



โครงการฝึกอบรม“สร้างนักวิจัยรุ่นใหม่”(ลูกไก่) รุ่นที่ ๔

วันที่ ๒๕-๒๙ เมษายน ๒๕๕๙

ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร

หมวด ๓

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิด การสังเคราะห์วรรณกรรม

๓. เนื้อหาบรรยาย

๓.๖ ความหมายของกรอบแนวคิดการวิจัย

๓.๗ ความแตกต่างระหว่างกรอบทฤษฎีและความหมายกรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วชิรา รินทร์ศรี

สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

หัวข้อบรรยาย

- ~~✎~~ กรอบแนวคิดการวิจัยมีการใช้คำหลายคำ
- ~~✎~~ การวางกรอบแนวคิดการวิจัย
- ~~✎~~ กรอบแนวคิดการวิจัย
- ~~✎~~ กรอบทฤษฎี
- ~~✎~~ ความแตกต่างกรอบทฤษฎีกับกรอบแนวคิดการวิจัย
- ~~✎~~ การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย
- ~~✎~~ ตัวอย่าง

กรอบแนวคิดการวิจัย มีใช้กันอยู่หลายตำ

บางครั้งเรียก

~~กรอบแนวคิดในการวิจัย~~

~~กรอบแนวคิด~~

~~กรอบแนวคิดการวิจัย~~

~~กรอบแนวคิดงานวิจัย~~

~~กรอบความคิดในการวิจัย~~

~~กรอบแนวความคิดการวิจัย~~

~~กรอบการศึกษา~~

~~กรอบแนวความคิดในการวิจัย~~

~~กรอบการศึกษา~~

~~กรอบมโนทัศน์การวิจัย~~

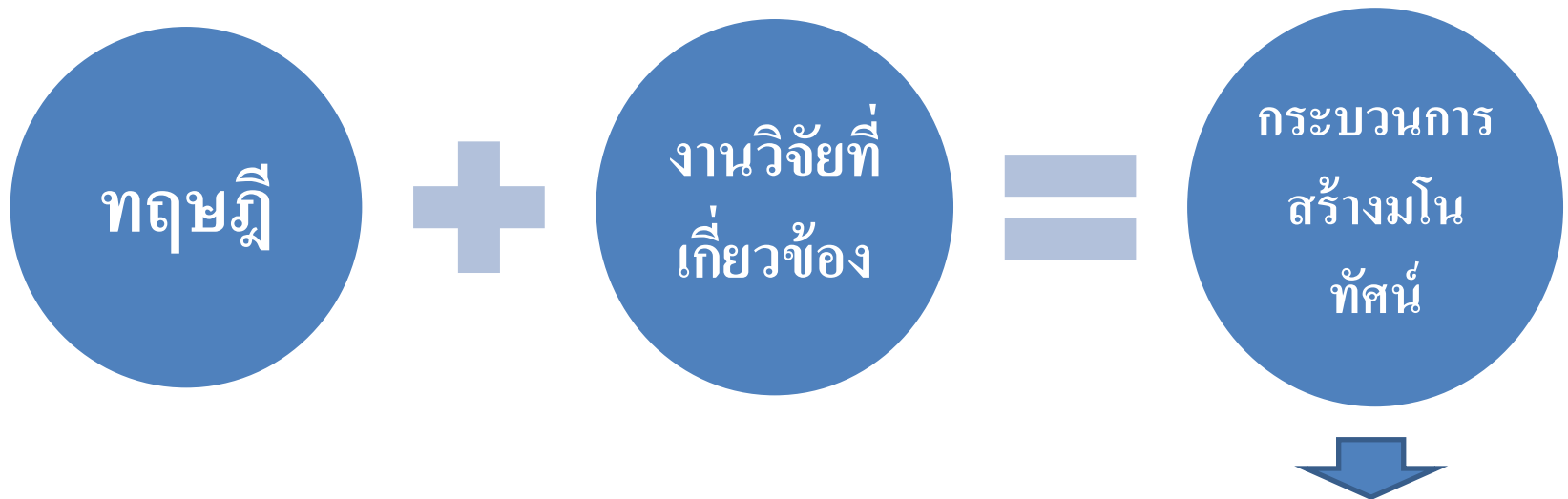
การวางกรอบแนวคิด (Conceptualization)

~~✂~~ ความหมาย

- ➡ กระบวนการสร้างมโนทัศน์จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริง
ในธรรมชาติ
- ➡ โดยอาศัยทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ➡ ผลที่ได้จากกระบวนการสร้างมโนทัศน์ คือกรอบทฤษฎี
(Theoretical framework)
- ➡ ซึ่งเป็นแบบจำลองแสดงโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี

การวางกรอบแนวคิด (Conceptualization)

~~อธิบาย~~



กรอบทฤษฎี (Theoretical framework)

กรอบทฤษฎี (Theoretical framework)

~~✎~~ ความหมาย

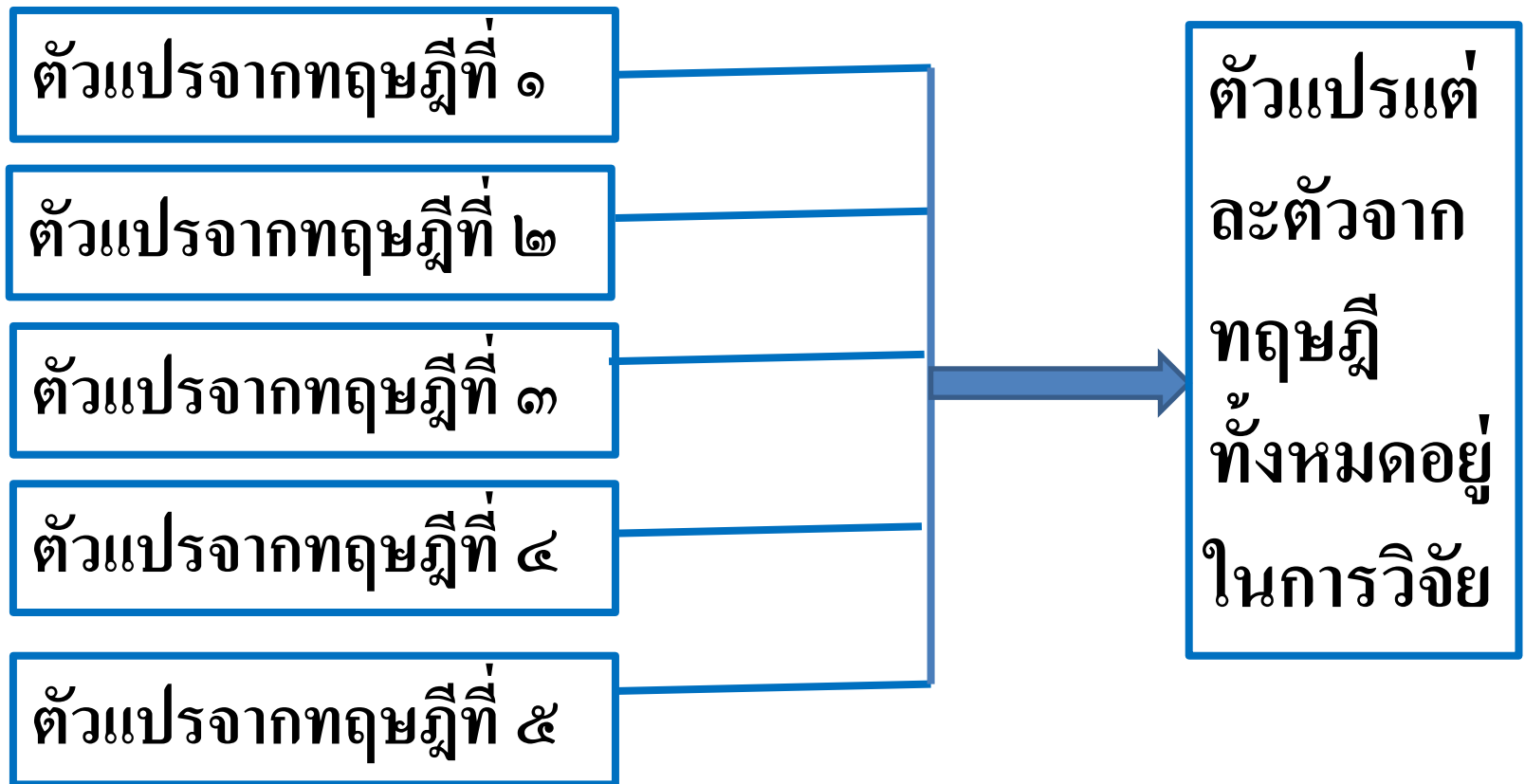
☞ เป็นแบบจำลองแสดงโครงสร้างความสัมพันธ์
ระหว่างกลุ่มตัวแปรทั้งหมดที่เกี่ยวข้องตามทฤษฎี

☞ เขียนในรูปแบบของแผนภาพ(diagram)

(นงลักษณ์ วิรัชชัย, ๒๕๔๐)

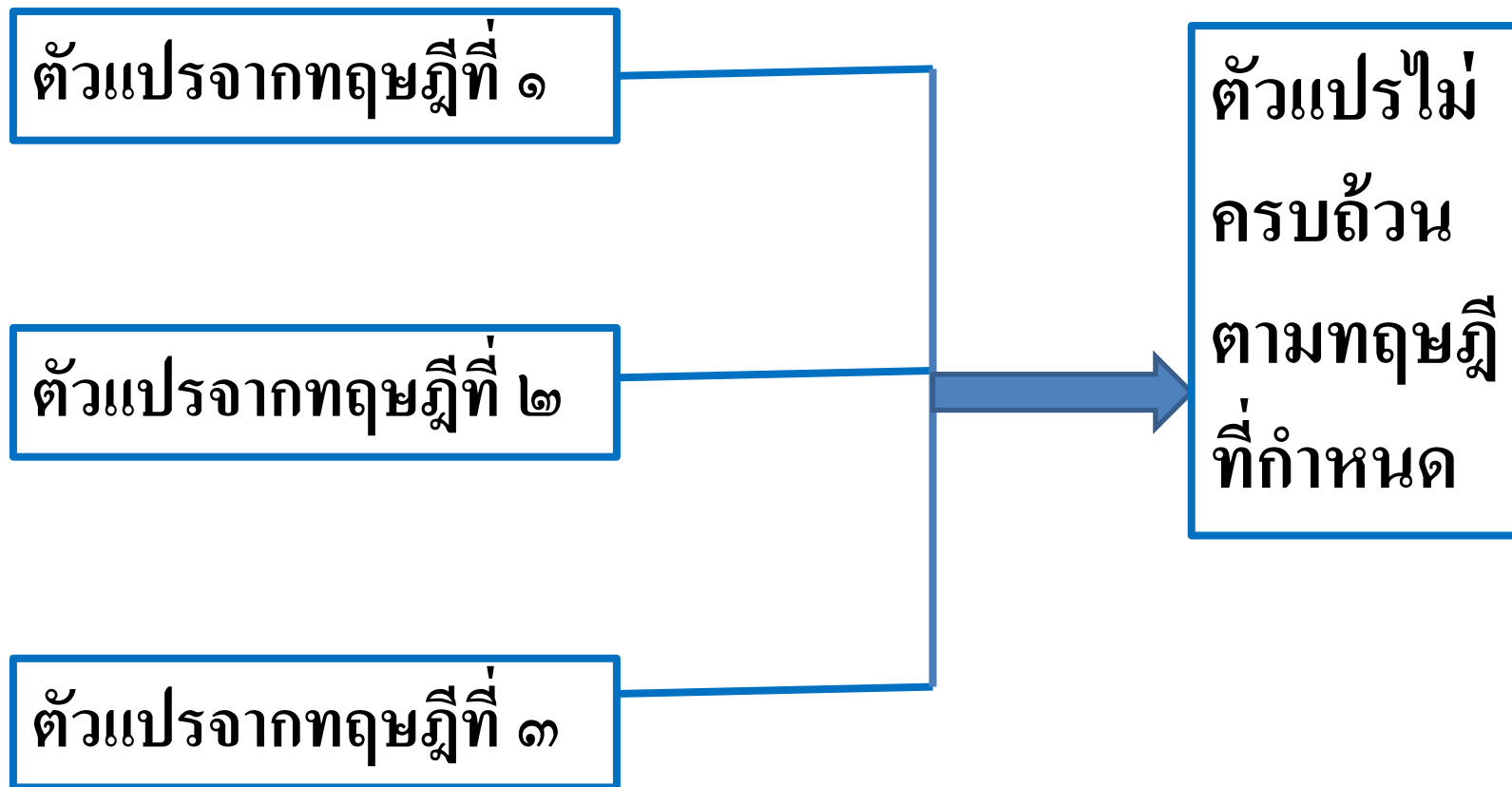
กรอบทฤษฎี (Theoretical framework)

~~อธิบาย~~







กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual framework)

~~อธิบาย~~



กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual framework)

ความหมาย

-  ในการสร้างกรอบแนวคิด ต้องมีพื้นฐานทฤษฎีรองรับ
-  โดยมีการคัดเลือกตัวแปรบางตัวมาศึกษา และปรับลดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยใหม่
-  นักวิจัยต้องมีเหตุผลในการอธิบายถึงความจำเป็นในการคัดเลือกหรือปรับลดตัวแปรจากกรอบเดิมให้สมเหตุผล
-  ซึ่งจะใช้เฉพาะงานวิจัยนั้น ๆ เท่านั้น หากเปลี่ยนเรื่องก็ ต้องเปลี่ยนกรอบ

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual framework)

~~ความหมาย~~

ตามความคิดของนางลักษณ์ วิรัชชัย(๒๕๔๐) หมายถึง

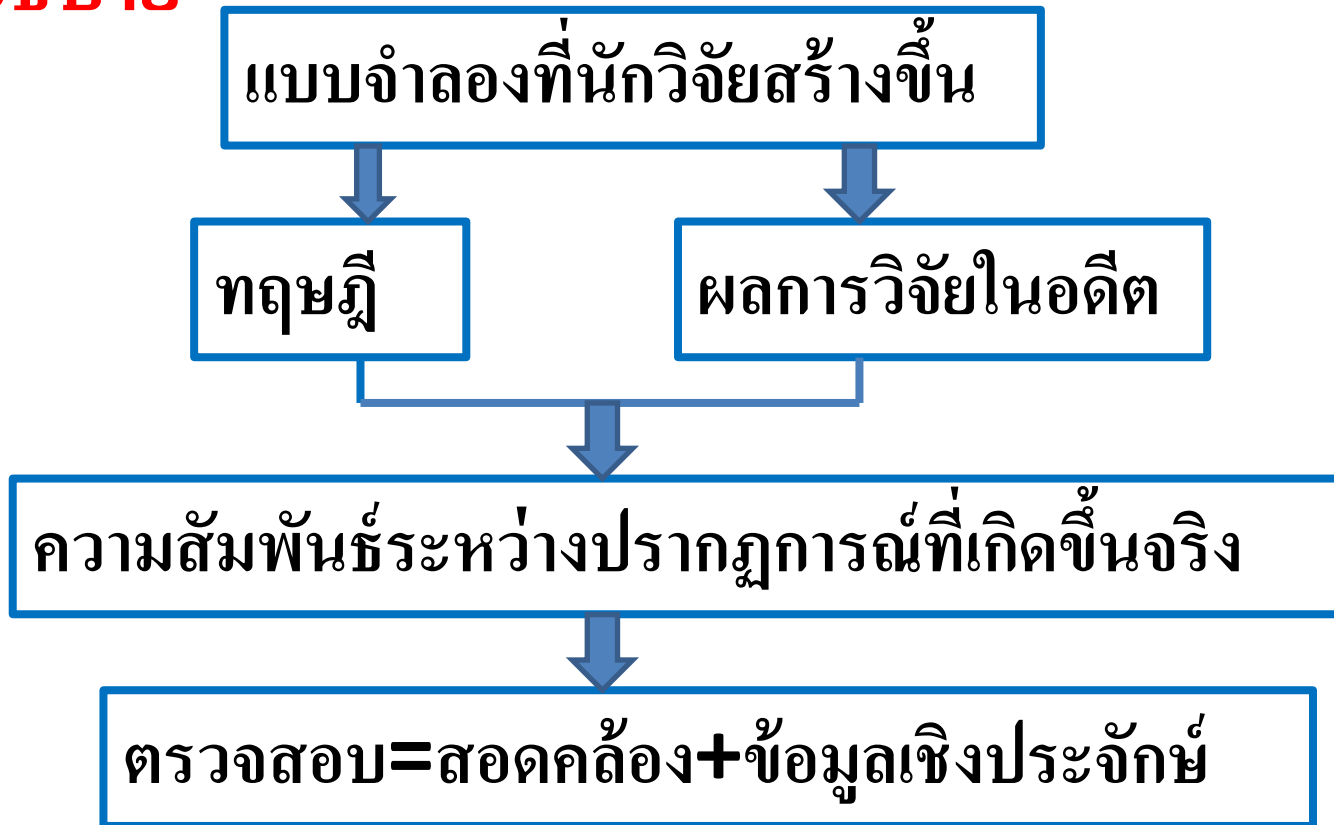
☞ แบบจำลองที่นักวิจัยสร้างขึ้นโดยใช้ทฤษฎี

☞ เพื่อแทนความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่าง
ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในธรรมชาติ

☞ และจะนำไปตรวจสอบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิง
ประจักษ์

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual framework)

~~อธิบาย~~




กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual framework)

 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

หรือกรอบกระบวนทัศน์การวิจัย (Research Paradigm)

หมายถึง

 กรอบของการวิจัยในด้านเนื้อหา ที่ต้องการค้นหา
คำตอบจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม
ในงานวิจัย การสร้างกรอบแนวคิด ต้องมีพื้นฐานทฤษฎี
รองรับ

ความแตกต่างระหว่างความหมายกรอบทฤษฎี

และความหมายกรอบแนวคิดการวิจัย

~~ความแตกต่าง~~

 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) คือ กรอบทฤษฎี (Theoretical framework) ที่ลดรูปลงมาเพื่อใช้สำหรับการวิจัยเรื่องนั้น ๆ นั้นเอง

การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

เริ่มจาก

~~✗~~ การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

~~✗~~ วิเคราะห์ประเด็นปัญหา

~~✗~~ กำหนดปัญหาการวิจัยให้ชัดเจน

~~✗~~ หาแนวทางการค้นหาคำตอบ

➡ จากนั้นประมวลเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องนั้น

การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

หลังจากการประมวลกรอบแนวคิดการวิจัยแล้วทำความเข้าใจเรื่อง

~~✎~~ ปัญหาหลักที่ต้องการวิจัยคืออะไร และอะไรเป็นปัญหาที่ต้องการทราบ

~~✎~~ อะไรเป็นตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน

อย่างไร

~~✎~~ ข้อมูลที่จะใช้วิจัยเรื่องนั้นมีอะไรบ้าง แหล่งข้อมูลอยู่ที่ไหน จะเก็บ

รวบรวมมาได้อย่างไร

การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

หลังจากการประมวลกรอบแนวคิดการวิจัยแล้วทำความเข้าใจเรื่อง

~~✗~~ การหาคำตอบในการวิจัยนั้น สามารถใช้ระเบียบวิธีวิจัยหรือ
แบบการวิจัยในลักษณะใดได้บ้าง จะเลือกใช้การวิจัยแบบใด
ทำไมจึงเลือก

~~✗~~ มีแนวคิดทฤษฎีอะไรที่สนับสนุนการวิจัยในปัญหานี้

~~✗~~ มีข้อตกลงเบื้องต้นในการทำวิจัยเรื่องนี้หรือไม่อย่างไร



วิเคราะห์ได้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวอย่างการเขียนกรอบแนวคิดการวิจัย

~~ชื่อ~~ **ชื่องานวิจัย**

“สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพของผู้สูงอายุจังหวัดนครสวรรค์”

ประเด็นสำคัญที่ต้องหากรอบทฤษฎี

- ❌ สื่อประชาสัมพันธ์
- ❌ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ❌ พฤติกรรมผู้บริโภค
- ❌ ปัจจัยส่วนบุคคล

ประเด็นสำคัญที่ต้องหากรอบทฤษฎี

✘ สื่อประชาสัมพันธ์

➔ ความหมายของการประชาสัมพันธ์

➔ กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

- การรวบรวมข้อมูลและการวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์
- การวางแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์
- การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์
- การประเมินผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์

ประเด็นสำคัญที่ต้องหากรอบทฤษฎี

✠ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

➔ ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

➔ ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

- การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ

ประเด็นสำคัญที่ต้องหากรอบทฤษฎี

✘ พฤติกรรมของผู้บริโภค

😊 ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภค

- ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย
- ผู้บริโภคซื้ออะไร
- ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ
- การประเมินผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์
- ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบ้าง
- ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด
- ผู้บริโภคซื้อที่ไหน
- ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ประเด็นสำคัญที่ต้องหากรอบทฤษฎี

กระบวนการซื้อของผู้บริโภค

การรับรู้ความต้องการ

- สิ่งกระตุ้นภายใน
- สิ่งกระตุ้นภายนอก

การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ

- แหล่งบุคคล
- แหล่งการค้า
- แหล่งชุมชน
- แหล่งทดลอง

ประเด็นสำคัญที่ต้องหากรอบทฤษฎี

กระบวนการซื้อของผู้บริโภค

✈ การประเมินผลทางเลือก

✈ การตัดสินใจซื้อ

✈ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

✈ ในแง่จิตใจ

ประเด็นสำคัญที่ต้องหากรอบทฤษฎี

😊 พฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

✈ ความพร้อมทางด้านการเงิน

✈ มีเวลามากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่นๆ

✈ สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุเกิน 65 ปี

ประเด็นสำคัญที่ต้องหากรอบทฤษฎี

😊 รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ

✈️ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมกลางแจ้งจะชอบซื้อสินค้าที่เป็น
สินค้าขายปลีก

✈️ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อศึกษาวัฒนธรรม

ประเด็นสำคัญที่ต้องหากรอบทฤษฎี

✘ ปัจจัยส่วนบุคคล

- 1) เพศ (Sex) หมายถึง เพศชายหรือเพศหญิง
- 2) อายุ (Age) หมายถึง ระดับอายุผู้สูงอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป
- 3) สถานภาพสมรส (Status) หมายถึง ภาวะสมรสของผู้สูงอายุ
- 4) การศึกษา (Education) หมายถึง วุฒิการศึกษาที่ผู้สูงอายุจบการศึกษาตามหลักสูตร
- 5) อาชีพ (Occupation) หมายถึง การทำงานของแต่ละบุคคลที่ประกอบอาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น ความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน
- 6) รายได้ (Income) หมายถึง จำนวนเงินได้โดยประมาณที่ได้รับในแต่ละเดือน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ที่เกี่ยวข้องกับอำนาจในการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

การทบทวนเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจ

- ✘ ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และวินัส อัสวสิทธิถาวร. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ว่างอักษร
- ✘ ชนิตา ทวีศรี. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. [ออนไลน์] การเข้าถึง 24 กันยายน 2557
<https://www.l3nr.org/posts/166878>
- ✘ วชิรา รินทร์ศรี. (2549). หลักการประชาสัมพันธ์. นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
- ✘ นงค์ลักษณ์ แสงขาว. (2554.) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่. ขอนแก่น: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น.
- ✘ นันทรัตน์ โรจน์วัลลี. (2550). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ✘ ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย. จังหวัดนครสวรรค์. [ออนไลน์] การเข้าถึง 24 กันยายน 2557
<http://nakhonsawan.kapook.com/>
- ✘ สุชาดา นิมหิรัญวงศ์. (2544). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยว ภายในประเทศของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ✘ Shoemaker. (1989). Segmentation of the Senior Pleasure Travel Market. (Online). www.tu.ac.th/cgi-bin/arts/tourism/fullex.html, 21 september 1014.

กรอบแนวคิดในการวิจัย: ตัวแปรต้น

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย: ตัวแปรตาม

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค

1. แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป
2. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว
3. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
4. ผู้มีส่วนร่วมเดินทาง
5. การใช้บริการการเดินทาง
6. วิธีการเดินทาง
7. การพักค้างคืน
8. การเลือกใช้บริการที่พัก
9. ช่วงเวลาโอกาสในการท่องเที่ยว
10. การรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย: ตัวแปรตาม

ปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์

1. สื่อบุคคล
2. สื่อสิ่งพิมพ์
3. สื่อวิทยุกระจายเสียง
4. สื่อวิทยุโทรทัศน์
5. สื่อเว็บไซต์ของหน่วยงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้

ตัวแปรตาม

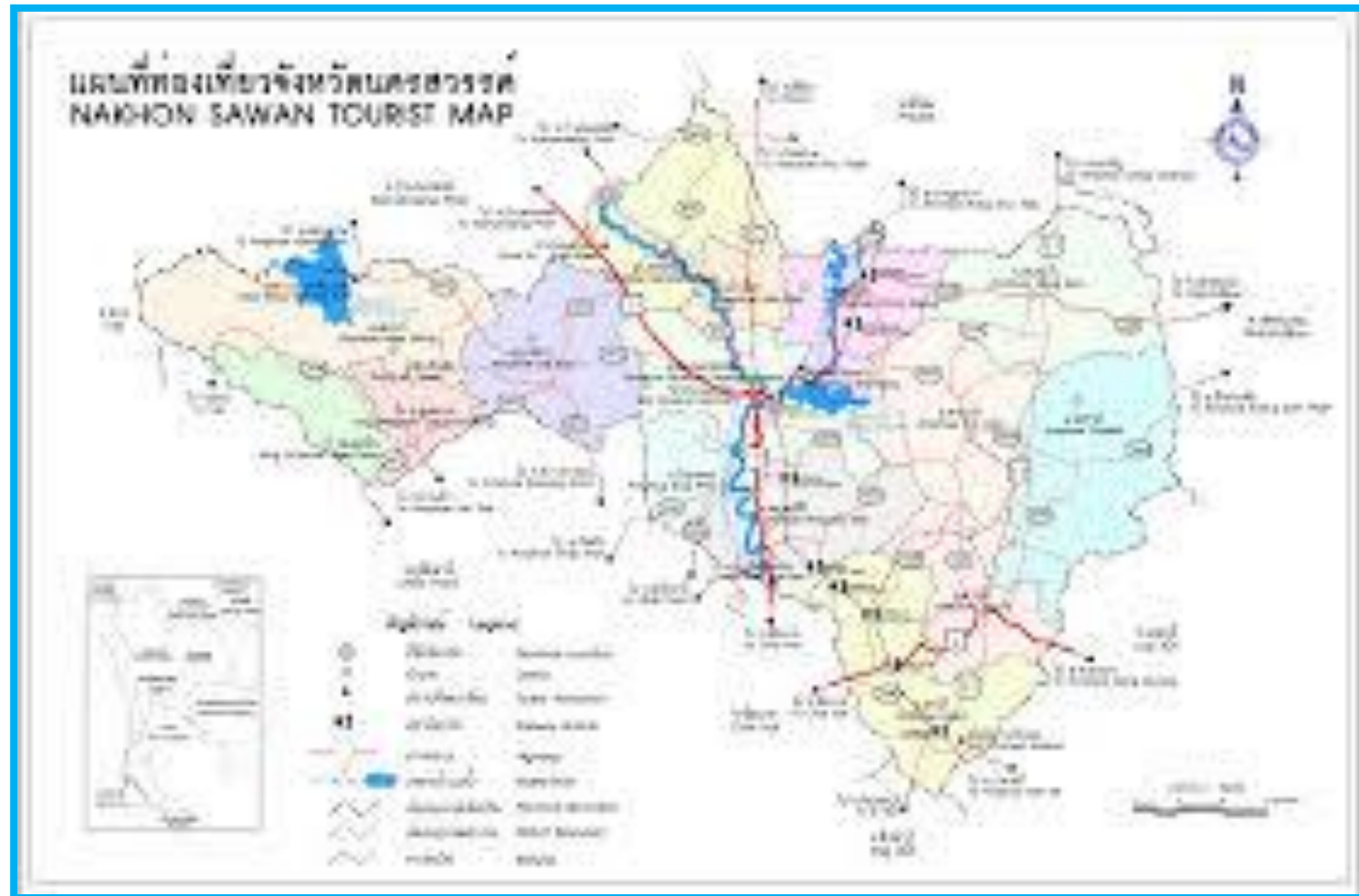
ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค

1. แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป
2. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว
3. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
4. ผู้มีส่วนร่วมเดินทาง
5. การใช้บริการการเดินทาง
6. วิธีการเดินทาง
7. การพักค้างคืน
8. การเลือกใช้บริการที่พัก
9. ช่วงเวลาโอกาสในการท่องเที่ยว
10. การรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์

1. สื่อบุคคล
2. สื่อสิ่งพิมพ์
3. สื่อวิทยุกระจายเสียง
4. สื่อวิทยุโทรทัศน์
5. สื่อเว็บไซต์ของหน่วยงาน

ถ้ามีโอกาสแวะมาท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์:



สวัสดีค่ะ:

