

สารบัญ

		หน้า
บทที่ 1	ลักษณะทั่วไปของการวิจัย	1
	สภาพและบทบาทของการวิจัยธุรกิจ	2
	ประเภทของการค้นคว้าเชิงการวิจัย	
	ขั้นตอนในการพัฒนาการวิจัย	4
	การจำแนกวิธีการวิจัย	6
	ขั้นตอนวิธีการวิจัย	10
	หน่วยงานวิจัยธุรกิจ	14
	บทที่ 2	การเลือกปัญหาวิจัยในการบริหารธุรกิจ
ขอบเขตของการวิจัยค้ำกับการบริหารธุรกิจ		19
การเลือกปัญหาภายในขอบข่ายที่จะวิจัย		26
หลักเกณฑ์ในการเลือกหัวข้อเรื่อง		29
บทที่ 3	ปัญหาวิจัยและสมมติฐาน	33
	การกำหนดประเด็นปัญหาวิจัย	33
	ตัวแปรในประเด็นปัญหา	34
	แนวคิดในการกำหนดปัญหา	35
	การตั้งสมมติฐาน	42
	ประเภทของสมมติฐาน	43
บทที่ 4	การวางแผนและการรวมเป็นโครงการวิจัย	47
	ลักษณะและแหล่งของข้อมูล	47
	การพิจารณาข้อมูลเพื่อนำเสนอและข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์	53
	การพิจารณาในการเลือกตัวอย่าง	56

	แบบของการสุ่มตัวอย่าง	58
บทที่ 5	การสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูล	67
	ประเภทของการสัมภาษณ์	71
	หน้าที่ในการสัมภาษณ์	72
	เทคนิคในการสัมภาษณ์	72
	ประโยชน์และข้อจำกัดของวิธีการสัมภาษณ์	75
บทที่ 6	การสังเกตการณ์ในการเก็บข้อมูล	77
	หน้าที่และแบบของการสังเกตการณ์	77
	แนวทางในการสังเกตการณ์ที่ดี	79
	ประโยชน์และข้อจำกัดของการสังเกตการณ์	80
	วิธีการสำหรับบันทึกข้อมูลที่ไ้จากการสังเกตการณ์	81
	การฝึกอบรมผู้สังเกตการณ์	85
	การเลือกเครื่องมือสังเกตการณ์	87
บทที่ 7	การใช้แบบสอบถามที่ไม่ถูกต้อง	88
	โครงสร้างของรายการในแบบสอบถาม	89
	แนวทางในการสร้างรายการในแบบสอบถาม	91
	แผนแบบและรูปแบบของแบบสอบถาม	91
	ขั้นตอนในการสร้างรายการในแบบสอบถาม	93
	เทคนิคในการรวมกลุ่มคำถาม	95
	ความยาวของแบบสอบถาม	97
	การทดสอบแบบสอบถาม	99
	วิธีติดตามคำถามหรือแบบสอบถาม	100
	บทที่ 8	ตัวแปรและคุณลักษณะของตัวแปร

	ทิวแปรและความสัมพันธ์ระหว่างทิวแปร	102
	การวัดทิวแปร	108
	ข้อมูลและแหล่งของข้อมูลที่ต้องการ	112
บทที่ 9	ทิวแบบและการวิจัย	119
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	119
	ส่วนประกอบของทิวแบบ	121
	ทิวแบบของปัญหา	122
	การแบ่งประเภทของทิวแบบ	124
	การเลือกสมมติฐาน	126
	รูปแบบของสมมติฐาน	128
	คุณค่าของสมมติฐาน	130
บทที่ 10	แผนแบบการวิจัย	131
	ลักษณะทั่วไปของทิวแบบการวิจัย	131
	ประเภทของแผนแบบการวิจัย	133
	วิธีดำเนินการเพื่อเลือกวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	136
	แผนแบบการวิจัยเชิงซ้อน	137
	การวิเคราะห์ตัวอย่าง	138
	การวิเคราะห์หอนุกรมเวลา	139
	การวิเคราะห์สหสัมพันธ์	142
บทที่ 11	การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายข้อมูล	145
	ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัย	146
	กระบวนการวิเคราะห์ทางสถิติ	148
	การเลือกทิวสถิติที่เหมาะสมในการวิเคราะห์	149

		การแปลความหมายของข้อมูล	153
บทที่ 12		การพยากรณ์ปริมาณการจำหน่าย	155
		ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการจำหน่าย	156
		ตัวสถิติที่ใช้เป็นเครื่องในการพยากรณ์ทางธุรกิจ	157
		เทคนิคในการพยากรณ์ปริมาณการจำหน่าย	159
		การวิเคราะห์โดยการถดถอยเชิงเส้น	159
		การเลือกตัวแปรเพิ่มขึ้นเป็นหลายตัวแปร	169
		การวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน	171
บทที่ 13		การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์	173
		ระบบหรือวิธีการประมวลข้อมูล	173
		ชนิดของเครื่องคอมพิวเตอร์	174
		ความสามารถในการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์	175
		ส่วนประกอบและหน้าที่ของคอมพิวเตอร์	176
		คำสั่งให้คอมพิวเตอร์ทำงาน	178
		การกำหนดรหัสแทนข้อมูล	181
		การลงรหัสข้อมูลเพื่อการประมวล	184
		การตรวจทานการลงรหัส	187
		การบันทึกข้อมูล	188
		การตรวจสอบข้อมูล	192
บทที่ 14		การเขียนรายงานการวิจัยธุรกิจ	195
		แบบของรายงานการวิจัย	196
		โครงสร้างของเนื้อหาสาระสำคัญ	201
		เค้าโครงหรือสังเขปของรายงานการวิจัย	216

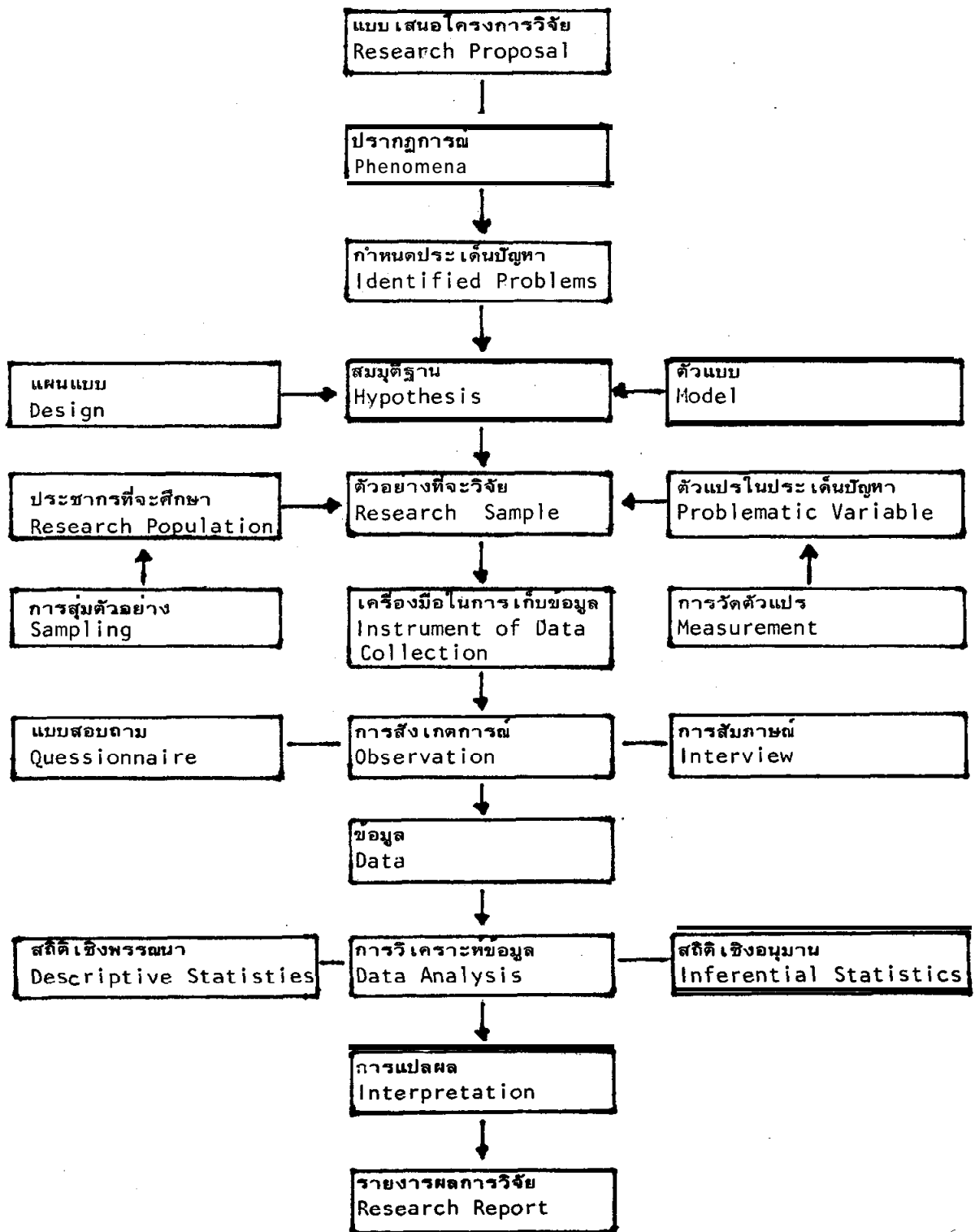
		เทคนิคการเสนอผลการวิจัยด้วยวาจา	220
บทที่ 15		แผนปฏิบัติงานและแบบเสนอโครงการวิจัย	221
		แผนปฏิบัติงานอย่าง เป็นทางการ	221
		การกำหนดแผนดำเนินงานและค่าใช้จ่าย	222
		แบบเสนอโครงการวิจัย	228
		รายการในแบบเสนอโครงการวิจัย	234

ภาพที่		หน้า
1 - 1	ตัวอย่างหน่วยงานการวิจัยธุรกิจ	15
3 - 1	แสดงลำดับขั้นในการกำหนดปัญหา	38
4 - 1	แสดงตารางเลขคู่	59
8 - 1	} แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	106
8 - 2		106
8 - 3	แสดงความสัมพันธ์แตกต่างกันในระหว่างตัวแปรต่าง ๆ	107
9 - 1	แสดงให้เห็นเป็น 3 แผนภาพ โดยการรวมตัวแปร ในปัญหาที่จะทำการทดสอบ	122
9 - 2	แสดงตัวแบบทดลองของกระบวนการวิจัย	127
9 - 3	แสดงให้เห็นแนวทางสมมติฐานในหลายทิศทาง	128
10 - 1	กระบวนการสำหรับเลือกข้อมูลปฐมภูมิภายในขอบข่าย ของวัตถุประสงค์การวิจัย	137
11 - 1	แสดงกระบวนการสำหรับวิเคราะห์ข้อมูล	146
12 - 1	แสดงทิศทางการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการจำหน่าย	160
12 - 2	แสดงทิศทางความสัมพันธ์ของจำนวนหน่วยที่ขายได้กับ ราคาขายต่อหน่วย	163
12 - 3	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการจำหน่ายกับค่าใช้จ่าย ในการโฆษณาในระดับต่าง ๆ	166
12 - 4	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาขาย, ค่าใช้จ่ายการโฆษณา และปริมาณการจำหน่าย	168

ภาพที่		หน้า
13 - 1	หน้าที่การทำงานของหน่วยคอมพิวเตอร์	176
13 - 2	แสดงขั้นตอนการประมวลผลตามคำสั่ง	180
13 - 3	แสดงเครื่องเจาะบัตร	189
13 - 4	แสดงเทปแม่เหล็ก	190
73 - 5	เครื่องบันทึกข้อมูลในเทปแม่เหล็ก	190
13 - 6	แสดงการถ่ายข้อมูลจากบัตรเจาะเข้าเทปแม่เหล็ก	191
13 - 7	การบันทึกข้อมูลลงในจานแม่เหล็ก	192
14 - 1	ขั้นตอนของเนื้อหาในรายงานการวิจัย	202
15 - 1	แบบฟอร์มประมาณค่าใช้จ่ายในการวิจัย	224
15 - 2	แบบฟอร์มแผนแม่แบบสำหรับควบคุมโครงการวิจัย	227
15 - 3	แบบเสนอโครงการวิจัย	230
15 - 3 (ต่อ)		231
15 - 4	} แบบเสนอโครงการวิจัยแบบสรุป	229
15 - 5		232 - 233

ตารางที่		หน้า
11 - 1	แสดงระดับการวัดของตัวแปร และตัวสถิติที่ใช้สำหรับวัด คุณลักษณะของตัวแปรในระดับต่าง ๆ	152
12 - 1	แสดงตัวสถิติที่ใช้ เป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ทางธุรกิจ	158
12 - 2	ความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างราคาขายกับปริมาณ การจำหน่าย	162
12 - 3	ความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างปริมาณการจำหน่าย กับค่าใช้จ่ายในการโฆษณา	165
12 - 4	แสดงปริมาณการจำหน่ายที่คาดหวัง	166
12 - 5	แสดงถึงปริมาณการจำหน่ายที่สัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร	169





ภาพแสดงกระบวนการวิจัย