

## บทที่ 5

### สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค้นลักษณะงานวิจัยวิทยานิพนธ์ และสังเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ของผู้สำเร็จการศึกษาระหว่างปีการศึกษา 2549 ถึง 2553

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ วิทยานิพนธ์ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ตั้งแต่ปีการศึกษา 2549 ถึง 2553 โดยทำการศึกษาจากกลุ่มประชากรที่เข้าถึงได้ คือสามารถสืบค้นจากห้องสมุดของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีจำนวน 146 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบวิเคราะห์เนื้อหา (Checklist for content analysis) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

#### 5.1 สรุปคุณลักษณะงานวิจัยวิทยานิพนธ์

ข้อมูลวิทยานิพนธ์ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2549 ถึง พ.ศ. 2553 จำนวน 146 เล่ม จำแนกตามปี การศึกษาที่สำเร็จการศึกษ พบว่าวิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่มาจากปีสำเร็จการศึกษาช่วงปี พ.ศ. 2550 และ 2551 และรองลงมาเป็นกลุ่มที่มาจากปีสำเร็จการศึกษาช่วงปี พ.ศ. 2549 และ 2552 ตามลำดับ ส่วนปีที่มี จำนวนวิทยานิพนธ์สำเร็จการศึกษาน้อยที่สุดคือ ปี พ.ศ. 2553

หัวข้อเรื่องส่วนใหญ่ของวิทยานิพนธ์ จะเป็นหัวข้อที่อยู่ในกลุ่มด้านการจัดการ และกลุ่มทาง การตลาดเป็นลำดับรองลงมาซึ่งมีจำนวนค่อนข้างใกล้เคียงกัน ส่วนวิทยานิพนธ์ที่เป็นหัวข้อที่อยู่ในกลุ่ม ทางการเงินและการบัญชี มีจำนวนประมาณร้อยละ 10 ของวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าถึงได้ เมื่อพิจารณา หัวข้อเรื่องของกลุ่มวิทยานิพนธ์ที่จัดอยู่ในกลุ่มด้านการจัดการ พบว่าหัวข้อเรื่องส่วนใหญ่สามารถ จำแนกเป็น 3 กลุ่มย่อย ตามลำดับของจำนวน ดังนี้ 1) กลุ่มการจัดการทั่วไป วิทยานิพนธ์กลุ่มด้านการ จัดการส่วนใหญ่จะเน้นหัวข้อในกลุ่มนี้มากที่สุด ได้แก่ การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ผู้นำแห่งการ เปลี่ยนแปลง และความสำเร็จของผู้ประกอบการ 2) กลุ่มการพัฒนาหรือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะความพึงพอใจ ขวัญและกำลังใจ ทัศนคติ และการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และ 3) กลุ่มการจัดการการดำเนินงานและแบบจำลองการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นงานที่เกี่ยวกับหัวข้อ การศึกษาระบบมาตรฐานสากล โลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทาน

ส่วนหัวข้อเรื่องวิทยานิพนธ์ด้านการตลาด พบว่าหัวข้อเรื่องส่วนใหญ่สามารถจำแนกเป็น 4 กลุ่มย่อย ตามลำดับได้ดังนี้ คือ 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ/การตัดสินใจซื้อ เป็นเรื่องเกี่ยวกับ

การตัดสินใจซื้อในผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมทั้งเรื่องเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ 2) พฤติกรรมการบริโภค/การซื้อ/การเลือกซื้อ/การเช่า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคในผลิตภัณฑ์ต่างๆ 3) คุณภาพการบริการ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า และ 4) กลยุทธ์/การส่งเสริมการขาย/การแข่งขัน

ส่วนวิทยานิพนธ์ด้านการเงิน พบว่าหัวข้อเรื่องส่วนใหญ่มักเน้นการวิเคราะห์ผลตอบแทน/การลงทุน และรองลงมา คือ หัวข้อการพัฒนาบุคลากรทางการบัญชี/การจัดการ

## 5.2 สรุปการสังเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยวิทยานิพนธ์

5.2.1 กระบวนการวิจัย สำหรับกระบวนการวิจัยนั้นพบว่าวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าถึงได้ ส่วนใหญ่เป็นการวิจัยประเภทเชิงปริมาณ ซึ่งวิทยานิพนธ์ที่จัดอยู่ในกลุ่มการจัดการ มีการทบทวนวรรณกรรมและศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ได้แก่ ทฤษฎีพื้นฐานด้านการบริหาร โดยเฉพาะทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ ทฤษฎีการจูงใจการเสริมแรงหรือเงื่อนไขการปฏิบัติ ทฤษฎีจูงใจของ Herzberg's Motivation Hygiene Theory ทฤษฎีองค์กรแห่งการเรียนรู้ ทฤษฎี 7S ของ McKinsey และทฤษฎีผู้นำ/พฤติกรรม/การเปลี่ยนแปลง และในส่วนของวิทยานิพนธ์ที่จัดอยู่ในกลุ่มการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการประยุกต์จากทฤษฎีคุณภาพการบริการของพาราสูมาน ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่มีการศึกษาเป็นส่วนใหญ่

ส่วนวิทยานิพนธ์ที่มีการทบทวนวรรณกรรมในรูปแบบของแนวคิด ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน แนวคิดระบบบริหารคุณภาพโดยรวม แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทาน แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมขององค์กร แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน แนวคิดเกี่ยวกับดัชนีตัวชี้วัดทางการเงิน แนวคิดการบริหารงบประมาณ แนวคิดการจัดซื้อ/จัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์ แนวคิดการบริหารจัดการ แนวคิดการจัดการแบบลีน แนวคิดการควบคุมภายใน แนวคิดการจัดองค์กร แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ แนวคิดของ Balanced Scorecard และแนวคิดการวิเคราะห์ห้องปฏิบัติการ

การทบทวนงานวิจัยในประเทศ พบว่าร้อยละ 91.1 ของวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าถึงได้มีการทบทวนงานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้อง ขณะที่เกือบร้อยละ 70 ของวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าถึงได้ไม่มีการทบทวนหรือค้นคว้างานวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

การกำหนดสมมติฐานของวิทยานิพนธ์ โดยส่วนใหญ่มีการกำหนดสมมติฐานการวิจัยแบบมีทิศทาง (Alternative Hypothesis) อย่างไรก็ตามพบว่าประมาณร้อยละ 20.54 ของวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าถึงได้ไม่มีการกำหนดสมมติฐานการวิจัย

การกำหนดนิยามศัพท์ในการดำเนินการวิจัย พบว่า วิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าถึงได้มีการกำหนดนิยามศัพท์ เป็นลักษณะนิยามศัพท์ทั่วไป

แหล่งที่มาของการรวบรวมข้อมูลของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ พบว่า ส่วนใหญ่เก็บรวบรวมข้อมูลมาจากแหล่งปฐมภูมิ ส่วนใหญ่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด รองลงมาเป็นข้อมูลที่รวบรวมจากผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงาน และผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการตามลำดับ สำหรับข้อมูลที่รวบรวมมาจากแหล่งทุติยภูมิพบว่าส่วนใหญ่มีการรวบรวมข้อมูลจากทางการเงินของบริษัทเป็นส่วนใหญ่

การกำหนดขนาดตัวอย่าง วิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ส่วนใหญ่ใช้สูตรทาร์ยามาเนในการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยภาพรวมส่วนใหญ่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสัดส่วนมากที่สุด เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ส่วนใหญ่ใช้เป็นแบบสอบถาม

การเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า โดยภาพรวมวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ส่วนใหญ่ใช้สถิติเชิงพรรณนาเป็นพื้นฐานร่วมด้วยสถิติเชิงอนุมานทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทั้งสถิติที (Independent t-test) ร่วมกับการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และสถิติที่นิยมใช้รองลงมาพร้อมกับสถิติเชิงพรรณนา คือ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square test) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Test of Association)

**5.2.2 องค์ความรู้ จากข้อมูลการนำทฤษฎี และแนวคิดมาใช้ในการศึกษาวิจัยสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ตามศาสตร์ และองค์ความรู้เกี่ยวกับการวิจัย คือ**

**1) องค์ความรู้ตามศาสตร์** จากวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ประกอบด้วยศาสตร์การจัดการการตลาด และการเงินและบัญชี ดังนี้คือ

**1.1) ด้านการจัดการ ได้แก่**

1.1.1) องค์ความรู้ด้านการจูงใจของผู้ปฏิบัติงาน พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเพศ อายุ วุฒิการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์ และการจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน คือค่าตอบแทน และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

1.1.2) องค์ความรู้ด้านความเป็นผู้นำ พบว่า คุณลักษณะของผู้นำที่มีประสิทธิภาพคือ ผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง ผู้นำมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร โดยเฉพาะการกำหนดนโยบายที่เหมาะสม การสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรในองค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.1.3) องค์ความรู้ด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ พบว่า ลักษณะขององค์กรแห่งการเรียนรู้จะต้องปฏิบัติตามข้อบัญญัติ 5 ประการ คือ 1) บุคลากรมีจิตสำนึกในการใฝ่เรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเอง 2) มีการพัฒนารูปแบบความคิดความเชื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง 3) มีการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันของคนในองค์กร 4) มีการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนเป็นทีม และ 5) การที่คนในองค์กรมีความสามารถที่จะเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ โดยมองเห็นภาพความสัมพันธ์กันเป็นระบบได้อย่างเข้าใจและมีเหตุมีผล

1.1.4) องค์ความรู้การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน มีการร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน มีการใช้ระบบบูรณาการ และมีการพัฒนานวัตกรรม

### 1.2) ด้านการตลาด ได้แก่

1.2.1) องค์ความรู้พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการตลาด

1.2.2) องค์ความรู้ส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ และคุณลักษณะของผู้บริโภค

1.2.3) องค์ความรู้การตัดสินใจซื้อ พบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ขึ้นกับความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

1.2.4) องค์ความรู้คุณภาพการบริการ พบว่าการรับรู้และคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

### 1.3) ด้านการเงินและบัญชี

1.3.1) องค์ความรู้โครงสร้างเงินทุน พบว่า ปัจจัยความแปรปรวนของรายได้ และความสามารถในการทำกำไร มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจ

1.3.2) องค์ความรู้ดัชนีตัวชี้วัดทางการเงิน เป็นการวัดยอดขาย ยอดการผลิต ต้นทุนการผลิต ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ความสามารถในการหารายได้ อัตราส่วนทางการเงิน

1.3.3) องค์ความรู้การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ประกอบด้วยการวิเคราะห์ด้านการตลาด การผลิต บุคลากร และการเงิน

## 2) องค์ความรู้เกี่ยวกับการวิจัย ประกอบด้วย

2.1) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เป็นการวิจัยที่เน้นข้อมูลที่เป็นตัวเลข ให้ความสำคัญในการจัดกระทำข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตัวเลขทางสถิติ และยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบหรือสรุปต่างๆ ของการศึกษา

### 2.2) การกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยสูตร Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ คลาดคลาดเคลื่อน



### 2.3) การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนหรือชั้นภูมิ และการสุ่มแบบเจาะจง

2.3.1) การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนหรือชั้นภูมิ เป็นวิธีสุ่มตัวอย่างแบบแยกออกเป็นกลุ่มพวก หรือชั้น ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยที่แต่ละกลุ่มมีลักษณะประชากรภายในกลุ่มเดียวกัน คล้ายคลึงกัน และลักษณะต่างกลุ่มกันจะแตกต่างกัน ในการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มจะสุ่มตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง อาจจะเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ขึ้นต่อไปจึงสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการอย่างง่ายให้ได้ขนาดตัวอย่างครบตามจำนวนสัดส่วน กลุ่มตัวอย่างที่ได้มีความเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด รวมทั้งมีความเป็นตัวแทนประชากรแต่ละชั้นด้วย

2.3.2) การสุ่มแบบเจาะจง เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ ของผู้ทำวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบนี้มีชื่อเรียกอีกอย่างว่า Judgement sampling

2.4) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นเทคนิคที่ใช้ในการหาข้อสรุปของข้อมูล ซึ่งข้อสรุปและผลที่ได้จะพรรณนาลักษณะหรือแจกแจงข้อมูลตามที่ได้รวบรวมมาเท่านั้น มักนำเสนอในรูปของ ตาราง แผนภาพ แผนภูมิ ร้อยละ สัดส่วน เปอร์เซ็นไทล์ การแจกแจงความถี่ การหาค่าเฉลี่ย การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ฯลฯ

## 5.3 อภิปรายผลการสังเคราะห์ข้อมูล

1) หัวข้อเรื่องวิทยานิพนธ์ จากผลการศึกษาค้นคว้าพบว่าหัวข้อเรื่องส่วนใหญ่ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ จะเป็นหัวข้อที่อยู่ในกลุ่มด้านการจัดการ และทางการตลาด ตามลำดับ เนื่องจากการจัดการและการตลาดเป็นกลุ่มวิชาพื้นฐานของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จากข้อมูลดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นถึงความสนใจของนักศึกษาในกลุ่มวิชาดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของดร.ชนัน บุญเหมือนใจ และคณะ (2549) ได้ศึกษาเรื่องวิเคราะห์และการใช้ประโยชน์วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระแขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ปีพุทธศักราช 2545-2548 ผลการศึกษาพบว่า ทั้งวิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระส่วนใหญ่มีเนื้อหาที่ศึกษาทำนองเดียวกัน คือ ขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษาเป็นกลุ่มวิชาการตลาด จึงได้มีการปรับหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เป็น 2 หลักสูตรที่ประกอบด้วย 1) หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) และ 2) หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554

2) ประเภทการวิจัย จากผลการศึกษาพบว่าวิทยานิพนธ์ทั้งหมดวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ เป็นการวิจัยประเภทเชิงปริมาณ โดยการสร้างแบบสอบถามเป็นเครื่องมือใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นข้อสังเกตว่าอาจจะเป็นเพราะนักศึกษาในระบบทางไกลต้องเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งในชีวิตประจำวันจะมีความคุ้นเคยกับการถูกใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ประกอบกับนักศึกษาทราบดีว่าการใช้

แบบสอบถามมีความรวดเร็วในการรวบรวมข้อมูลมากกว่าการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ผ่านมาช่วงปีพุทธศักราช 2545-2548 พบว่าส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (ครรรชนี บุญเหมือนใจ และคณะ 2549)

3) ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย จากผลการศึกษาพบว่าทฤษฎีที่นักศึกษานำมาใช้ในการวิจัยส่วนใหญ่เป็นทฤษฎีพื้นฐานด้านการบริหาร โดยเฉพาะ ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์และ ทฤษฎีจูงใจของ Herzberg's Motivation Hygiene Theory และเช่นเดียวกันกับในส่วนของการตลาด พบว่า ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่มีการศึกษาเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษาได้ศึกษาทฤษฎีเหล่านี้ในชุดวิชาพื้นฐาน

4) การทบทวนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากผลการศึกษาพบว่าร้อยละ 91.1 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ มีการทบทวนงานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้องและเป็นการทบทวนงานวิจัยที่ค่อนข้างล้ำสมัยย้อนหลังไปมากกว่า 5 ปี และเป็นงานวิจัยที่มักจะใช้ซ้ำกันในกลุ่มวิทยานิพนธ์ที่ทำเรื่องคล้ายคลึงกันอาจเป็นเพราะข้อมูลวิทยานิพนธ์ในปัจจุบันอยู่ในฐานข้อมูลระบบออนไลน์ทำให้นักศึกษาใช้ข้อมูลการทบทวนงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ที่มีการนำเสนอผ่านทาง Google มากกว่าที่นักศึกษาจะค้นคว้าเองจากระบบห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ จึงทำให้การทบทวนงานวิจัยไม่กว้างขวาง และบางเล่มก็นำงานวิจัยที่ไม่สอดคล้องกับงานวิทยานิพนธ์ที่ศึกษามาเขียน นอกจากนี้บางวิทยานิพนธ์ยังมีความเข้าใจตลาดเคลื่อนระบุน่าทบทวนจากบทคัดย่อ เช่น กิติมา แต้มทอง (2541: บทคัดย่อ) เป็นต้น

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าเกือบร้อยละ 70 ของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ไม่มีการทบทวนหรือค้นคว้างานวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่านักศึกษาให้ความสำคัญต่อการค้นคว้าวารสารต่างประเทศน้อยมาก ประกอบกับนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตไม่ได้มีการเตรียมความพร้อมของด้านทักษะภาษาต่างประเทศก่อนเข้าเรียนในหลักสูตรเหมือนกับบางสถาบันการศึกษาและชุดวิชาเกือบทุกชุดวิชาที่เป็นภาษาไทย

5) การกำหนดสมมติฐาน จากผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีการกำหนดสมมติฐานการวิจัยแบบมีทิศทาง สมมติฐานที่นิยามกำหนดในวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ดังกล่าวข้างต้น คือ

“ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพองค์กรต่างกัน”

“ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีประสิทธิผลต่อการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน”

“ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตที่แตกต่างกัน”

“ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน”

“ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการขาย”

“ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ”

ลักษณะการกำหนดสมมติฐานข้างต้นจะมีการกำหนดที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากกรอบแนวคิดการวิจัยของวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ บริหารธุรกิจส่วนใหญ่จะกำหนดตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นเป็นปัจจัยส่วนบุคคล อาจเป็นเพราะนักศึกษาไม่ได้วิเคราะห์ว่าหน่วยวิเคราะห์ที่แท้จริงคืออะไร

6) การกำหนดนิยามศัพท์ จากผลการศึกษาพบว่า วิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ส่วนใหญ่จะกำหนดเฉพาะนิยามศัพท์ทั่วไป แต่พบว่านักศึกษอธิบายนิยามศัพท์เฉพาะในลักษณะเดียวกับนิยามศัพท์ทั่วไป ดังตัวอย่าง

## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 อุบัติเหตุ (Accident) หมายถึง เหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ อาจเกิดจากการที่ไม่ได้คาดคิดไว้ล่วงหน้าหรือไม่ทราบล่วงหน้า หรือขาดการควบคุม แต่เมื่อเกิดขึ้นแล้วมีผลให้เกิดการบาดเจ็บ หรือความเจ็บป่วยจากการทำงาน หรือการเสียชีวิต หรือความสูญเสียต่อทรัพย์สิน หรือความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมในการทำงานหรือสาธารณชน (คู่มือการจัดทำระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย, 2543)

7) แหล่งที่มาของข้อมูล จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่วิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ เก็บรวบรวมข้อมูลมาจากแหล่งปฐมภูมิ โดยส่วนใหญ่มีการสร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด รองลงมาเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงาน เนื่องจากหัวข้อของวิทยานิพนธ์เกี่ยวข้องกับทางด้านการตลาดและด้านการจัดการ

สำหรับข้อมูลที่รวบรวมมาจากแหล่งทุติยภูมิพบว่าส่วนใหญ่เป็นวิทยานิพนธ์ทางการบัญชีและการเงินที่มีการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการเงินของบริษัทเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามพบว่าบางวิทยานิพนธ์ยังมีความสับสนในการจำแนกแหล่งข้อมูลที่มาจากปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ตัวอย่างที่พบในวิทยานิพนธ์บางเล่มที่เข้าใจคลาดเคลื่อนและระบุการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิเป็นปฐมภูมิ คือ ข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลจากโรงพยาบาลเอกชนเกี่ยวกับจำนวน จำนวนครั้งในการใช้เครื่องไตเทียม และค่าใช้จ่ายของผู้ป่วยไตวายที่รวบรวมจากข้อมูลของโรงพยาบาล

8) การกำหนดขนาดและการสุ่มตัวอย่างจากผลการศึกษาพบว่า วิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ส่วนใหญ่ใช้สูตรทาโรยามาเนในการกำหนดขนาดตัวอย่าง มีบางวิทยานิพนธ์ที่ใช้วิธีเปิดตารางการสุ่มตัวอย่างของเครซีและมอร์แกน เนื่องจากการกำหนดขนาดตัวอย่างเป็นวิธีที่คำนวณง่าย แต่ก็มีข้อจำกัดในกรณีคำนวณขนาดตัวอย่างจากกรณีศึกษาที่มีจำนวนประชากรจำนวนมาก ก็จะคำนวณได้ไม่เกิน 400 ตัวอย่าง ซึ่งอาจมีผลต่อผลการวิจัยเพราะขนาดตัวอย่างสูตรของ Yamane มีข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น ค่า 1.96 ก็ใช้ 2 แทนและยัง Assume  $p=0.5$

โดยภาพรวมพบว่าวิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสัดส่วนมากที่สุด เนื่องจากการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่เป็นกลุ่ม เช่น พนักงานแต่ละฝ่ายของบริษัท เป็นต้น

9) การเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล จากผลการศึกษาพบว่าโดยภาพรวมวิทยานิพนธ์ที่เข้าถึงได้ ส่วนใหญ่ใช้สถิติเชิงพรรณนาเป็นพื้นฐานร่วมด้วยสถิติเชิงอนุมานทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทั้งสถิติที่ (Independent t-test) ร่วมกับการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) เนื่องจากวิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่จะมีการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านปัจจัยส่วนบุคคลทั้งที่ไม่ใช่วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

นอกจากนี้ยังพบว่าก่อนการเลือกใช้สถิติต่างๆ ไม่ได้มีการตรวจสอบข้อมูลตามข้อกำหนดเบื้องต้นของแต่ละสถิติ อาจเป็นเพราะสถิติที่เลือกใช้เป็นระดับพื้นฐาน

## 5.4 ข้อเสนอแนะ

ข้อค้นพบจากการวิจัยได้แสดงให้เห็นภาพรวมของคุณลักษณะงานวิจัยวิทยานิพนธ์และสังเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชและแนวโน้มของการประเด็นการวิจัยในอนาคต ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีประเด็นที่เป็นข้อเสนอแนะ 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและปฏิบัติ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป ดังนี้

### 5.4.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและปฏิบัติ

#### 1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมการพัฒนาระบบการจัดการเรียนการสอนด้านบัณฑิตศึกษา ให้มีความเข้มแข็งในแต่ละสาขาวิชา โดยมีแนวทางการส่งเสริมดังนี้

1.1) มหาวิทยาลัยควรกำหนดให้นักศึกษาส่งหัวข้อวิทยานิพนธ์ในเทอมที่สองตั้งแต่เปิดเรียนและกำหนดชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาให้แก่นักศึกษา เพื่อให้นักศึกษาได้มีเวลาในการจัดทำวิทยานิพนธ์ที่เพียงพอ

1.2) มหาวิทยาลัยควรมีนโยบายที่ส่งเสริมให้มีการจัดสอบตั้งแต่การนำเสนอหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์อย่างเป็นทางการก่อนที่จะดำเนินการวิจัยต่อ เพื่อให้นักศึกษาได้รับทราบข้อเสนอแนะและทิศทางที่ชัดเจนในการทำวิจัยจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่ปรึกษาร่วม และกรรมการสอบ



1.3) มหาวิทยาลัยควรกำหนดให้มีการจัดตั้งศูนย์ภาษาอังกฤษ เพื่อช่วยเหลือ นักศึกษาในการเขียนบทความภาษาอังกฤษที่ถูกต้องโดยการเก็บค่าใช้จ่ายรวมไว้ในหลักสูตรแล้ว เพื่อให้ บทความภาษาอังกฤษมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ

1.4) มหาวิทยาลัยควรจัดสรรทุนวิทยานิพนธ์ไปตามสาขาวิชาต่างๆ มากกว่าที่จะตั้ง งบประมาณรวมไว้ที่สำนักบัณฑิตศึกษาเนื่องจากการจัดสรรทุนหรือการแจกทุนที่ไม่ได้มีการ กำหนดในเรื่องคุณภาพของงานวิจัยวิทยานิพนธ์ เพื่อให้แต่ละสาขาวิชาไปดำเนินการให้ทุนตามเกณฑ์ที่ แต่ละสาขาวิชากำหนดเอง

## 2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

สาขาวิชาวิทยาการจัดการควรจัดสัมมนาเรื่องการพัฒนาคุณภาพงานวิจัยวิทยานิพนธ์ ของนักศึกษาระดับบริหารธุรกิจ โดยมีประเด็นที่สัมมนา คือ

2.1) สาขาวิชาควรทบทวนกระบวนการและขั้นตอนของการนำเสนอหัวข้อ วิทยานิพนธ์ ควรจะจัดให้มีการสอบการนำเสนอทั้งหัวข้อและเค้าโครงการวิจัย โดยให้ทั้งคณาจารย์และ นักศึกษาทุกคนเข้าร่วมรับฟังการพิจารณาแต่ละหัวข้อด้วยกัน

2.2) สาขาวิชาควรมีการส่งเสริมให้มีการศึกษาหัวข้อการวิจัยวิทยานิพนธ์ที่เป็น ประเด็นน่าสนใจในปัจจุบัน และควรกำหนดหัวข้อใดที่ไม่ควรเป็นหัวข้อศึกษาในวิทยานิพนธ์ โดย สาขาวิชาควรมีการสรุปหัวข้อวิทยานิพนธ์ที่ผ่านมาแต่ละปี รวมทั้งน่าจะมีการกำหนดประเด็นที่ น่าสนใจที่ควรศึกษาวิจัยวิทยานิพนธ์ เพื่อให้สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ได้

2.3) เนื่องจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาส่วนใหญ่ใช้เอกสารอ้างอิงที่ไม่ ทันสมัย และไม่มีวารสารต่างประเทศ ควรมีแนวปฏิบัติดังนี้

- สาขาวิชาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาควรมีการกำหนดเอกสารอ้างอิงที่ ย้อนหลังอยู่ในช่วงไม่เกิน 5 ปี และรวมทั้งต้องมีการค้นคว้าเอกสารอ้างอิงที่เป็นวารสารต่างประเทศ
- ควรส่งเสริมการฝึกทักษะในการเขียนบทวรรณกรรมด้วยการอ่านและ สังเคราะห์เป็นเนื้อหาด้วยตนเองโดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยมหาวิทยาลัยสนับสนุนงบประมาณ
- สาขาวิชาประสานกับห้องสมุดมหาวิทยาลัยในการจัดทำคู่มือการ ค้นคว้าวารสารต่างประเทศให้นักศึกษาสามารถค้นคว้าด้วยตนเองได้ สะดวกจากที่บ้าน

2.4) จากผลการศึกษาพบว่างานวิจัยวิทยานิพนธ์เน้นเฉพาะการวิจัยเชิงปริมาณ เท่านั้น สาขาวิชาควรส่งเสริมให้มีการดำเนินวิธีการวิจัยในรูปแบบอื่นๆ นอกจากการวิจัยเชิงปริมาณ อย่างเดียว ได้แก่ การวิจัยที่ผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ การวิจัยที่ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ผสมผสาน ปฐมภูมิก่อนเหนือจากการใช้ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนากรอบแนวคิด และการใช้กรณีศึกษาในการวิจัย

2.5) ควรส่งเสริมให้นักศึกษาให้ความสำคัญกับการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่การกำหนดสมมติฐานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การใช้วิธีสุ่มตัวอย่าง และการใช้สถิติที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยอาจจะมีการพัฒนากิจกรรมเกี่ยวกับกระบวนการวิจัยที่ต้องศึกษด้วยตนเอง

2.6) ควรกำหนดให้การเข้าร่วมประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาเป็นกิจกรรมหนึ่งในชุดวิชาการวิจัยธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนการทำวิทยานิพนธ์กับนักศึกษามหาวิทยาลัยอื่น

#### 5.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1) ควรศึกษาการทำวิจัยด้านการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ทุกๆ 3-5 ปี เพื่อให้ได้ข้อมูลการวิจัยที่ทันสมัย และทำให้มีการศึกษาค้นคว้าที่สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน

2) ควรศึกษาเปรียบเทียบการจัดการเรียนการสอนบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตเกี่ยวกับงานวิจัยวิทยานิพนธ์กับมหาวิทยาลัยอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดี

3) เพื่อให้ได้ข้อมูลรอบด้าน ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ เช่น การจัดทำสนทนากลุ่มกับคณาจารย์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับ ความพร้อม ปัญหาและอุปสรรคในการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ รวมทั้งมีการสนทนากลุ่มกับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้วเพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

