

Research Design Canvas แผนการออกแบบการวิจัย

ชื่อเรื่องวิจัย: การพัฒนาโมดูลการใช้สื่ออินโฟกราฟิกและสื่อ
ดิจิทัลที่มีต่อสมรรถนะอาชีพนักการตลาดผ่านระบบการศึกษา
ทางไกลของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช

สาขาวิชา: การตลาด

ชื่อผู้วิจัย: นางสาววลัยภรณ์ ดุเพชร

Date: 5 ก.ย. 2569 Version: 1.0

วิทยาลัย: วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช

1.ปัญหาที่ทำวิจัย 1. การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะด้านการตลาดในปัจจุบันที่สามารถใช้สื่อสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การพัฒนาทักษะด้านการตลาดของนักศึกษาไม่ทันต่อความต้องการของตลาดแรงงาน การพัฒนาทักษะด้านการตลาดผ่านระบบการศึกษาทางไกลยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงและปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหา ส่งผลให้การเรียนรู้ไม่ครอบคลุมและไม่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนอย่างแท้จริง	2.คำถามวิจัย 1. การพัฒนาโมดูลสื่ออินโฟกราฟิกและสื่อดิจิทัลจะส่งผลต่องสมรรถนะอาชีพนักการตลาดของนักศึกษาอย่างไร ระบบการศึกษาทางไกลสามารถส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะด้านการตลาดของนักศึกษาได้อย่างไร?	4.ทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง (Keyword อย่างน้อย 3 คำ) 1. การเรียนรู้เชิงประสบการณ์, ทฤษฎีการเรียนรู้โดยการสังเกต, ทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยตนเอง	6.กลุ่มตัวอย่าง/กลุ่มเป้าหมาย 1. ประชากร: นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่าง: นักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 100 คน วิธีการสุ่มตัวอย่าง: การสุ่มแบบง่าย	8.ระเบียบวิธีการวิจัย / แบบแผนการทดลอง วิธีการวิจัย: 1. วิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) แบบแผนการทดลอง: 1. แบบแผนการวิจัยแบบสองกลุ่มก่อน-หลัง (Pretest-Posttest Control Group Design)
	3.วัตถุประสงค์การวิจัย 1. พัฒนาโมดูลการใช้สื่ออินโฟกราฟิกและสื่อดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสมรรถนะอาชีพนักการตลาดของนักศึกษา ประเมินผลการใช้โมดูลดังกล่าวต่อสมรรถนะอาชีพนักการตลาดของนักศึกษา วิเคราะห์ประสิทธิภาพของระบบการศึกษาทางไกลในการส่งเสริม	5.ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรต้น: 1. การใช้โมดูลสื่ออินโฟกราฟิกและสื่อดิจิทัล ตัวแปรตาม: 1. สมรรถนะอาชีพนักการตลาด	7.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือทดลอง: 1. โมดูลสื่ออินโฟกราฟิกและสื่อดิจิทัล เครื่องมือรวบรวมข้อมูล: 1. แบบประเมินสมรรถนะอาชีพนักการตลาด, แบบสอบถามความพึงพอใจ	

	การเรียนรู้และพัฒนาทักษะด้าน การตลาดของนักศึกษา			
9.การวิเคราะห์ข้อมูล 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เช่น t-test, ANOVA			10.องค์ความรู้ใหม่ที่ได้ 1. การพัฒนาโมดูลสื่ออินโฟกราฟิกและสื่อดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสมรรถนะอาชีพนักการตลาดของนักศึกษา การออกแบบระบบการศึกษาทางไกลที่ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะด้านการตลาดของนักศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ	

Adapted from the Lean Canvas concept by ภาศิณีพงษ์