลาแสดงในตารางที่ 4.5.1 และ ตารางที่ 4.5.2

ตารางที่ 4.5.1 จำนวนและร้อยละของงานวิจัยในประเทศที่มีการทบทวนย้อนหลังตามระยะเวลา

งานวิจัยในประเทศ	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา					n = 146	
	2549	2550	2551	2552	2553	รวม	ร้อยละ
ย้อนหลัง 1-3 ปี							
● 1-3 ชื่อเรื่อง	10	17	18	14	8	67	45.90
● 4-6 ชื่อเรื่อง	4	2	7	3	2	18	12.33
● ตั้งแต่ 7 ชื่อเรื่อง	1	1	2	1	1	6	4.10
● ไม่มี	13	18	14	4	6	55	37.67
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00
ย้อนหลัง 4-6 ปี							
● 1-3 ชื่อเรื่อง	13	11	22	11	8	65	44.52
● 4-6 ชื่อเรื่อง	3	12	11	7	3	36	24.66
● ตั้งแต่ 7 ชื่อเรื่อง	3	3	4	1	3	14	9.59
● ไม่มี	9	12	4	3	3	31	21.23
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00
ย้อนหลัง 7-9 ปี							
● 1-3 ชื่อเรื่อง	13	14	19	15	7	68	46.58
● 4-6 ชื่อเรื่อง	3	5	5	3	7	23	15.75
● ตั้งแต่ 7 ชื่อเรื่อง	1	4	4	-	1	10	6.85
● ไม่มี	11	15	13	4	2	45	30.82
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00
ย้อนหลัง 10 ปีขึ้นไป							
● 1-3 ชื่อเรื่อง	5	10	11	6	8	40	27.39
● 4-6 ชื่อเรื่อง	5	6	7	5	3	26	17.81
● ตั้งแต่ 7 ชื่อเรื่อง	4	4	5	-	3	16	10.96
● ไม่มี	14	18	18	11	3	64	43.84
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00

จากตารางที่ 4.5.1 แสดงข้อมูลของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ระหว่างปี พ.ศ. 2549-2553 ที่มีการทบทวนงานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาจากงานวิจัยย้อนหลังที่นับตาม

ระยะเวลาของปีที่วิทยานิพนธ์สำเร็จการศึกษา พบว่าวิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่มีการทบทวนงานวิจัย ดังนี้ คือ 1) ย้อนหลังเป็นระยะเวลา 1-3 ปี จำนวน 1-3 ชื่อเรื่อง จำนวน 67 วิทยานิพนธ์ คิดเป็นร้อยละ 45.9 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด 2) ย้อนหลังเป็นระยะเวลา 4-6 ปี จำนวน 1-3 ชื่อเรื่อง จำนวน 65 วิทยานิพนธ์ คิดเป็นร้อยละ 44.52 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด 3) ย้อนหลังเป็นระยะเวลา 7-9 ปี จำนวน 1-3 ชื่อเรื่อง จำนวน 68 วิทยานิพนธ์ คิดเป็นร้อยละ 46.58 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด และ 4) ร้อยละ 43.84 วิทยานิพนธ์ไม่พบว่ามีมีการทบทวนงานวิจัยย้อนหลังเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี

ตารางที่ 4.5.2 จำนวนและร้อยละของงานวิจัยต่างประเทศที่มีการทบทวนย้อนหลัง

งานวิจัยต่างประเทศ	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา					n = 146	
	2549	2550	2551	2552	2553	รวม	ร้อยละ
<i>ย้อนหลัง 1-3 ปี</i>							
● 1-3 ชื่อเรื่อง	1	2	5	3	5	16	10.95
● 4-6 ชื่อเรื่อง	-	1	-	-	-	1	0.69
● ตั้งแต่ 7 ชื่อเรื่อง	-	-	-	-	-	-	-
● ไม่มี	27	35	36	19	12	129	88.36
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00
<i>ย้อนหลัง 4-6 ปี</i>							
● 1-3 ชื่อเรื่อง	4	3	4	2	1	14	9.58
● 4-6 ชื่อเรื่อง	-	1	-	-	-	1	0.69
● ตั้งแต่ 7 ชื่อเรื่อง	-	-	-	-	1	1	0.69
● ไม่มี	24	34	37	20	15	130	89.04
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00
<i>ย้อนหลัง 7-9 ปี</i>							
● 1-3 ชื่อเรื่อง	5	6	3	4	6	24	16.44
● 4-6 ชื่อเรื่อง	1	-	-	1	-	2	1.37
● ตั้งแต่ 7 ชื่อเรื่อง	-	-	-	-	-	-	-
● ไม่มี	22	32	38	17	11	120	82.19
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00

ตารางที่ 4.5.2 จำนวนและร้อยละของงานวิจัยต่างประเทศที่มีการทบทวนย้อนหลัง (ต่อ)

งานวิจัยต่างประเทศ	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา					n = 146	
	2549	2550	2551	2552	2553	รวม	ร้อยละ
ย้อนหลัง 10 ปีขึ้นไป							
● 1-3 ชื่อเรื่อง	2	5	4	8	4	23	15.75
● 4-6 ชื่อเรื่อง	5	1	1	-	3	10	6.85
● ตั้งแต่ 7 ชื่อเรื่อง	-	2	2	-	-	4	2.73
● ไม่มี	21	30	34	14	10	109	74.67
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00

จากตารางที่ 4.5.2 แสดงข้อมูลของกลุ่มวิทยานิพนธ์สาขาวิชาบริหารธุรกิจที่เข้าถึงได้ ระหว่างปี พ.ศ.2549-2553 ที่มีการทบทวนงานวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาจากงานวิจัยย้อนหลังที่นับตามระยะเวลาของปีที่วิทยานิพนธ์สำเร็จการศึกษา พบว่าวิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่มีการทบทวนงานวิจัยต่างประเทศค่อนข้างน้อยดังนี้ คือ 1) ทบทวนย้อนหลังเป็นระยะเวลา 1-3 ปี จำนวน 1-3 ชื่อเรื่อง มีจำนวน 16 วิทยานิพนธ์ คิดเป็นร้อยละ 10.95 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด 2) ทบทวนย้อนหลังเป็นระยะเวลา 4-6 ปี จำนวน 1-3 ชื่อเรื่อง จำนวน 14 วิทยานิพนธ์ คิดเป็นร้อยละ 9.58 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด 3) ย้อนหลังเป็นระยะเวลา 7-9 ปี จำนวน 1-3 ชื่อเรื่อง จำนวน 24 วิทยานิพนธ์ คิดเป็นร้อยละ 16.44 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด และ 4) ย้อนหลังเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี จำนวน 1-3 ชื่อเรื่อง จำนวน 23 วิทยานิพนธ์ คิดเป็นร้อยละ 15.75 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามการกำหนดสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา					n = 146	
	2549	2550	2551	2552	2553	รวม	ร้อยละ
● แบบมีทิศทาง (Alternative Hypothesis)	19	29	34	17	14	113	77.40
● แบบไม่มีทิศทาง (Null Hypothesis)	1	1	1	-	-	3	2.06
● ไม่มี	8	8	6	5	3	30	20.54
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00

จากตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลการกำหนดสมมติฐานของวิทยานิพนธ์สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ที่เข้าถึงได้ระหว่างปี พ.ศ.2549-2553 พบว่า โดยส่วนใหญ่มีการกำหนด ดังนี้ 1) สมมติฐานการวิจัยแบบมีทิศทาง

(Alternative Hypothesis) จำนวน 113 ชื่อเรื่อง คิดเป็นร้อยละ 77.40 ของวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าถึงได้ 2) สมมติฐานการวิจัยแบบไม่มีทิศทาง (Null Hypothesis) จำนวน 3 ชื่อเรื่อง คิดเป็นร้อยละ 2.06 ของวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าถึงได้ และ 3) ไม่มีสมมติฐานการวิจัย จำนวน 30 ชื่อเรื่อง คิดเป็นร้อยละ 20.54 ของวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าถึงได้

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามการกำหนดนิยามศัพท์

นิยามศัพท์	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา					n = 146	
	2549	2550	2551	2552	2553	รวม	ร้อยละ
นิยามศัพท์ทั่วไป (General Definitions)							
● มี	28	38	41	22	17	146	100.00
● ไม่มี	-	-	-	-	-	-	-
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ (Operational Definitions)							
● มี	-	-	-	-	-	-	-
● ไม่มี	28	38	41	22	17	146	100.00
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00

จากตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูลการกำหนดนิยามศัพท์ในการดำเนินการวิจัยของวิทยานิพนธ์สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ระหว่างปี พ.ศ.2549-2553 ที่เข้าถึงได้ พบว่า วิทยานิพนธ์ทั้งหมด (ร้อยละ 100) มีการกำหนดนิยามศัพท์ทั่วไป ซึ่งเป็นการนิยามในภาพกว้าง แต่ขณะเดียวกันก็พบว่าวิทยานิพนธ์ทั้งหมด ยังไม่ได้กำหนดนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการในลักษณะที่มีความเฉพาะ และระบุลักษณะการวัดในแต่ละตัวแปรอย่างชัดเจน

จากตารางที่ 4.8 (หน้าถัดไป) แหล่งที่มาของข้อมูลของวิทยานิพนธ์สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ระหว่างปี พ.ศ.2549-2553 ที่เข้าถึงได้ พบว่า ส่วนใหญ่มาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ คิดเป็นร้อยละ 89.73 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด และมีเพียงร้อยละ 6.16 ที่ข้อมูลได้จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

สำหรับการรวบรวมข้อมูล พบว่าวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ส่วนใหญ่มีการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง (Sample) คิดเป็นร้อยละ 86.98 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ และมีเพียงร้อยละ 13.02 ที่เป็นวิทยานิพนธ์ที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามแหล่งที่มาของการรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูล	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา					n = 146	
	2549	2550	2551	2552	2553	รวม	ร้อยละ
● ปริญญาตรี	25	34	35	21	16	131	89.73
● ศึกษานิพนธ์	2	4	1	1	1	9	6.16
● ปริญญาตรี & ศึกษานิพนธ์	1	-	5	-	-	6	4.11
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00
การรวบรวมข้อมูล							
● ประชากร	5	6	3	3	2	19	13.02
● กลุ่มตัวอย่าง	23	32	38	19	15	127	86.98
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00

ตารางที่ 4.8.1 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามแหล่งที่มาตามลักษณะข้อมูล

แหล่งที่มา	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา					n = 146	
	2549	2550	2551	2552	2553	รวม	ร้อยละ
ข้อมูลปริญญาตรี							
● ลูกค้า/ผู้บริโภคร	8	15	17	6	3	49	33.56
● ผู้ปฏิบัติงาน/พนักงาน	5	8	9	9	6	37	25.34
● ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการ	4	7	6	3	3	23	15.75
● ผู้บริหารและพนักงาน	2	3	1	-	2	8	5.48
● สถานประกอบการและลูกค้า	-	-	2	-	1	3	2.05
● องค์กร/สถานประกอบการ	6	-	5	3	1	15	10.27
● ผู้เชี่ยวชาญ	-	1	-	-	-	1	0.68
● ไม่มีข้อมูลปริญญาตรี	3	4	1	1	1	10	6.87
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00
ข้อมูลศึกษานิพนธ์							
● ข้อมูลทางการเงินของบริษัท	2	2	5	1	1	11	7.53
● ข้อมูลธุรกรรมของผู้ใช้บริการ	1	2	1	-	-	4	2.73
● ไม่มีข้อมูลศึกษานิพนธ์	25	34	35	21	16	131	89.74
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00

จากตารางที่ 4.8.1 แสดงรายละเอียดของแหล่งที่มาของข้อมูลของวิทยานิพนธ์สาขาวิชาบริหารธุรกิจที่เข้าถึงได้ ระหว่างปี พ.ศ.2549-2553 พบว่า ข้อมูลที่มาจากแหล่งปฐมภูมิส่วนใหญ่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.56 ของวิทยานิพนธ์ที่รวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิทั้งหมด และแหล่งปฐมภูมิรองลงมาเป็นข้อมูลที่รวบรวมจากผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานและผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 25.34 และ ร้อยละ 15.75 ตามลำดับ

สำหรับข้อมูลที่มาจากแหล่งทุติยภูมิ พบว่าวิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่เป็นการรวบรวมข้อมูลทางการเงินที่บริษัทได้จัดรวบรวมไว้แล้ว คิดเป็นร้อยละ 7.53 ของวิทยานิพนธ์ที่มีข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิทั้งหมด

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามวิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง

วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
● คำนวณโดยใช้สูตรทาร์ยามานเน่	123	96.85
● เปิดตารางการสุ่มตัวอย่างของเครซีและมอร์แกน	4	3.15
รวม	127	100.00

จากตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูลวิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างในการรวบรวมข้อมูลของวิทยานิพนธ์สาขาวิชาบริหารธุรกิจที่เข้าถึงได้ ระหว่างปี พ.ศ.2549-2553 พบว่า โดยส่วนใหญ่ของวิทยานิพนธ์ใช้สูตรทาร์ยามานเน่ เป็นวิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 96.85 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ทั้งหมด

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามวิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา					n = 146	
	2549	2550	2551	2552	2553	รวม	ร้อยละ
<i>แบบใช้ความน่าจะเป็น</i>							
● การสุ่มอย่างง่าย	-	3	5	-	-	8	6.20
● การสุ่มอย่างเป็นระบบ	1	-	2	1	-	4	3.14
● การสุ่มแบบสัดส่วน	9	8	9	10	10	46	35.65
● การสุ่มแบบหลายขั้นตอน	5	2	5	-	1	13	10.07

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามวิธีการสุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

วิธีการสุ่มตัวอย่าง	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา					n = 146	
	2549	2550	2551	2552	2553	รวม	ร้อยละ
แบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น							
● การสุ่มแบบเจาะจง	4	9	8	5	2	28	21.70
● การสุ่มแบบสะดวก	1	4	3	-	2	10	7.75
● การสุ่มแบบโควต้า	3	1	3	2	-	9	6.97
● การสุ่มแบบบังเอิญ	-	2	3	1	-	6	4.65
● ไม่ระบุ	-	3	-	2	-	5	3.87
รวม	23	32	38	21	15	129	100.00

จากตารางที่ 4.10 แสดงรายละเอียดของการกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างของวิทยานิพนธ์สาขาวิชาบริหารธุรกิจที่เข้าถึงได้ ระหว่างปี พ.ศ.2549-2553 พบว่า โดยภาพรวมวิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น คิดเป็นร้อยละ 55.06 ของกลุ่มวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่มีการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยพบว่าวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนมีการเลือกใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.65 และรองลงมาพบว่าเป็นการเลือกใช้วิธีแบบหลายขั้นตอน คิดเป็นร้อยละ 10.07 ของกลุ่มวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่มีการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

นอกจากนี้พบว่า ร้อยละ 44.94 ของกลุ่มวิทยานิพนธ์ที่มีการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้มีการเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยส่วนใหญ่เลือกใช้วิธีการแบบเจาะจง คิดเป็นร้อยละ 21.70 และรองลงมา คือวิธีการแบบสะดวก คิดเป็นร้อยละ 7.75 ของกลุ่มวิทยานิพนธ์ที่มีการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
● แบบสอบถาม	127	87.99
● แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์	4	1.74
● แบบตรวจรายการ	15	10.27
รวม	146	100.00

จากตารางที่ 4.11 แสดงข้อมูลการใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มวิทยานิพนธ์สาขาวิชาบริหารธุรกิจที่เข้าถึงได้ ระหว่างปี พ.ศ.2549-2553 พบว่า โดยส่วนใหญ่ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บและรวบรวมข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 87.99 กลุ่มวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าถึงได้

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์จำแนกตามการใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา					n = 146	
	2549	2550	2551	2552	2553	รวม	ร้อยละ
● Descriptive analysis	5	5	5	2	1	18	12.32
● Paired t-test							-
● MANOVA							-
● Cluster analysis							-
● Structural equation modeling/path							-
● Time series							-
● Content analysis/data mining		1				1	0.68
● DEA/DCA							-
● Descriptive & t-test & ANOVA	8	12	16	8	5	49	33.56
● Descriptive & t-test & ANOVA & Chi-Square test	2	6	5	2	2	17	11.64
● Descriptive & Pearson's Correlation		2	-		1	3	1.59
● Descriptive & Chi-Square test	4	5	6	3		18	12.32
● Descriptive & Chi-Square test & Pearson's Correlation		1	-		2	3	1.59
● Descriptive & t-test & ANOVA & Pearson's Correlation	2		4	1		7	6.22
● Descriptive & Regression	2	4	2	2	4	14	9.58
● Descriptive & Factor analysis			1	1	1	3	1.59
● Descriptive & Content analysis & วิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน	5	2	2	3	1	13	8.91
รวม	28	38	41	22	17	146	100.00

จากตารางที่ 4.12 แสดงรายละเอียดของการเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มวิทยานิพนธ์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจที่เข้าถึงได้ ระหว่างปี พ.ศ.2549-2553 พบว่า โดยภาพรวมวิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่ใช้สถิติเชิงพรรณนาเป็นพื้นฐานร่วมด้วยสถิติเชิงอนุมานทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทั้งสถิติที (Independent t-test) ร่วมกับการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) คิดเป็นร้อยละ 33.56 ของวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าถึงได้ และสถิติที่นิยมใช้รองลงมาพร้อมกับสถิติเชิงพรรณนา คือ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square test) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Test of Association) คิดเป็นร้อยละ 12.32 ของวิทยานิพนธ์ทั้งหมด

สำหรับสถิติที่ยังมีการใช้ค่อนข้างน้อย ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's correlation) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรร่วมกับสถิติเชิงพรรณนา, การวิเคราะห์องค์ประกอบ หรือการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ร่วมกับสถิติเชิงพรรณนา, การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square test) & สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's correlation) ร่วมกับสถิติเชิงพรรณนา และ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)/ การทำเหมืองข้อมูล (data mining)

นอกจากนี้ยังพบว่าไม่มีการใช้สถิติทดสอบดังต่อไปนี้ ได้แก่ การวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster analysis), การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของสองประชากรไม่อิสระ (Paired t-test), การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)/การวิเคราะห์ตามหลักการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis), การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (Multivariate Analysis of Variance: MANOVA), การวิเคราะห์อนุกรมเวลา (Time series analysis) และ การประเมินประสิทธิภาพ (Data Envelopment Analysis: DEA)/ Detrended correspondence analysis: DCA)

4.3 ตอนที่ 3: องค์ความรู้

จากตารางที่ 4.4.1 และ ตารางที่ 4.4.2 แสดงข้อมูลการนำทฤษฎี และแนวคิดมาใช้ในการศึกษาวิจัย พบว่าส่วนใหญ่ เป็นทฤษฎีพื้นฐานด้านการบริหาร ทฤษฎีพื้นฐานด้านการตลาด และแนวคิดพื้นฐานการบริหารทางบัญชีและการเงิน จึงสรุปเป็นองค์ความรู้ตามศาสตร์ที่ได้รับดังแสดงในตารางที่ 4.13

นอกจากนี้จากผลการสังเคราะห์ข้อมูลกระบวนการวิจัยของวิทยานิพนธ์ สรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับการวิจัย แสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 สรุปองค์ความรู้ของวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ ช่วงปี พ.ศ. 2549 - 2553

องค์ความรู้ของวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ	
1. ศาสตร์	<p>1. ด้านการจัดการ</p> <p>1.1 องค์ความรู้ด้านการจูงใจของผู้ปฏิบัติงาน พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานแต่ละองค์กรขึ้นอยู่กับเพศ อายุ วุฒิการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์ และการจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน คือค่าตอบแทน และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน</p> <p>1.2 องค์ความรู้ด้านความเป็นผู้นำ พบว่าความแตกต่างลักษณะผู้นำขึ้นอยู่กับประสบการณ์การทำงาน และขนาดขององค์กร คุณลักษณะของผู้นำที่มีประสิทธิภาพคือผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง ผู้นำมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร โดยเฉพาะการกำหนดนโยบายที่เหมาะสม การสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรในองค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>1.3 องค์ความรู้ด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ พบว่า ความแตกต่างขององค์กรแห่งการเรียนรู้ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากร ลักษณะขององค์กรแห่งการเรียนรู้จะต้องปฏิบัติตามข้อบัญญัติ 5 ประการ คือ 1) บุคลากรมีจิตสำนึกในการใฝ่เรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเอง 2) มีการพัฒนารูปแบบความคิดความเชื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง 3) มีการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันของคนในองค์กร 4) มีการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนเป็นทีม และ 5) การที่คนในองค์กรมีความสามารถที่จะเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ โดยมองเห็นภาพความสัมพันธ์กันเป็นระบบได้อย่างเข้าใจและมีเหตุมีผล</p> <p>1.4 องค์ความรู้การจัดการห่วงโซ่อุปทาน พบว่าการที่ห่วงโซ่อุปทานจะสำเร็จได้จะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญ คือมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน มีการร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน มีการใช้ระบบบูรณาการ และมีการพัฒนาบุคลากร</p>

ตารางที่ 4.13 สรุปองค์ความรู้ของวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ ช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2553 (ต่อ)

องค์ความรู้ของวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ	
	<p>2. ด้านการตลาด</p> <p>2.1 องค์ความรู้พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการตลาด</p> <p>2.2 องค์ความรู้ส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ และคุณลักษณะของผู้บริโภค</p> <p>2.3 องค์ความรู้การตัดสินใจซื้อ พบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นกับความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด</p> <p>2.4 องค์ความรู้คุณภาพการบริการ พบว่าการรับรู้และคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม</p> <p>3. ด้านการเงินและบัญชี</p> <p>3.1 องค์ความรู้โครงสร้างเงินทุน พบว่า ปัจจัยความแปรปรวนของรายได้ และความสามารถในการทำกำไร มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจ</p> <p>3.2 องค์ความรู้ดัชนีตัวชี้วัดทางการเงิน เป็นการวัดยอดขาย ยอดการผลิต ต้นทุนการผลิต ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ความสามารถในการหารายได้ อัตราส่วนทางการเงิน</p> <p>3.3 องค์ความรู้การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ด้านการตลาด การผลิต บุคลากร และการเงิน</p>
2. การวิจัย	<p>1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เป็นการวิจัยที่เน้นข้อมูลที่เป็นตัวเลข ให้ความสำคัญในการจัดกระทำข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตัวเลขทางสถิติ และยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบหรือสรุปต่างๆ ของการศึกษา</p> <p>2. การกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยสูตร Taro Yamane</p> $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$ <p>เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง N คือ ขนาดประชากร</p>

องค์ความรู้ของวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ	
2. การวิจัย	<p>e คือ คลาดคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง เช่น</p> <p>ระดับความเชื่อมั่น 90% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.10</p> <p>ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 (ปกตินิยมระดับความเชื่อมั่น 95%)</p> <p>ระดับความเชื่อมั่น 99% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01</p> <p>3. การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนหรือชั้นภูมิ และการสุ่มแบบเจาะจง</p> <p>3.1 การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนหรือชั้นภูมิ เป็นวิธีสุ่มตัวอย่างแบบแยกออกเป็นกลุ่ม พวก หรือชั้น ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยที่แต่ละกลุ่มมีลักษณะประชากรภายในกลุ่มเดียวกันคล้ายคลึงกัน และลักษณะต่างกลุ่มกันจะแตกต่างกัน ในการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มจะสุ่มตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง อาจจะเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม</p> <p>ขั้นต่อไปจึงสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการอย่างง่ายให้ได้ขนาดตัวอย่างครบตามจำนวนสัดส่วน กลุ่มตัวอย่างที่ได้มีความเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดรวมทั้งมีความเป็นตัวแทนประชากรแต่ละชั้นด้วย</p> <p>3.2 การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ ของผู้ทำวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบนี้มีชื่อเรียกอีกอย่างว่า Judgment sampling</p> <p>4. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นเทคนิคที่ใช้ในการหาข้อสรุปของข้อมูล ซึ่งข้อสรุปและผลที่ได้จะพรรณนาลักษณะหรือแจกแจงข้อมูลตามที่ได้รวบรวมมาเท่านั้น มักนำเสนอในรูปของ ตาราง แผนภาพ แผนภูมิ ร้อยละ สัดส่วน เปอร์เซ็นไทล์ การแจกแจงความถี่ การหาค่าเฉลี่ย การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ฯลฯ</p>