



จุลสารส่งเสริมการวิจัยบริหารธุรกิจ

ฝ่ายวิจัย ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

จุลสารรายเดือน ฉบับที่ 5 ปีที่ 1 เดือนตุลาคม 2556



ร่วมสร้างสรรค์สังคม ร่วมสร้างสมงานวิจัย

สารบัญ

1 หน้าปก

อนุสาวรีย์ ศ.ดร.สาโรช บัวศรี
ภาพถ่าย โดย ว่าที่ร้อยตรีหญิงสาวิตรี แก้วสุวรรณ

3 งานวิจัยสู่ชุมชน

การวัดความสอดคล้องของภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านการท่องเที่ยวของเมืองโคราชในทัศนะของ
หน่วยงานผู้เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว
โดย ดร.วรินทรา ศิริสุทธิกุล

4 คู่มือแบบฟอร์มเขียนบทความ

วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทรรศน์
โดย ดร.มณู สีนะวงศ์

5 แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม

มูลนิธิสวนแก้ว
โดย ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ

6 สารแนะนำเรื่องการวิจัย

การตั้งชื่องานวิจัยที่ดี (ตอนที่ 2)
โดย ดร.จิโรจน์ บุรณศิริ

7 การประชุมสัมมนาวิชาการที่น่าสนใจ

โดย ดร.กัลยกิตต์ กิรติอังกูร

8 ข้อเสนอแนะจากผู้อ่าน

งานวิจัยสู่ชุมชน:

โดย ดร.วรินทรา ศิริสุทธิกุล

การวัดความสอดคล้องของภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านการท่องเที่ยวของเมืองโคราชในทัศนะของหน่วยงานผู้เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว

นครราชสีมา หรือ โคราช เป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือ อีสาน จึงมีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ เนื่องจากเปรียบเสมือนประตูสู่อีสานจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักที่สร้างรายได้ให้กับภาคตะวันออกเฉียงเหนือและประเทศไทยโดยรวม หากพิจารณาจากภาพรวมของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2555 นั้น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจัดเป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็น 1 ใน 3 (ร้อยละ 32.9) โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการเยี่ยมญาติ หรือเพื่อนมากที่สุด (ททท 2556)

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ เพื่อศึกษาแนวทางการกำหนดตำแหน่งตราสินค้าและอัตลักษณ์ตราสินค้าของโคราชในทัศนะของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวโคราช โดยวิเคราะห์ถึงความสอดคล้องต่อภาพลักษณ์ของโคราชในทัศนะของนักท่องเที่ยว

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งมีทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ซึ่งใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกทำให้ได้เข้าใจถึงแนวทางการกำหนดตำแหน่งตราสินค้าและอัตลักษณ์ตราสินค้าของทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชน ส่วนแบบสอบถามนั้นทำให้เข้าใจถึงภาพลักษณ์ในทัศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโคราชในฐานะแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของโคราชในฐานะแหล่งท่องเที่ยวของภาคอีสาน แบ่งออกได้เป็น 5 ลักษณะ ได้แก่ 1. สภาพภูมิประเทศและทัศนียภาพที่สวยงามของภูเขา และสภาพภูมิอากาศที่หลากหลาย มีทั้งอากาศร้อนและเย็นในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และวังน้ำเขียว จึงไปท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล 2. มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ซึ่งสะท้อนออกมาทางภาษาพื้นเมืองและอาหารประจำท้องถิ่น เช่น ภาษาอีสานซึ่งมีความคล้ายคลึงกับภาษาลาว และหมี่โคราช 3. มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี หรืออนุสาวรีย์ย่าโม วัดโนนกุ่ม อ. สีคิ้ว หรือ วัดหลวงพ่โต 4. มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงเกษตร เช่น ตลาดน้ำกลางดง และ มหกรรมดอกไม้ และ 5. มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภค คือมีที่พักที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทุกระดับซึ่งมีราคาที่เป็นธรรม และร้านอาหารที่หลากหลาย ทั้งอาหารไทย จีน อีสานท้องถิ่น และอาหารฝรั่ง เช่น สเต็ก ส่วนทางด้านการนำเสนอภาพอัตลักษณ์การท่องเที่ยวโคราชผ่านสื่อต่าง ๆ และการประชาสัมพันธ์ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติโดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวของรัฐ เอกชนและ ชุมชนนั้น ยังไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ในทัศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวโคราช และยังขาดทิศทางที่ชัดเจนและการนำเสนอที่ต่อเนื่อง

ทั้งนี้ การวางตำแหน่งภาพลักษณ์ที่ชัดเจนต่อเนื่องและสอดคล้องกันนั้นจะช่วยเสริมสร้างความโดดเด่นและจุดขายของสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น ๆ ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวของโคราชและภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม แต่กระนั้นภาพลักษณ์ของโคราชทางการท่องเที่ยวยังขาดการนำเสนอเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวทุกฝ่ายจำเป็นต้องร่วมกันกำหนดอัตลักษณ์ที่ชัดเจนและโดดเด่นของโคราชและทำการสื่อสารการตลาดให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ในภาพลักษณ์ที่ตรงกันและต่อเนื่องเพื่อสร้างจุดแข็งให้กับตราสินค้าทางการท่องเที่ยวของโคราช ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวโคราชและจังหวัดในภาคอีสานมากขึ้นและสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

คู่มือแบบฟอร์มเขียนบทความ:

โดย ดร.มนู สีนะวงศ์

วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทรรศน์

(Chulalongkorn Business Review)

วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทรรศน์เป็นวารสารทางด้านการบริหารธุรกิจที่คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะฯ ได้ใช้เกณฑ์คุณภาพวารสารวิชาการกลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ของ สกอ. โดยวารสารได้ผ่านการรับรองคุณภาพของ TCI (ระยะเวลา 3 ปี จนถึง ธันวาคม 2557) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI

หลักเกณฑ์การเขียนต้นฉบับลงตีพิมพ์

เรื่องที่ลงวารสาร

ขอบเขตของวารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทรรศน์จะครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจในสาขาต่าง ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้ การบัญชี การตรวจสอบภายใน การจัดการการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ ระบบสารสนเทศ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร การบริหารการขนส่ง ซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ การบริหารการขนส่ง ซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ สถิติ การประกันภัย เทคโนโลยีสารสนเทศ การเงินและการธนาคาร การตลาด และอื่น ๆ ตามเห็นสมควร

ทั้งนี้ ผลงานที่ส่งตีพิมพ์จะต้องไม่เคยเผยแพร่ในสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อนและต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง ต้นฉบับที่ส่งตีพิมพ์ต้องเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น ต้นฉบับต้องผ่านการกลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิและได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ และ ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวารสาร

ข้อกำหนดของบทความต้นฉบับ (Manuscript Requirements)

1. ผู้ที่ประสงค์จะส่งบทความจะต้องระบุชื่อและสถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดและหรือตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) รวมทั้งสถานที่ติดต่อ ของผู้เขียนทุกคน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ในส่วนที่แยกออกจากบทความ
2. ใช้ฟอนท์ Browallia New ขนาด 14 พอยน์ สำหรับบทความภาษาไทย และฟอนท์ Time New Roman ขนาด 12 พอยน์ สำหรับบทความภาษาอังกฤษ โดยบทความที่จะส่งไม่ควรมีความยาวเกิน 7,000 คำ
3. ชื่อของบทความควรจะมีสาระและได้ใจความชัดเจน
4. ผู้ส่งบทความจะต้องเขียนบทคัดย่อ (ความยาวไม่ควรเกิน 250 คำ) ทั้งไทยและอังกฤษ
5. จัดให้อยู่ในรูปแบบ APA Style

ผู้ที่ประสงค์จะส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทรรศน์ ต้องส่งแบบฟอร์มส่งบทความ และต้นฉบับบทความพร้อมไฟล์ (Microsoft Word) มายัง กองบรรณาธิการวารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทรรศน์ ฝ้ายวิจัย อาคารไชยยศสมบัติ 1 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ 0-2218-5888 02-2185890 หรือ cbsreview@acc.chula.ac.th

แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม:

โดย ดร.วรางคณา อติสรประเสริฐ

มูลนิธิสวนแก้ว

วัดสวนแก้ว เดิมชื่อ วัดแก้ว ในปีพ.ศ. 2521 พระพยอมและเพื่อนพระภิกษุได้เดินทางมากราบหลวง พ่อเทียบ เพื่อขอทำโครงการ บวชเณรภาคฤดูร้อน ต่อมาหลวงพ่อเทียบได้มอบหมายให้พระพยอมและเพื่อน ภิกษุเป็นผู้ดูแลรักษาวัดต่อไป พระพยอมได้พัฒนาพื้นที่ของวัดและเตรียมจำลองสวนโมกขพลารามให้เกิดขึ้นใน เมือง

พระพยอมได้ทุ่มเทชีวิตจิตใจรวมทั้งทรัพย์ส่วนตัวเพื่อพัฒนาวัดแก้ว ภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็นวัดสวน แก้ว หลังจากที่พระพยอมรับกิจนิมนต์มากทำให้ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ของคนระดับกลางลงมา โดยเฉพาะ ปัญหาด้านการเงิน อาชีพ ความรู้ และโอกาสทางสังคม ทำให้พระพยอมตัดสินใจที่จะช่วยบุคคลเหล่านี้ให้มี ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และพร้อมที่จะใช้ชีวิตอยู่ในสังคมได้ตามปกติ โดยไม่สร้างปัญหาให้กับสังคมอีก พระพยอม จึงได้รวบรวม ทนทรัพย์ส่วนตัว และหาทุนซื้อที่ดินบริเวณใกล้เคียงต่อออกไปอีก และจัดตั้งมูลนิธิสวนแก้ว ในปี พ.ศ. 2529 ปัจจุบันมูลนิธิสวนแก้วมีทั้งหมด 9 สาขา ตั้งกระจายอยู่ทั่วประเทศ ได้แก่ สำนักงานมูลนิธิสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี, สาขาการบินบุรี, สาขาจันทบุรี, สาขาระยอง, สาขาบุรีรัมย์, สาขาชอโอ, สาขากาญจนบุรี, สาขาสุราษฎร์ธานี และสาขาพระนครศรีอยุธยาสำหรับกิจกรรมในแต่ละสาขา พระพยอมได้เล็งเห็นจุดเด่นของ พื้นที่โดยเฉพาะในเรื่องของการเกษตร ดังนั้นในแต่ละสาขา พระพยอมได้ปลูกพืชผักผลไม้ เพื่อให้ชาวบ้านได้ เรียนรู้ และมีโอกาสในการประกอบอาชีพเพื่อที่จะเลี้ยงดูตัวเอง และดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคม นอกจากนี้พระ พยอมได้จัดตั้งโครงการต่างๆเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาด้านสังคมในแต่ละพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม อาทิเช่น โครงการบ้าน ทักชะชีวิต เป็นหนึ่งในโครงการที่จะช่วยขจัดปัญหาเด็กเร่ร่อน ซึ่งปัญหาเกิดจาก ความล้มเหลวของสถาบัน ครอบครัว ความต้องการอิสระของเด็กเอง ปัญหาการคบเพื่อน ความยากจน และแรงงานย้ายถิ่น ผลของ การเร่ร่อน ทำให้เด็กต้องออกจากระบบการศึกษา มีปัญหายาเสพติด อาชญากรรม การล่อลวงทางเพศ การติด เชื้อโดยเฉพาะโรคภูมิคุ้มกันบกพร่อง โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาเยาวชนเหล่านี้ให้กลับเข้าสู่สังคม อย่างมีคุณภาพ ซึ่งวัดสวนแก้ว ได้สนับสนุนในการกินอยู่ มีงานทำในวัด มีรายได้ มีโรงเรียนใกล้เคียงให้ การศึกษาและมีอาสาสมัครช่วยเป็นพี่เลี้ยง ให้เด็กได้ปรึกษา และเรียนรู้อย่างอบอุ่น

โครงการที่พักคนชรา พระพยอมให้การเลี้ยงดูผู้สูงอายุอย่างทั่วหน้า ปัจจุบันนี้ลูกหลานต่างมีภาระต้อง ไปประกอบอาชีพเลี้ยงครอบครัวทำให้ไม่มีเวลาดูแลพ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย ทำให้เกิดความเหงาซึ่งคอยทำลาย จิตใจร่างกายให้ผุ กร่อน หากแต่พระพยอมยกย่องเชิดชู ผู้สูงอายุเหล่านี้เสมอ และสอนว่าเมื่อสุขภาพจิตดี สุขภาพกายก็จะดีตามทำให้มีอายุยืนนาน โครงการนี้จึงตั้งขึ้นเพื่อเป็นสมาคม สโมสรไว้แลกเปลี่ยนทัศนะ และ สร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนชราว่า “ถึงจะแก่ก็แก่อย่างมีคุณภาพ” ผู้สูงอายุที่เข้ามาอยู่ในโครงการนี้ ต่างก็ใช้ ความรู้ประสบการณ์มากมายมาช่วยแนะนำให้กับผู้ที่พักอาศัยในมูลนิธิ เป็นการศึกษาครบวงจรในระบบ ครอบครัวจากผู้สูงอายุสู่ลูกหลาน ผู้สูงอายุสามารถทำงานเพื่อช่วยสังคมได้ และในทางกลับกันผู้สูงวัยเหล่านี้ สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองอีกทางหนึ่งด้วย

โครงการเวทีบำเพ็ญประโยชน์ ผู้เดือดร้อนประสบปัญหาในสังคม มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วพระ พยอมจึงได้ จัดการฝึกอาชีพให้แก่ผู้ที่เข้ามาพักอาศัยให้มีความรู้เพิ่มขึ้น เป็นการพัฒนาตนเองไม่เป็นภาระแก่สังคม อีกต่อไป ทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้เพิ่มคุณภาพชีวิตให้เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป การพัฒนาคุณภาพชีวิตของ ผู้ด้อยโอกาสได้รับการสนับสนุนจากผู้มีจิตศรัทธา มอบความรู้ด้านวิชาชีพพระยะสันเป็นวิทยาทานให้ จน สามารถออกไปประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปรับชีวิตให้มีความเหมาะสมแก่ตนเองได้ตลอดไป

สารนำรู้เรื่องการวิจัย: การตั้งชื่องานวิจัยที่ดี (ตอนที่ 2)

โดย ดร.จิโรจน์ บุณศิริ

เรื่องถัดมาที่ควรระวังในการตั้งชื่องานวิจัยคือ การตั้งชื่อเป็นคำถามที่ให้ตอบว่าใช่หรือไม่ เช่น งานวิจัยชื่อ “จริงหรือไม่ที่คนกรุงเทพฯมีทัศนคติต่อการใช้โทรศัพท์มือถือต่างกับคนต่างจังหวัด” หรือ “จริงหรือไม่ที่การตอบสนองต่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุแตกต่างกับลูกค้ากลุ่มอื่น” ทั้งนี้ผู้อ่านที่กำลังเรียนเรื่องการวิจัยอยู่อาจจะสงสัยและแอบแย้งว่าในบทเรียนเกี่ยวกับการทำวิจัยก็มีคำถามมากมายที่ให้ผู้ตอบเลือกว่า ใช่ หรือ ไม่ การตั้งชื่อเช่นนี้ไม่น่ามีปัญหาอะไร แต่อย่าลืมว่าการทำงานวิจัยไม่ใช่เรื่องง่ายๆ ที่จะตอบคำถามแค่ ใช่ หรือ ไม่ใช่ ถ้าตอบแค่นั้นไม่สามารถเรียกงานดังกล่าวว่างานวิจัย ลองพิจารณาชื่องานวิจัยที่น่าจะอ่านดูดีกว่า เช่น “ปัจจัยที่ทำให้คนกรุงเทพฯมีทัศนคติต่อการใช้โทรศัพท์มือถือต่างกับคนต่างจังหวัด” หรือ “สาเหตุที่การตอบสนองต่อโฆษณาของกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุแตกต่างกับลูกค้ากลุ่มอื่น”

ถัดมาคือการตั้งชื่องานวิจัยที่แบ่งเป็นหัวข้อหลักและหัวข้อย่อย ผู้ทำวิจัยควรพิจารณาว่าทั้งคู่ให้ข้อมูลแก่ผู้อ่านที่สำคัญหรือไม่ ถ้าจะตั้งชื่อโดยแบ่งเป็นหัวข้อใหญ่และหัวข้อย่อย ทั้งสองหัวข้อก็ควรให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับงานวิจัย แต่ส่วนใหญ่แล้วนักวิจัยมักจะเขียนในส่วนหัวข้อหลักในลักษณะที่กว้างมากแล้วค่อยไปเจาะจงในหัวข้อย่อย เช่น การตั้งชื่องานวิจัยว่า “การโฆษณา: การตอบสนองต่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุ” ซึ่งผู้อ่านจะเห็นได้ว่าในส่วนของหัวข้อใหญ่นั้นค่อนข้างกว้างมากและไม่จำเป็นต้องมีก็ได้

สำหรับชื่อที่เป็นนัยว่า เพราะอย่างนี้จึงทำให้เกิดอีกอย่างหนึ่งขึ้น หรือชื่อที่อ้างถึงผลจากปัจจัยอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่มีปรากฏในชื่อของงานวิจัยที่เกี่ยวกับการทดลองหรือ งานวิจัยเชิงเปรียบเทียบ เช่น ชื่องานวิจัย “ผลจากการจัดชั้นเรียนเป็นกลุ่มตามไอคิวนักเรียนที่มีต่อประสิทธิภาพการเรียนการสอน” ก่อนจะตั้งชื่อเช่นนั้นผู้ทำวิจัยควรแน่ใจว่าวิธีการทำการวิจัยที่ใช้เหมาะสมและบ่งบอกว่าผลที่เกิดขึ้นมาจากปัจจัยนั้นอย่างแท้จริงอย่างจริงหรือไม่ มีการควบคุมการวิจัยโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างสถานการณ์ที่มีปัจจัยต้นเหตุกับสถานการณ์ที่มีตัวแปรต่างๆเหมือนกันแต่ไม่มีปัจจัยต้นเหตุ เพื่อให้แน่ใจว่าผลเกิดมาจากปัจจัยที่ใส่เพิ่มเข้ามาจริงๆ ในกรณีชื่อดังกล่าว หากเป็นการเปรียบเทียบตัวอย่างจากโรงเรียน 2 แห่ง โดยแห่งหนึ่งแบ่งห้องเรียนแต่ละชั้นตามไอคิวเด็ก และอีกแห่งไม่ได้แบ่งห้องเรียนตามไอคิวเด็ก ประสิทธิภาพการเรียนการสอนที่แตกต่างอาจเกิดจากปัจจัยอื่นๆ เช่น คุณภาพของอาจารย์ซึ่งแตกต่างกันก็ได้ การตั้งชื่อดังกล่าวจึงไม่ถูกต้อง

อีกเรื่องที่สำคัญคือการใช้ศัพท์เฉพาะหรือตัวย่อเฉพาะในการตั้งชื่องานวิจัย ผู้วิจัยจะต้องพิจารณาว่าผู้อ่านงานวิจัยคือคนกลุ่มไหน เป็นกลุ่มที่ทราบหรือไม่ทราบว่าศัพท์เทคนิคหรือตัวย่อเฉพาะหมายความว่าอะไร ถ้าทราบก็ไม่มีปัญหา แต่ถ้าต้องการเผยแพร่ให้คนทั่วไป ก็ไม่ควรตั้งชื่อที่ใช้ศัพท์แสงเช่นนั้น ยกตัวอย่าง การตั้งชื่อว่า “ประสิทธิภาพของการใช้เทคนิค NLP เพื่อการอดบุหรี่” ถ้าเขียนให้คนในวงการนักจิตวิทยาอ่านถือว่าเป็นชื่อที่ใช้ได้ แต่ถ้าเขียนให้ผู้อ่านทั่วไป คงต้องงงแน่นอนว่า NLP คืออะไรแน่ อย่าคิดแต่เพียงว่าการใช้ศัพท์หรูๆจะทำให้งานวิจัยดูดี จนลืมว่าจุดมุ่งหมายของชื่อคือเพื่อการสื่อให้คนอ่านรู้ว่างานวิจัยนั้นเกี่ยวกับอะไรแน่

หลังจากตรวจสอบเรื่องดังกล่าวมาแล้ว ท้ายสุดอย่าลืมตรวจสอบดูอีกกรอบว่า ชื่อที่ตั้งนั้นให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยอย่างเพียงพอและเหมาะสมหรือไม่ จบเรื่องการตั้งชื่องานวิจัยเพียงเท่านี้ หวังว่าผู้อ่านจะได้รับประโยชน์ไม่มากนักน้อยครับ

การประชุมสัมมนาวิชาการที่น่าสนใจ

โดย ดร.กัลยกิตติ์ กิริติอังกร

รายการประชุมที่น่าสนใจในครั้งนี้เป็นรายการประชุมที่ผู้สนใจสามารถค้นหาเพิ่มเติมได้จาก website ที่แสดงไว้

	ชื่องานประชุม	ผู้จัด / แหล่งข้อมูล	สถานที่ / วันประชุม
1.	23rd CROMAR CONGRESS: MARKETING IN A DYNAMIC ENVIRONMENT - ACADEMIC AND PRACTICAL INSIGHTS	Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija, University of Rijeka, Croatia http://www.fthm.uniri.hr/index.php/cromar-home	Lovran, October 24-26, 2013
2.	9th International Business and Social Science Research Conference	http://www.dubaiconfo.com/	Dubai, UAE 6 – 8 January 2014
3.	12th EBES Conference - Singapore	Nanyang Technological University, School of Humanities and Social Sciences http://www.ebesweb.org/Conferences/12th-EBES-Conference-Singapore.aspx	Singapore, January 9-11, 2014
4.	13th Annual Liquidity Management	http://www.marcusevans-conferences-paneuropian.com/marcusevans-conferences-event-details.asp?EventID=20656&SectorID=2	London, United Kingdom 10-12 March 2014

บทบรรณาธิการ

ภาพหน้าปกเป็นภาพศาสตราจารย์ ดร. สาโรช บัวศรี อธิการบดี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จากข้อมูลที่ค้นคว้ามาจากการระบุว่าท่านเป็นผู้คิดตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนั้นซึ่งท่านได้เคยพูดไว้ว่า “เมื่อตอนเรียนปริญญาตรีผมได้เรียนคณิตศาสตร์ จึงรู้ว่าเส้นกราฟที่อยู่เส้นหนึ่งสมการของมันก็คือ $y = e^x$ ยกกำลัง x เวลาพล็อตกราฟแล้ว เส้นกราฟจะขึ้นเรื่อยไม่มีวันลง ประดุจจรวดขึ้นไปในอวกาศ...การศึกษาทำได้สองอย่างคือ ชนิดที่เป็นภาวะและชนิดที่เป็นการกระทำ...ถ้าการศึกษาเป็นภาวะก็อาจพูดได้ว่า การศึกษา คือ การงอกงาม...ไม่มีวันรู้จักจบสิ้น ถ้าเป็นการกระทำก็แปลว่าการจัดประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียนเพื่อว่าผู้เรียนจะได้งอกงามขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุดเหมือนกัน” เนื้อหาในจุลสารนี้ในฐานะส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒก็พร้อมนำเสนอสาระที่ทำให้ผู้อ่านงอกงามไม่มีที่สิ้นสุดเช่นกัน



คณะผู้จัดทำ

บรรณาธิการ

พนิต กุลศิริ

กองบรรณาธิการ

ภัทรพร	จิตสร้างบุญ
ปิยดา	สมบัติวัฒนา
สิฏฐากร	ชูทรัพย์
วรินทรา	ศิริสุทธิกุล
มनु	สินะวงศ์
จิโรจน์	บุรณศิริ
วรางคณา	อดิสรประเสริฐ
กัลยกิตต์	กীরติอังกูร
จิตอุษา	ชั้นทอง
กมลทิพย์	ประสิทธิ์ธีรพันธ์
ฉันทยาภัทร์	จิตรนพรัตน์
สาวิตรี	แก้วสุวรรณ

ข้อเสนอแนะจากผู้อ่าน

(ส่งได้ที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
หรือ ทาง e-mail rpmb.swu@gmail.com)

เนื้อหาทั้งหมดที่ตีพิมพ์ในจุลสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนเท่านั้น