

Research Design Canvas แผนการออกแบบการวิจัย

ชื่อเรื่องวิจัย: พัฒนาโมดูลเพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้
ส่วนผสมทางการตลาด (4P) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
(ปวช.) สาขาวิชาตลาด

สาขาวิชา: การตลาด

ชื่อผู้วิจัย: นายเชมชาติ พุ่มเสน

Date: 5 ก.ย. 2569 Version: 1.0

วิทยาลัย: วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช

1.ปัญหาที่ทำวิจัย 1. ปัจจุบันนักศึกษาปวช. สาขาวิชา ตลาดมักประสบปัญหาในการทำ ความเข้าใจและประยุกต์ใช้ ส่วนผสมทางการตลาด (4P) ใน สถานการณ์จริง ทำให้ขาดทักษะ การตัดสินใจและการวางแผนทาง ธุรกิจ การใช้โมดูลการเรียนรู้แบบ ดั้งเดิมไม่เพียงพอต่อการพัฒนา ทักษะดังกล่าว ช่องว่างด้านการ เรียนรู้ดิจิทัลและขาดการฝึกปฏิบัติ จริงในสถานการณ์จำลองทำให้ผล การเรียนรู้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	2.คำถามวิจัย 1. โมดูลการเรียนรู้ส่วนผสม ทางการตลาด (4P) ที่พัฒนาขึ้น สามารถเพิ่มทักษะการเรียนรู้ของ นักศึกษาปวช. ได้จริงหรือไม่? 2. ความแตกต่างของผลการเรียนรู้ ระหว่างกลุ่มที่เรียนด้วยโมดูลใหม่ และกลุ่มที่เรียนด้วยวิธีการสอน แบบดั้งเดิมมีนัยสำคัญทางสถิติ หรือไม่?	4.ทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง (Keyword อย่างน้อย 3 คำ) 1. การเรียนรู้ด้วยตนเอง, การ เรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ, การเรียนรู้ เชิงประสบการณ์	6.กลุ่มตัวอย่าง/กลุ่มเป้าหมาย 1. ประชากร: นักศึกษาปวช. สาขาวิชาตลาด กลุ่มตัวอย่าง: นักศึกษา 2 กลุ่ม กลุ่มละ 30 คน วิธีการสุ่มตัวอย่าง: สุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling)	8.ระเบียบวิธีการวิจัย / แบบ แผนการทดลอง วิธีการวิจัย: 1. วิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) แบบแผนการทดลอง: 1. แบบแผนการทดลองแบบสอง กลุ่ม (Two-Group Pretest-Posttest Design)
	3.วัตถุประสงค์การวิจัย 1. พัฒนาโมดูลการเรียนรู้ส่วนผสม ทางการตลาด (4P) ที่มี ประสิทธิภาพในการเสริมสร้าง ทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษาปวช. 2. เปรียบเทียบผลการเรียนรู้ของ นักศึกษาที่เรียนด้วยโมดูลใหม่กับ	5.ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรต้น: 1. การใช้โมดูลการเรียนรู้ส่วนผสม ทางการตลาด (4P) ตัวแปรตาม: 1. ผลการเรียนรู้และทักษะการ เรียนรู้ของนักศึกษาปวช.	7.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือทดลอง: 1. โมดูลการเรียนรู้ส่วนผสม ทางการตลาด (4P) ที่พัฒนาขึ้น เครื่องมือรวบรวมข้อมูล: 1. แบบทดสอบผลการเรียนรู้, แบบ ประเมินความพึงพอใจ	

	กลุ่มที่เรียนด้วยวิธีการสอนแบบดั้งเดิม 3. ประเมินความพึงพอใจและความเหมาะสมของโมดูลการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น			
9.การวิเคราะห์ข้อมูล 1. สถิติการทดสอบค่า t (t-test) สำหรับการเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ			10.องค์ความรู้ใหม่ที่ได้ 1. การพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ที่สามารถเพิ่มทักษะการเรียนรู้ส่วนผสมทางการตลาด (4P) ของนักศึกษาปวช. อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างแนวทางการสอนแบบใหม่ที่สามารถนำไปใช้ในหลักสูตรการศึกษาทางด้านการตลาดได้	

Adapted from the Lean Canvas concept by ภาศิณีพงษ์