

การพัฒนาโจทย์วิจัยให้ตอบโจทย์ธุรกิจและสังคม

ในปัจจุบัน งานวิจัยด้านบริหารธุรกิจไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการเท่านั้น แต่ยังสามารถตอบโจทย์ **ภาคธุรกิจ สังคม และการพัฒนาประเทศ** ได้อย่างเป็นรูปธรรม การพัฒนาโจทย์วิจัยที่มีคุณภาพจึงเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานวิจัยเกิดประโยชน์สูงสุด

การจัดการความรู้ (KM) ในหัวข้อ “การพัฒนาโจทย์วิจัยให้ตอบโจทย์ธุรกิจและสังคม” มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้อาจารย์สามารถค้นหาแนวคิดวิจัยใหม่ ๆ วิเคราะห์ช่องว่างขององค์ความรู้ (Research Gap) และพัฒนาคำถามวิจัยที่มีคุณค่าทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ

ประเด็นสำคัญในการปั้นโจทย์วิจัยให้ตอบสนอง ภาคธุรกิจ สังคม และการพัฒนาประเทศ มี 4 ประเด็น ดังนี้

1. การค้นหา Research Gap ในสาขาบริหารธุรกิจ
2. การตั้งคำถามวิจัยที่มีคุณค่าเชิงวิชาการและเชิงธุรกิจ
3. การเชื่อมโยงงานวิจัยกับ SDGs / ESG / นโยบายประเทศ
4. ตัวอย่างงานวิจัยที่สร้าง Impact

1. การค้นหา Research Gap ในสายบริหารธุรกิจ

Research Gap หมายถึง ช่องว่างขององค์ความรู้ที่ยังไม่ได้รับการศึกษาอย่างเพียงพอ หรือยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจนในงานวิจัยที่ผ่านมา การค้นหา Research Gap ถือเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการพัฒนาโจทย์วิจัย

แนวทางในการค้นหา Research Gap ได้แก่

- การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) อย่างเป็นระบบ เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของงานวิจัยที่ผ่านมา

การทบทวนวรรณกรรมย้อนหลัง 3-5 ปี เพื่อหาประเด็นที่ผลการวิจัยยังขัดแย้งกัน (Inconsistency) หรือบริบทที่เปลี่ยนไป (เช่น ทัศนคติการตลาดเดิมนำมาใช้ได้กับโลก Metaverse หรือไม่)

- การศึกษาข้อเสนอแนะในส่วน Future Research ของบทความวิชาการ
- การเปรียบเทียบงานวิจัยในบริบทต่างประเทศกับบริบทของประเทศไทย
- การติดตามแนวโน้มใหม่ในโลกธุรกิจ เช่น Digital Transformation, Sustainability หรือ AI ในธุรกิจ พุดคุยกับผู้ประกอบการ หรืออ่านรายงานแนวโน้มอุตสาหกรรม

การหาช่องว่างของงานวิจัย (Research Gap) ในสายบริหารธุรกิจไม่ใช่แค่การอ่าน Paper ให้มากพอ แต่คือการสังเกต "รอยต่อ" ที่ยังไม่มีใครเติมเต็ม ช่วยให้นักวิจัยสามารถระบุประเด็นที่ยังขาดการศึกษา หรือประเด็นที่ควรได้รับการศึกษาต่อยอด

2. การตั้งคำถามวิจัยที่มีคุณค่าเชิงวิชาการและเชิงธุรกิจ

คำถามวิจัยที่ดีควรมีความชัดเจน มีความสำคัญทางวิชาการ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในโลกธุรกิจ

หลักการสำคัญในการตั้งคำถามวิจัย ได้แก่

- คำถามต้อง สะท้อนปัญหาที่แท้จริงในภาคธุรกิจหรือสังคม
- สามารถนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่
- มีความเป็นไปได้ในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผล
- สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการตัดสินใจหรือพัฒนาองค์กรได้

ตัวอย่างคำถามวิจัย เช่น

- ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล
- กลยุทธ์ ESG มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรและความเชื่อมั่นของลูกค้าอย่างไร
- การใช้ Data Analytics สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้อย่างไร

คำถามลักษณะนี้จะช่วยเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวิชาการกับการประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การเชื่อมโยงงานวิจัยกับ SDGs, ESG และนโยบายประเทศ

ปัจจุบัน แนวโน้มของงานวิจัยทั่วโลกให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม การเชื่อมโยงงานวิจัยกับกรอบแนวคิดระดับสากลจึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการเพิ่มคุณค่าให้กับงานวิจัย

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- SDGs (Sustainable Development Goals)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การลดความเหลื่อมล้ำ และการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ควรเลือกเป้าหมายที่ตรงกับความเชี่ยวชาญ ซึ่งครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น *SDG 8 (Decent Work and Economic Growth)* หรือ *SDG 12 (Responsible Consumption)*

SDGs (Sustainable Development Goals) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน คือเป้าหมายระดับโลก 17 ข้อ ที่กำหนดโดยองค์การสหประชาชาติ (UN) เพื่อใช้เป็นกรอบการพัฒนาโลกในช่วง 15 ปี (2015-2030) ครอบคลุมด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างโลกที่ดีกว่าและยั่งยืน



เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs)

Source: <https://prdi.or.th/th/content/2022/05/1081>

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Source: <https://www.sdgmove.com/intro-to-sdgs/>, <https://science.mahidol.ac.th/sdgs/sdgs-17/>

- ESG (Environmental, Social, and Governance)

แนวคิดด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งกำลังเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจและการลงทุนทั่วโลก

โลกการเงินและการลงทุน ESG คือหัวใจหลัก การวิจัยว่าบริษัทที่ตีส่งผลกระทบต่ออย่างไร หรือการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมช่วย Brand Equity แค่ไหน จึงเป็นงานวิจัยที่ต้องการอย่างมาก

- นโยบายการพัฒนาประเทศ National Policies (BCG Model):

เชื่อมโยงงานวิจัยเข้ากับนโยบายรัฐ เช่น เศรษฐกิจดิจิทัล การพัฒนา SME การสร้างนวัตกรรม และเศรษฐกิจสีเขียว เพื่อให้งานวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนประเทศ

การเชื่อมโยงงานวิจัยกับแนวคิดเหล่านี้จะช่วยเพิ่มสำคัญของงานวิจัย และเปิดโอกาสในการได้รับทุนวิจัยหรือความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ

4. ตัวอย่างงานวิจัยที่สร้าง Impact

งานวิจัยด้านบริหารธุรกิจที่มี Impact มักมีลักษณะดังต่อไปนี้

- สามารถนำไปใช้แก้ปัญหาจริงในองค์กรหรือภาคธุรกิจ
- มีการทำวิจัยร่วมกับภาคอุตสาหกรรม
- มีการนำผลวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายหรือพัฒนาองค์กร
- ได้รับการเผยแพร่ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเกี่ยวกับ

- การประยุกต์ใช้ Big Data ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เช่น พฤติกรรมการซื้อสินค้า Circular Fashion ของ Gen Z ช่วยวางกลยุทธ์การตลาดเพื่อลดขยะจากอุตสาหกรรมสิ่งทอ (Environmental Impact)
- กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับธุรกิจ SME เช่น การประยุกต์ใช้ AI ใน Logistics ของ SMEs ช่วยธุรกิจขนาดเล็กลดต้นทุนการขนส่งได้ 15% (Economic Impact)
- การบริหารองค์กรตามแนวคิด ESG เพื่อสร้างความยั่งยืน เช่น ความโปร่งใสในรายงานความยั่งยืนของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ ช่วยสร้างมาตรฐานใหม่ในการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นธรรมต่อผู้ลงทุน (Governance Impact)

งานวิจัยในลักษณะนี้จะช่วยให้เกิดทั้ง องค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการ และ ประโยชน์เชิงปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้พัฒนาองค์กรธุรกิจ และสังคมได้อย่างยั่งยืน