

Research Design Canvas แผนการออกแบบการวิจัย

ชื่อเรื่องวิจัย: การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้าง
สมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ โดยบูรณาการ
กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และ
ปัญญาประดิษฐ์ (AI) สำหรับผู้เรียนรายวิชาการขายออนไลน์ รหัส
วิชา 20202-2001

ชื่อผู้วิจัย: นางสาวศลิสรีย์ รัตนมหันต์

Date: 21 ก.ย. Version: 1.0
2569

วิทยาลัย: วิทยาลัยอาชีวศึกษายะลา

1.ปัญหาที่ทำวิจัย เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ส่งผลให้การตลาดและการขายออนไลน์เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การจัดการเรียนรู้จึงควรมุ่งเน้นการปฏิบัติจริง การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม จากการจัดการเรียนรู้รายวิชาการขายออนไลน์ พบว่าผู้เรียนยังมีสมรรถนะด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ไม่เพียงพอ โดยขาดทักษะการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์การขาย การสร้าง	2.คำถามวิจัย 1. การบูรณาการ Design Thinking และ AI จะช่วยพัฒนาสมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ของผู้เรียนได้อย่างไร 2. รูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ โดยบูรณาการกระบวนการคิดเชิงออกแบบและปัญญาประดิษฐ์ (DT-AI Model) มีองค์ประกอบอะไรบ้าง และมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (เช่น 80/80) หรือไม่? 3. สมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ของผู้เรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ DT-AI	4.ทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง (Keyword อย่างน้อย 3 คำ) 1.กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) 2. ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ (Generative AI) กับการศึกษาและการตลาด 3. สมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ (Online Sales Promotion Competency)	6.กลุ่มตัวอย่าง/กลุ่มเป้าหมาย 1. กลุ่มเป้าหมาย : นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการขายออนไลน์ รหัสวิชา 20202-2001 กลุ่มตัวอย่าง: นักศึกษา 9 คน ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชานี้ วิธีการสุ่มตัวอย่าง: ใช้วิธี การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)	8.ระเบียบวิธีการวิจัย / แบบแผนการทดลอง วิธีการวิจัย: 1. วิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) แบบแผนการทดลอง: 1. แบบแผนการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research Design) แบบ One Group Pretest-Posttest Design
---	---	---	--	--

เนื้อหาและสื่อดิจิทัล รวมถึงการประเมินผลการส่งเสริมการขาย ส่งผลให้ผู้เรียนไม่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ DT-AI Model โดยบูรณาการกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ร่วมกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถคิดวิเคราะห์ ออกแบบ สร้างสรรค์ และพัฒนาสื่อส่งเสริมการขายออนไลน์ได้อย่างเป็นระบบ อันนำไปสู่การยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะที่สอดคล้องกับการทำงานจริงในยุคดิจิทัล	Model สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่?			
	3.วัตถุประสงค์การวิจัย 1.เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพของรูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ โดยบูรณาการกระบวนการคิดเชิงออกแบบและปัญญาประดิษฐ์ (DT-AI Model) ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 2.เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ของผู้เรียน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้ DT-AI Model 3.เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียน ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ DT-AI Model	5.ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรอิสระ: 1. รูปแบบการจัดการเรียนรู้ DT-AI Model ซึ่งเป็นการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning ที่บูรณาการกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) 5 ขั้นตอน (Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test) ร่วมกับการใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ (Generative AI) ตัวแปรตาม: 1. สมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ของผู้เรียน ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย 2) การกำหนดจุดขายสินค้า 3) การวางแผนส่งเสริมการขายออนไลน์ 4) การสร้างข้อความโฆษณาและสื่อออนไลน์ และ 5) การใช้ AI อย่างเหมาะสมและมีวิจารณญาณ	7.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือทดลอง: 1. แผนการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ DT-AI Model 2. ชุดสื่อและแพลตฟอร์มสนับสนุนการเรียนรู้ (Learning Materials & Tools): 3.แพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ที่บูรณาการ Design Thinking และ AI เครื่องมือรวบรวมข้อมูล: 1. แบบทดสอบวัดความรู้ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์: แบบทดสอบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก ใช้สำหรับทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) และหลังเรียน (Post-test) เพื่อวัดสมรรถนะด้านความรู้ความเข้าใจ (Knowledge) 2.แบบประเมินสมรรถนะการปฏิบัติงาน (Performance Assessment Rubrics)	

			3.แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ และเจตคติ: ใช้ประเมินคุณลักษณะ (Attitude) 4.แบบสอบถามความพึงพอใจ:	
9.การวิเคราะห์ข้อมูล 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เช่น t-test สำหรับการเปรียบเทียบสมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ก่อนและหลังการเรียนรู้ 2. การวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ (DT-AI Model) 3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบสมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ (ก่อนและหลังเรียน) 4. การวิเคราะห์ผลการประเมินสมรรถนะการปฏิบัติงานและเจตคติ 5. การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เรียน			10.องค์ความรู้ใหม่ที่ได้ 1. รูปแบบการจัดการเรียนรู้ DT-AI Model (นวัตกรรมเชิงระบบ)บูรณาการ Design Thinking และ AI ที่สามารถนำไปใช้พัฒนาสมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. การเปลี่ยนบทบาทผู้เรียนจาก "ผู้ปฏิบัติ" สู่ "นักการตลาดดิจิทัลเชิงรุก" 3. แนวทางการวัดและประเมินผลสมรรถนะในยุค AI (AI-Integrated Assessment)	

Adapted from the Lean Canvas concept by ภาศิณีนิษฐ์