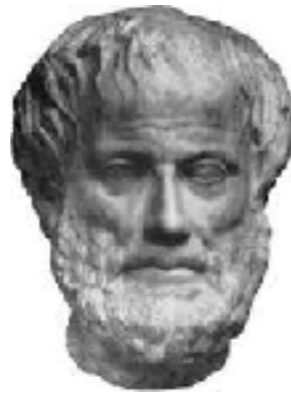


การพัฒนาโครงงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์



ปรัชญาประจักษ์นิยม
ความจริงต้องสัมผัสได้โดยประสาทสัมผัส

ปริมาณ

ประเด็นเปรียบเทียบ

คุณภาพ

ความจริงมีอยู่แล้วในธรรมชาติ	ภววิทยา	ความจริงมีอยู่เฉพาะในประสบการณ์ผ่านการตีความ
------------------------------	---------	--

ภววิสัย

คุณค่าต่อความจริง

อัตวิสัย

การเปิดรับสื่อ การรับรู้ ทักษะ ความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์ จากสื่อ การเลือกสรร การกำหนด วาระข่าวสารผ่านสื่อ ฯลฯ	ญาณวิทยา	สัญวิทยา วาทกรรม อัตลักษณ์จิต วิเคราะห์ เศรษฐศาสตร์การเมือง ปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ KM การ ประเมิน การรณรงค์ Media A. ฯลฯ
---	----------	---

ประชากร **กลุ่มตัวอย่าง** การสุ่ม
กลุ่มตัวอย่าง วิธีสำรวจ มาตรวัด
แบบสอบถาม

วิธีวิทยา

ผู้ให้ข้อมูลหลัก กรณีศึกษา snowball
ชาติพันธุ์วรรณา สุนทนากลุ่ม อภิปราย
กลุ่มย่อย สัมภาษณ์ สัมภาษณ์
มานุษยวิทยา สร้างทฤษฎีจากสนามวิจัย
เวทีสะท้อนความคิดเห็น วิเคราะห์วาท
กรรม วิเคราะห์ตัวบท ปฏิสัมพันธ์
วิเคราะห์ การวิเคราะห์เนื้อหา การวิจัย
เอกสาร แผนที่เดินดิน ระดมสมอง การ
วิเคราะห์ตำนาน ฯลฯ



ปรากฏการณ์วิทยา

ศาสตร์แห่ง
การตีความ

สัจย

การวิเคราะห์ข้อมูล



ปฏิฐานนิยม

- 1 การเฝ้าระวังและติดตามกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด**แบบฉง**ที่ละเมิดหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็ก
- 2 การรู้เท่าทันกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด**การพนันฟุตบอลออนไลน์**กับการละเมิดกฎหมาย
- 3 ทัศนคติ: การสื่อสารในการประกอบสร้างความหมายเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรี
- 4 การท่องเที่ยว**จิตวิญญาณ**กับการสื่อสารสุขภาพะ
- 5 การสื่อสารพลังบวกของ**ความรัก**ในวัยเรียนกับการส่งเสริมการเรียนรู้ในรั้วมหาวิทยาลัย

หัวข้อ:

ที่มา:

วัตถุประสงค์การวิจัย	แนวคิด / ทฤษฎี	แหล่งข้อมูล	วิธีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล

หัวข้อ: การเฝ้าระวังและติดตามกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดนมผงที่ละเมิดหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็ก

- ที่มา:**
- ประเทศไทยไปลงนามรับรองหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็ก
 - ประเทศไทยมีอัตราการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ 6 เดือน ต่ำสุดในอาเซียนเพียง 12 %
 - สาเหตุสำคัญประการหนึ่ง คือ บริษัทนมผงทำการสื่อสารการตลาดนมผงอย่างชัดเจน เปิดเผย
 - การสื่อสารการตลาดนมผง = การละเมิดหลักเกณฑ์ฯ ที่ประเทศไทยไปลงนามรับรอง
 - ทารกที่ไม่ได้รับนมแม่อย่างเดียวยาว 6 เดือนส่งผลต่อสุขภาพของทารก



วัตถุประสงค์การวิจัย	แนวคิด / ทฤษฎี	แหล่งข้อมูล	วิธีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล
<p>1. เพื่อเฝ้าระวังและติดตามกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดนมผงที่ละเมิดหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็ก</p>	<ul style="list-style-type: none"> • แนวคิดการสื่อสารการตลาด • แนวคิดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็ก 	<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรมในพื้นที่ที่นมผงจัดขึ้น • เว็บไซต์ / สื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภท • พนักงานขาย • สื่อมวลชน • โรงพยาบาล / สถานบริการสาธารณสุข • วัตถุ / สิ่งพิมพ์ที่นมผงผลิตขึ้นเพื่อใช้ทำการสื่อสารการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> • การเฝ้าระวังผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ • การติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทนมผง • การสังเกต: ลงพื้นที่เก็บหลักฐานการละเมิดหลักเกณฑ์ฯ • การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นกันเอง
<p>2. เพื่อวิเคราะห์มายาคตินมผงที่สร้างขึ้นจากกระบวนการสื่อสารการตลาดที่ละเมิดหลักเกณฑ์ฯ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • แนวคิดสัญวิทยา • แนวคิดมายาคติ 	<ul style="list-style-type: none"> • สารข้อความที่นมผงทำการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> • นำข้อมูลที่ได้จาก R0 1 มาวิเคราะห์ต่อบท (textual analysis) เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสร้างมายาคติ

หัวข้อ:

การรู้เท่าทันกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดบนฟุตบอลออนไลน์กับการละเมิดกฎหมาย

ที่มา:

- เว็บไซต์ฟุตบอลออนไลน์เปิดให้บริการมากมายหลายเจ้า
- แต่ละเจ้ามีการทำการสื่อสารการตลาดเพื่อแย่งชิงลูกค้า
- สถิติชี้ให้เห็นว่านักพนันหน้าใหม่ คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน
- การติดนี้พนันส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางสังคม (ฆ่าตัวตาย ปล้น จี ตามที่เป็นข่าว)
- ช่องว่างทางกฎหมายอันเกิดจากพัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร (กฎหมายที่เกี่ยวข้องและที่มีอยู่ในขณะนี้สามารถควบคุมสถานการณ์การพนันฟุตบอลออนไลน์ได้หรือไม่)

วัตถุประสงค์การวิจัย	แนวคิด / ทฤษฎี	แหล่งข้อมูล	วิธีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดการพนันฟุตบอลออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> • ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด • แนวคิดการสื่อสารการตลาด • แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ 	<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรมในพื้นที่ที่ทีมมฉวจจัดขึ้น • เว็บไซต์ / สื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภท • พนักงานขาย • สื่อมวลชน • โรงพยาบาล / สถานบริการสาธารณสุข • วัตถุประสงค์ / สิ่งพิมพ์ที่ทีมมฉวจผลิตขึ้นเพื่อใช้ทำการสื่อสารการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> • การแฝงตัวเข้าไปเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์พนันฟุตบอลออนไลน์ตลอดจนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องเป็นเวลา 1 ปี • สัมภาษณ์เพื่อเก็บหลักฐานที่พบตามกรอบแนวคิดทฤษฎี • การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นกันเองกับนักพนัน
2. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่ละเมิดกฎหมาย	<ul style="list-style-type: none"> • แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายการพนัน • แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ • แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายคอมพิวเตอร์ 	<ul style="list-style-type: none"> • กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่พบ 	<ul style="list-style-type: none"> • นำข้อมูลที่ได้จาก R0 1 มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อ(1) ละเมิดกฎหมายใดบ้าง และ(2) ไม่ละเมิดเพราะกฎหมายมีช่องว่าง

หัวข้อ: ธรรมนูญจังหวัด: การสื่อสารในการประกอบสร้างความหมายเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรี

- ที่มา:**
- แนวคิดประเทศไทย 4.0 ให้ความสำคัญกับการนำของที่มีอยู่ในชุมชนมา upgrade ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นด้วยวิทยาการ
 - จังหวัดจันทบุรีจึงกำหนดยุทธศาสตร์แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี 4 ปี รอบใหม่ (พ.ศ. 2561-2564) โดยหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของแผนดังกล่าวคือ “การยกระดับมาตรฐานการผลิตและการตลาดอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
 - ธรรมนูญคือต้นทุนของจังหวัดจันทบุรีที่สามารถนำไปพัฒนาต่อได้
 - แต่การพัฒนาในเชิงวัตถุประสงค์เข้าเมื่อเทียบกับการพัฒนาในเชิงสัญญาะ
 - โดยเฉพาะการพัฒนาสัญญาะที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ ที่สังคมไทยกำลังจะเข้าสู่สังคมสูงวัยในอีก 5 ปี (2565)

วัตถุประสงค์การวิจัย	แนวคิด / ทฤษฎี	แหล่งข้อมูล	วิธีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ความหมายอันุมณีในสังคมไทย	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดเกี่ยวกับอันุมณี 	<ul style="list-style-type: none"> เอกสาร หนังสือ เว็บไซต์ บุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> วิจัยเอกสาร สัมภาษณ์ การลงพื้นที่สำรวจความหมาย
2. เพื่อประกอบสร้างความหมายอันุมณีจันท์ให้มีมูลค่าเชิงสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรี	<ul style="list-style-type: none"> ทฤษฎีสัญลักษณ์วิทยา ทฤษฎีการบริโภคนิยมเชิงสัญลักษณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> ความรู้ที่ได้จาก RO 1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: ชุมชนตลาดค้าพลอยและอันุมณีสมาคมผู้ผลิตอันุมณีและเครื่องประดับจันทบุรี วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตอันุมณีและเครื่องประดับตำบลจันทบุรี คณะอันุมณีศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ หอการค้าจังหวัดจันทบุรี ฯลฯ 	<ul style="list-style-type: none"> เวทีสะท้อนความคิดเห็น การสังเคราะห์ความรู้
	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดทัศนคติ 	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าอันุมณี 	<p>สำรวจด้วยแบบสอบถามเพื่อวัดความคิดเห็นที่มีต่อความหมายของอันุมณีจันท์ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ</p>
3. พัฒนาแนวทางสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการตลาดอันุมณีจันท์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรี	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ 	<ul style="list-style-type: none"> ความรู้ที่ได้จาก RO 1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ดูแหล่งข้อมูล ข้อ 2) 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างทฤษฎีจากสนามวิจัย เวทีสะท้อนความคิดเห็น

หัวข้อ: การท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมกับการสื่อสารสุขภาวะ

- ที่มา:**
- แนวคิดประเทศไทย 4.0 ให้ความสำคัญกับการนำของที่มีอยู่ในชุมชนมา upgrade ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นด้วยวิทยาการ
 - ประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นความเชื่ออยู่มากมายกระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ
 - ประเด็นคือหลายพื้นที่ในประเทศที่มีต้นทุนความเชื่ออยู่แต่ยังไม่ถูก upgrade ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย	แนวคิด / ทฤษฎี	แหล่งข้อมูล	วิธีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อวิเคราะห์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ สุขภาวะ	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์กร แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> สถานที่ท่องเที่ยวที่มีตำนาน ความเชื่อทางจิตวิญญาณ บุคคล เอกสาร สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ 	<ul style="list-style-type: none"> กรณีศึกษา สัมภาษณ์ การลงพื้นที่เก็บข้อมูล
2. เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารตำนานความเชื่อในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ สุขภาวะ	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิญญาณ แนวคิดเกี่ยวกับสุขภาวะ ทฤษฎีการสื่อสาร ทฤษฎีสัญญาวิทยา แนวคิดเกี่ยวกับคติชนวิทยา (ตำนานและเรื่องเล่า) 	<ul style="list-style-type: none"> เรื่องเล่า ตำนาน ที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ เอกสาร สิ่งพิมพ์ หนังสือ ทัศนคติที่เกี่ยวข้อ ปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติ ตลอดจนมุขปาฐะ ต่าง ๆ สื่อและกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ลงพื้นที่สังเกต สัมภาษณ์ วิจัยเอกสาร วิเคราะห์ตำนานและความเชื่อ
3. เพื่อสังเคราะห์แบบจำลองการท่องเที่ยวจิตวิญญาณสุขภาวะ	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ 	<ul style="list-style-type: none"> นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ 	<ul style="list-style-type: none"> ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเพื่อวัดสุขภาวะของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการมาท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ
		<ul style="list-style-type: none"> ความรู้ที่ได้จาก RO 1 ความรู้ที่ได้จาก RO 2 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างทฤษฎีจากสนามวิจัย

หัวข้อ: การสื่อสารพลังบวกของความรักในวัยเรียนกับการส่งเสริมการเรียนรู้ในรั้วมหาวิทยาลัย

- ที่มา:**
- ทฤษฎีของความรัก = มีพลังมหาศาล สร้างสรรค์ / ทำลาย
 - กระบวนทัศน์หลัก = “รักไม่ยุ่งมุ้งแต่เรียน”
 - การจับคู่อยู่ด้วยกันในวัยเรียนคือความจริงที่ปฏิเสธไม่ได้
 - วันก็หาวิธีที่จะดึงพลังด้านบวกของความรักมาใช้ส่งเสริมการเรียนรู้ในมหาวิทยาลัยซะเลย
 - หลักฐาน (คาดว่ามี) ที่อยู่ด้วยกันตอนเรียนมหาวิทยาลัยแล้วช่วยกันเรียนจนจบมีงานทำแต่งงานกัน
 - ที่น่าสนใจคู่เหล่านี้ เค้าสื่อสารความรักเพื่อนำพลังบวกมาใช้ในการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างไร
 - ไม่ใช่แค่ชายกับหญิง แต่รวมถึงทุก เพศสภาพ (gender)

วัตถุประสงค์การวิจัย	แนวคิด / ทฤษฎี	แหล่งข้อมูล	วิธีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารพลังบวกของความรักในวัยเรียนที่สามารถส่งเสริมการเรียนรู้ในรั้วมหาวิทยาลัยของแต่ละเพศสภาพ	<ul style="list-style-type: none"> ปรัชญาความรัก (Plato) แนวคิดความรักในทางพุทธศาสนา แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคลบุคคล แนวคิดเกี่ยวกับเพศสภาพ (บทบาทความเป็นเพศ) แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความขัดแย้ง แนวคิดสัญวิทยา 	<ul style="list-style-type: none"> กรณีศึกษาคู่รักที่คบกันตั้งแต่เรียนจนเรียนจบมีงานทำและแต่งงานกันแยกตามเพศสภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต
2. เพื่อสังเคราะห์แบบจำลองการสื่อสารความรักในวัยเรียน	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ 	<ul style="list-style-type: none"> นักศึกษามหาวิทยาลัย 	<ul style="list-style-type: none"> นำข้อมูลที่ได้จาก R0 1 มาสังเคราะห์เพื่อสร้างแบบจำลองการสื่อสารความรักในวัยเรียน นำแบบจำลองฯ มาสร้างเป็นแบบสอบถาม ด้วยวิธีการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาเพื่อยืนยันและตรวจสอบแบบจำลองฯ

นมผง

การพนันฟุตบอลออนไลน์



การวิจัยประยุกต์

อัญมณีจันทน์

การท่องเที่ยวจิตวิญญาณ

พลังบวกของความรัก



การวิจัยพื้นฐาน

แหล่งทุนวิจัย



