

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการค้า



CIM3112

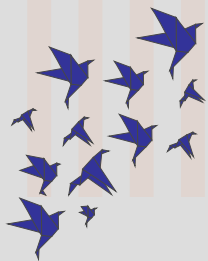
การวิจัยเชิงธุรกิจ



ผศ.ดร.ชลภััสสรณ์ สิทธิรงค์ชัย

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลภััสสรณ์ สิทธิรงค์ชัย

การศึกษา

- ปร.ด. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศิลปากร
- บธ.ม.(การตลาด) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- บธ.บ. (การตลาด) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
วิทยาเขตพณิชยการพระนคร
(เกียรตินิยม อันดับ 1 เหรียญทอง)

ตำแหน่ง

- รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการทุนมนุษย์

และการประกอบการ

การติดต่อ

- โทร. 0985702468
- <https://www.facebook.com/yumiko.little>





CIM3112

การวิจัยเชิงธุรกิจ
แบบประยุกต์





คำอธิบายรายวิชา

บทบาท ความสำคัญและประโยชน์ของการวิจัยทางธุรกิจ
จริยธรรมของนักวิจัย ประเภทของการวิจัยทางธุรกิจ ขั้นตอนการ
วิจัย การเลือกปัญหาการวิจัย การกำหนดจุดมุ่งหมาย การตั้ง
คำถามในการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ตัวแปร และเทคนิค
การตั้งสมมติฐาน การเลือกรูปแบบการวิจัย เครื่องมือและวิธีการ
เก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่สอดคล้องกับการวิจัยแบบต่างๆ
การวิเคราะห์ข้อมูล การนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการเตรียมข้อมูล
และประมวลผลข้อมูล การเขียนเค้าโครงการวิจัย การเขียนรายงาน
การวิจัย และการประเมินผลการศึกษา

เกณฑ์การให้คะแนน

กิจกรรม	คะแนน
งานเดี่ยว - การบ้าน	15
งานเดี่ยว - โครงการวิจัย	35
การเข้าชั้นเรียน	10
สอบกลางภาค / สอบปลายภาค	40



ความรู้เบื้องต้น
เกี่ยวกับการวิจัย



“การวิจัย” ในมุมมองนักศึกษา

01

?

02

03

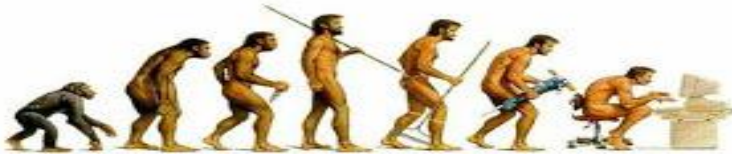
04

05





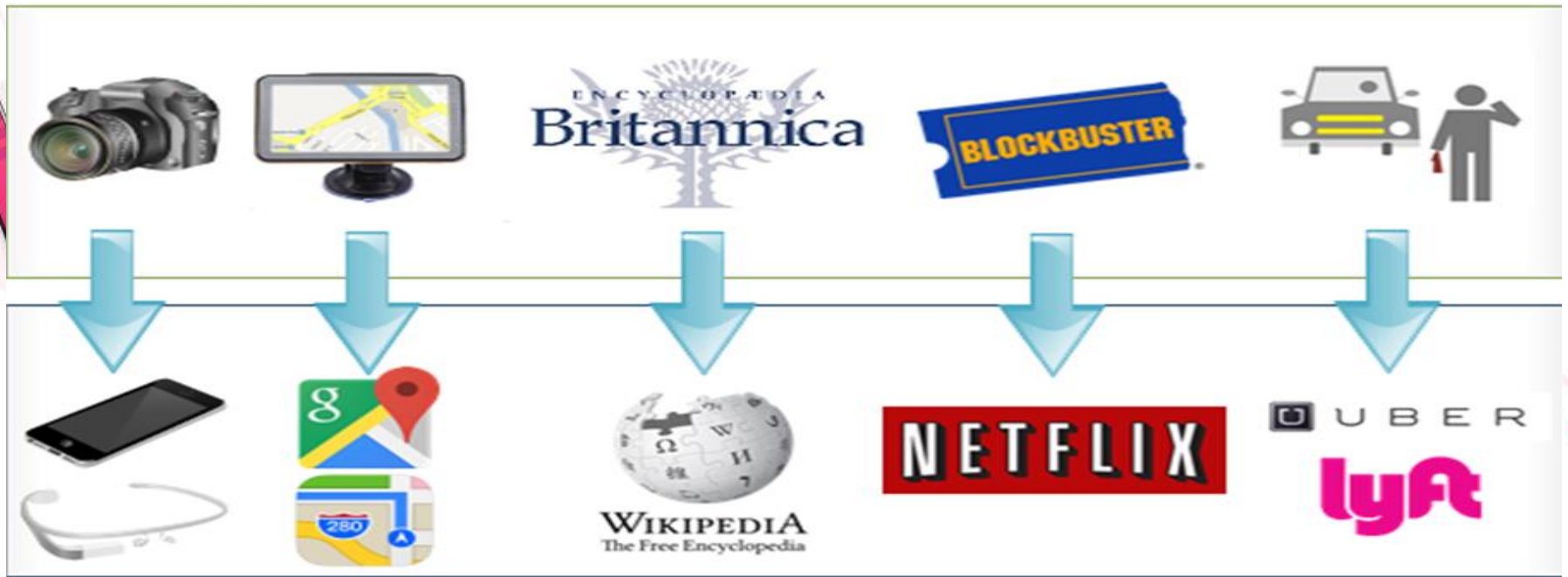
Evolution









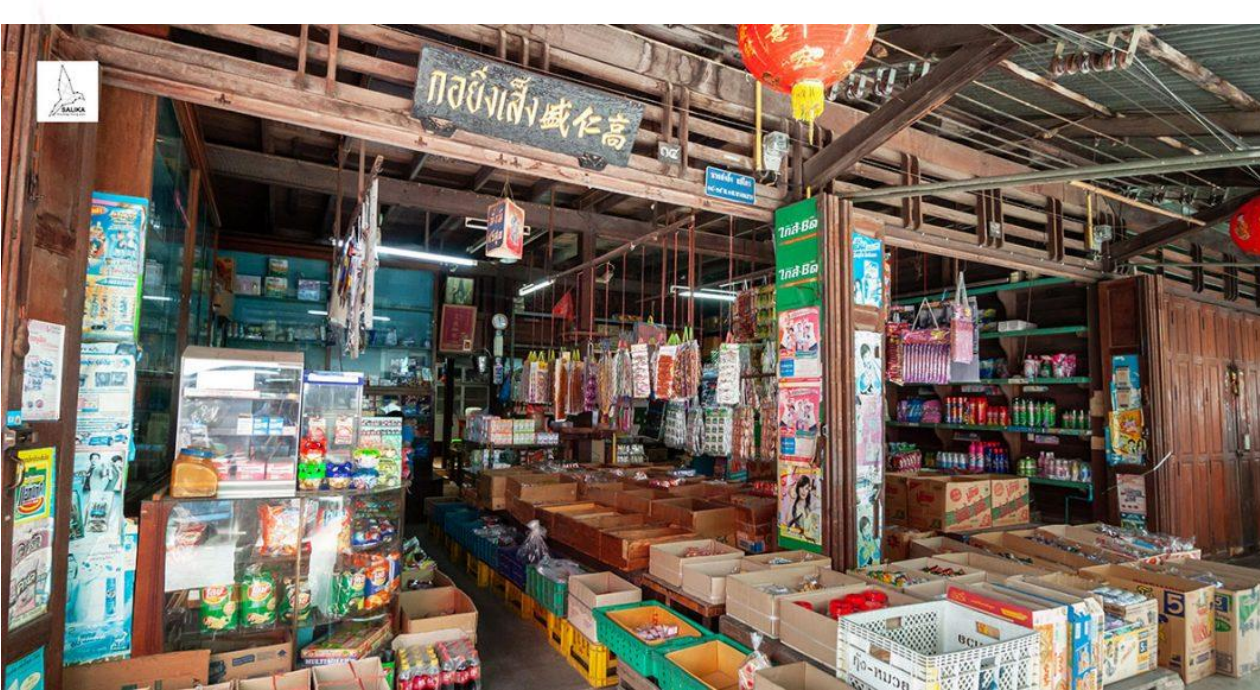
(OR IS IT?)

วิวัฒนาการ "การชำระเงิน" จากอดีตจนถึงยุคไทยแลนด์ 4.0





0G	1G	2G	3G	4G	5G
 Report					
0 kbps	2.4 kbps	64 kbps	2,000 kbps	100,000 kbps	more than 1 Gbps



ธุรกิจค้าปลีก

เร่งปรับตัวรับ New Normal


ออฟไลน์

เน้นสร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภค
รอจังหวะกลับมาทำการ

ออนไลน์

การแข่งขันสูง กดดันมาร์จิ้น
เร่งสร้างความต่าง ให้กับ
ความต้องการลูกค้า



ธุรกิจติดจรวด 

www.kasikornresearch.com



KResearchCenter

ครบ และ ดี...ไม่มีค่าใช้จ่าย สมัครสมาชิก



พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้า ในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น



ALL Service

บริการ ครบ จบ ง่ายในที่เดียว



เน็ตแรง ช่องดี ทวีซัด



ช่างะบิล



ฝาก ถอนเงิน



ซื้อ พ.ร.บ./
ต่อภาษี



ซื้อตั๋ว



รับ-ส่งพัสดุ



มือถือ ชิม
อินเทอร์เน็ต



ถ่าย/พิมพ์
ส่งเอกสาร



ซัก อบ รีด

SPEED-D

สปีด-ดี

รับ-ส่ง พักสุดทั่วไทย

เริ่มต้นเพียง

35.-

“ประกันคุ้มครองสูงสุด
2,000 บาท”

เงื่อนไขการรับประกัน
เป็นไปตามที่บริษัทกำหนด

ที่มา : CP ALL

ซื้อ
พ.ร.บ./
ต่อภาษี

รถยนต์,
รถจักรยานยนต์

ช่างะบิล



ร้านสะดวกซัก

24 ชม.

ซัก-อบ

จบใน 1 ชม.

ALL

laundry

by

Otteri

wash & dry

ซื้อตั๋ว

คอนเสิร์ต กีฬา

เครื่องบิน

รถทัวร์

Ticket

ซัก อบ

รีด

LAUNDRY



24 ชั่วโมง

ฝาก-ถอน

BANKING

AGENT

ประชาชาติกราฟิก

R&D

Product Design Development

"Where imagination comes real"





การวิจัย = Research

Re

ย้อน/
ซ้ำ/ทบทวน



Search

ค้นหา/
ค้นคว้า



การวิจัย คือ ?

Research หมายถึง

กระบวนการแสวงหาความรู้ ความจริง ด้วยวิธีการที่มีระบบ มีความเชื่อถือได้โดยอาศัยระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์ เพื่อให้ได้ความรู้ใหม่ที่เป็นคำตอบของปัญหาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

Business Research หมายถึง

กระบวนการแสวงหาความรู้ ข้อเท็จจริงอย่างเป็นระบบ โดยใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อนำข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยนี้ไปใช้ในการบริหาร ตัดสินใจสั่งการ แก้ปัญหา ออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ



วัตถุประสงค์ของการวิจัยธุรกิจ

- เพื่อที่จะได้ทฤษฎีหรือแนวความคิดใหม่ (Pure Research)
- เพื่อที่จะนำมาช่วยในการแก้ปัญหาหรือตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ (Applied Research)
 - วางแผน (Planning)
 - การจัดองค์การ (Organizing)
 - การจูงใจ (Motivation)
 - การควบคุม (Controlling)



ประโยชน์ของการวิจัยทางธุรกิจ

- สามารถแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานเหตุผลและข้อเท็จจริง ลดความผิดพลาดในการตัดสินใจ
- ทำให้เป็นคนช่างสังเกต มีเหตุผล
- รู้จักวิธีการค้นคว้าข้อมูลอย่างเป็นระบบ ถูกต้อง และเชื่อถือได้
- ช่วยให้มีวิสัยทัศน์ในการวิเคราะห์สถานการณ์
- มีการวางแผนการดำเนินงานในด้านต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม



ประโยชน์ของการวิจัยทางธุรกิจ (ต่อ)

- ช่วยให้เกิดความรู้ใหม่ๆ
- ช่วยในการแก้ปัญหาต่างๆได้อย่างถูกต้อง
- เสริมสร้างประสิทธิภาพของนักบริหารในการตัดสินใจ
- สามารถติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองได้ดียิ่งขึ้น
- สามารถนำข้อเท็จจริงมาบริหารและพัฒนางานได้ดียิ่งขึ้น
- ช่วยให้หน่วยงานต่างๆ ในองค์กรมีความเข้าใจกันมากขึ้น



แนวทางการวิจัยธุรกิจ

- ด้านการจัดการ (Management Research)
- ด้านการบัญชี (Accounting Research)
- ด้านการเงิน (Financial Research)
- ด้านการตลาด (Marketing Research)
- ด้านการผลิต (Production Management Research)
- ด้านเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (Business Economics Research)
- **ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Research)**
- ด้านอื่นๆ

คุณสมบัติของนักวิจัย/จรรยาบรรณ

1. มีความรู้เกี่ยวกับระเบียบวิธีการวิจัย
2. มีความสามารถในการบริหารจัดการ
3. วางแผนการใช้ทรัพยากรได้ดี
4. ซื่อสัตย์ ไม่มีอคติ
5. รักษาความลับของผู้ที่เกี่ยวข้อง
6. ช่างสังเกต สนใจเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัว
7. มีมนุษยสัมพันธ์ดี
8. มีความคิดริเริ่ม
9. อดทน ตรงต่อเวลา รับผิดชอบ
10. ใจกว้าง ยอมรับความคิดเห็น / คำติชม



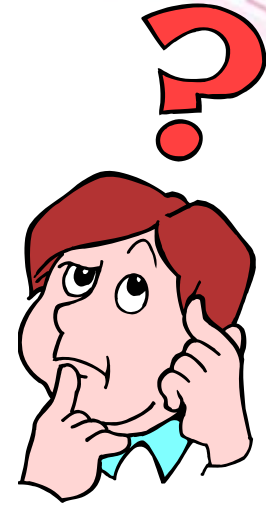


อุปสรรคของการวิจัย

1. นักวิจัยขาดความชำนาญ
2. ใช้เวลาวิจัยนาน นำผลมาใช้ไม่ทัน
3. ผู้บริหารไม่เห็นความสำคัญ / ไม่เชื่อผลการวิจัย
4. การคาดหวังว่าผลการวิจัยจะแก้ปัญหาได้ถูกต้อง
5. ความขัดแย้งระหว่างผู้บริหารฝ่ายต่างๆ กับนักวิจัย
6. งบประมาณสูง

ภาพรวมของปัญหาการวิจัย

1. งบประมาณ
2. เวลา
3. บุคลากร
4. เครื่องมือ วิธีการปฏิบัติ
5. ผลจากการวิจัย / ความถูกต้อง / ความผิดพลาด





แนวโน้มของการวิจัยตลาด

- รูปแบบของการทำวิจัย / การเก็บข้อมูล
- ความรวดเร็วในการทำวิจัย
- การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค
- รูปแบบการธุรกิจที่แปลกใหม่
- เครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด

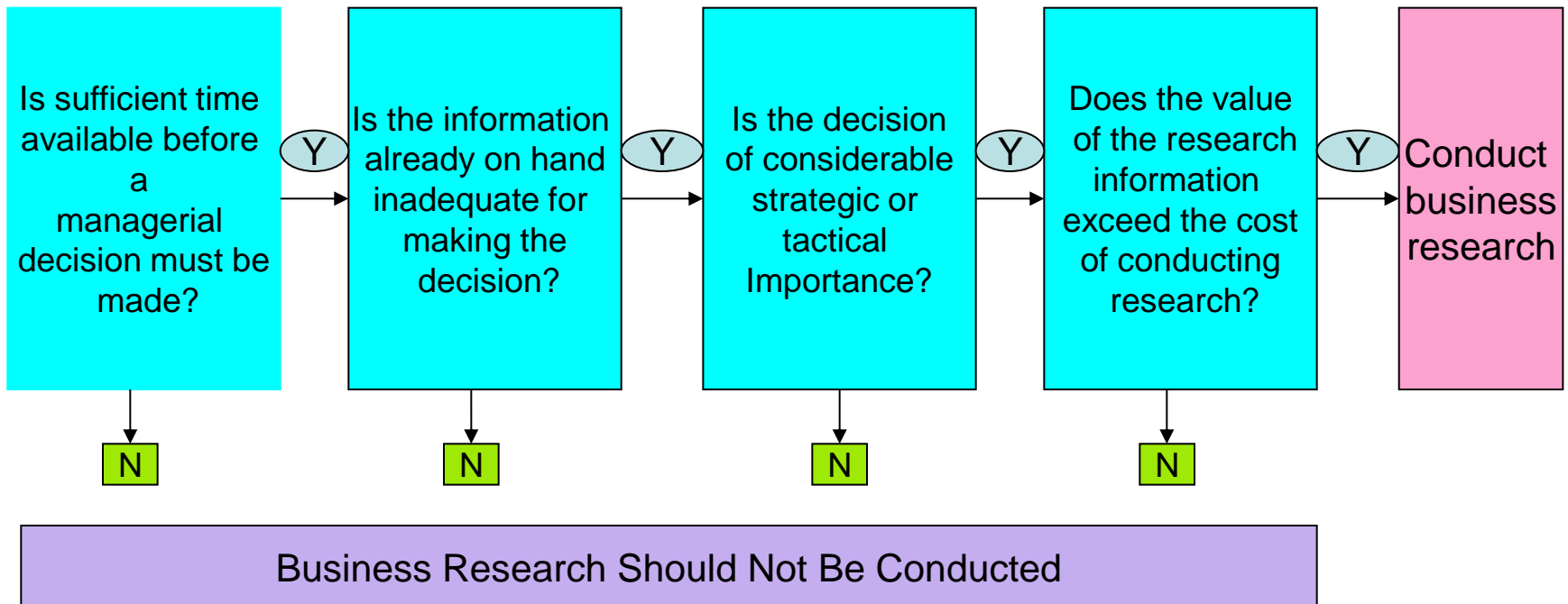
เมื่อไรจำเป็นต้องดำเนินการวิจัย

Time Constraints

Availability of Data

Nature of Decision

Benefits VS Costs



Source: Zikmund, W.G. 2003, Business Research Methods, 7th ed., the Dryden Press, NY, USA, p.14.