

เขียน หล่ : โครงสร้างอรรถภาคและการสื่อความหมายโดยอ้อมในบทความวิจัยสาขาวิชา
การจัดการและการตลาด (MOVE-STEP STRUCTURE AND HEDGING IN
RESEARCH ARTICLES IN MANAGEMENT AND MARKETING) อาจารย์ที่ปรึกษา :
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ประมูลสุข, 308 หน้า

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจโครงสร้างอรรถภาคของบทคัดย่อ บทนำ ระเบียบ
วิธีการ ผลการวิจัย และบทส่งท้าย ของบทความวิจัยทางด้านการจัดการและทางด้านการตลาด เพื่อ
ศึกษากลวิธีการสื่อความหมายโดยอ้อมที่ใช้ในบทคัดย่อและบทส่งท้าย และเพื่อค้นหาความเหมือน
และความแตกต่างกันทางด้าน โครงสร้างอรรถภาค และกลวิธีการสื่อความหมายโดยอ้อม ในการ
เขียนบทความเชิงวิชาการที่ใช้ระหว่างสองสาขาวิชานี้

บทความวิจัยทางด้านการจัดการและการตลาดทั้งสิ้น 64 บทความ ได้เลือกมาจากการสาร
จำนวน 8 ฉบับเพื่อใช้ในการสร้างคลังข้อมูลขึ้นมาจำนวน 2 ชุด โดยคลังข้อมูลแต่ละชุดประกอบด้วย
บทความวิจัยเชิงประจักษ์จำนวน 32 บทความ ที่ถูกสุ่มเลือกจากการสารที่มีชื่อเสียง จำนวน 4 ฉบับ
และได้สุ่มเลือกจากบทความวิจัยขึ้นมา 8 บทความจากการสารแต่ละฉบับ บทความวิจัยดังกล่าว
ข้างต้นทั้ง 64 บทความนี้ ถูกนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์โครงสร้างของบทความ รวมทั้ง
บทคัดย่อจำนวน 64 บทคัดย่อ (Abstracts) และ บทส่งท้าย (Final Elements) เพื่อวิเคราะห์หาการใช้
กลวิธีการสื่อความหมายโดยอ้อม แบบจำลองการเขียน การวิเคราะห์โครงสร้างของบทความ 5 แบบ
ที่แตกต่างกันถูกนำมาใช้เป็นกรอบทางความคิดในการวิเคราะห์ หน่วยย่อยจำนวน 5 หน่วย กรอบ
ทางความคิดที่ใช้วิเคราะห์กลวิธีการสื่อความหมายโดยอ้อมของไฮแลนด์ (2000a) ถูกนำมาใช้ในการ
การแยกประเภทของวิธีการสื่อความหมายโดยอ้อม และเครื่องมือของเวอร์ดสมิท ก็ถูกนำมาใช้
คำนวณหาความถี่ของวิธีการสื่อความหมายโดยอ้อมด้วยเช่นกัน

ผลการวิจัยพบว่า บทความวิจัยทั้งสองสาขาวิชานี้มีทั้งห้าภาคส่วนนั้นมีโครงสร้างอรรถภาค
บทความในรูปแบบเฉพาะของตนเองซึ่งสามารถอธิบายอย่างคร่าว ๆ ได้ด้วยรูปแบบจำลองที่เลือก
มา อีกทั้ง ผลการวิเคราะห์โครงสร้างบทความวิจัยทางด้านธุรกิจ 64 บทความนั้น ได้ชี้ให้เห็นถึง
ความเหมือนและความแตกต่างในการเขียนบทความวิจัยระหว่างสองสาขาวิชานี้ สิ่งที่
เหมือนกันคือโครงสร้างอรรถภาคและความถี่ของบางโครงสร้างในแต่ละภาคส่วนย่อย ในทาง
ตรงกันข้าม ส่วนที่ต่างกันพบได้จากความถี่ของบางโครงสร้างและขั้นตอนการเขียนบทความ
รูปแบบโครงสร้างบทความ (Move Structure Pattern) โครงสร้างฝังตัว (Move Embedment)
โครงสร้างหมุนเวียน (Move Cycles) โครงสร้างรูปแบบใหม่ (New Moves) ระหว่างทั้งสอง
สาขาวิชานี้

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์วิธีการสื่อความหมายโดยอ้อมของบทคัดย่อและบทส่งท้าย แสดงให้เห็นถึงการเขียนใน 5 รูปแบบ จากทั้งสองสาขาวิชา ประกอบด้วย กลุ่มคำกริยาช่วย (Modal Auxiliaries) การสื่อ ทักษะในรูปแบบ กลุ่มคำกริยา (Epistemic Lexical Verbs) กลุ่มคำคุณศัพท์ (Epistemic Adjectives) กลุ่มคำกริยาวิเศษณ์ (Epistemic Adverbs) และกลุ่มคำนาม (Epistemic Nouns) โดยความผันแปรของการใช้วิธีการสื่อความหมายโดยอ้อมเกิดขึ้นโดยทั่วไปและยังพบ ประเภทเดี่ยวระหว่างบทส่งท้ายของบทความวิจัยทางด้านการจัดการและการตลาด โดยพบว่ามี การใช้วิธีการสื่อความหมายโดยอ้อมในบทส่งท้ายของบทความทางด้านการจัดการมากกว่า บทความทางด้านการตลาด

นักวิจัยได้นำเสนอการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในทางการเรียนการสอนที่ได้มาจาก ผลการวิจัยนี้และข้อจำกัดของการศึกษาครั้งนี้ อีกทั้งมีการวิภาควิจารณ์ทิศทางการวิจัยในอนาคตใน ด้านการวิจัยนี้ด้วย



QIAN LI : MOVE-STEP STRUCTURE AND HEDGING IN RESEARCH

ARTICLES IN MANAGEMENT AND MARKETING. THESIS ADVISOR :

ASST. PROF. ISSRA PRAMOOLSOOK, Ph.D., 308 PP.

BUSINESS RESEARCH ARTICLES/MOVE-STEP STRUCTURE/HEDGING

The present study aimed to investigate the move-step structure of Abstracts, Introductory Elements, Methods, Results and Final Elements in Management and Marketing research articles, to examine hedging in Abstracts and the Final Elements, and to find out the similarities and differences in the move-step structure and hedging use between the two subdisciplines.

A total of 64 Management and Marketing RAs were selected from 8 journals to create two sets of corpus. Each corpus consists of 32 empirical research articles randomly selected from 4 prestigious journals, and 8 RAs from each. These 64 RAs were used for move-step analysis, and 64 Abstracts and the Final Elements for hedging analysis. Five different models were selected for the move-step structure and adopted as analytical frameworks for the five units of analysis. The proposed taxonomy and Hyland's hedging items (2000a) were used to identify the hedging types, and Wordsmith Tool was used to calculate the frequencies of hedging.

The findings revealed that the five sections of RA in the two subdisciplines have their particular move-step structure, which can be described roughly by the selected models. Also, the findings from move-step analysis of 64 Business RAs have

pointed to the existence of similarities and differences between the two subdisciplines. The similarities lie in the move-step structure and frequencies of some moves and steps in each section. In contrast, the differences as seen in the frequency of occurrence of some moves and step, move structure pattern, move embedment, move cycles, and new moves between the two subdisciplines.

The findings from hedging analysis of Abstracts and the Final Elements showed that five types of hedging were used in the two subdisciplines; namely, modal auxiliaries, epistemic lexical verbs, epistemic adjectives, epistemic adverbs and epistemic nouns. The variations of hedging use occurred in overall frequency and individual type between the Management and Marketing Final Elements. Hedging was more heavily used in the Management Final Elements than in the Marketing ones.

Pedagogical implications based on the research findings were proposed, and limitations of the present study and the directions for future research were discussed.

School of Foreign Languages

Academic Year 2014

Student's Signature_____

Advisor's Signature_____