

Research Design Canvas แผนการออกแบบการวิจัย

ชื่อเรื่องวิจัย: การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้าง สาขาวิชา: การตลาด
สมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ของผู้เรียนอาชีวศึกษา

ชื่อผู้วิจัย: นางสาวศลิสรีย์ รัตนมหันต์ Date: 22 ก.ย. Version: 1.0
2569

วิทยาลัย: วิทยาลัยอาชีวศึกษายะลา

การส่งเสริมการขายออนไลน์เป็นสมรรถนะสำคัญของผู้เรียนอาชีวศึกษาในยุคดิจิทัล แต่การจัดการเรียนรู้ปัจจุบันยังเน้นทฤษฎีและการฝึกใช้เครื่องมือเป็นรายทักษะ ขาดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับสถานการณ์ธุรกิจออนไลน์จริง ส่งผลให้ผู้เรียนยังไม่สามารถวิเคราะห์ลูกค้า วางกลยุทธ์ สร้างสื่อ และประเมินผลได้อย่างเป็นระบบ อีกทั้งนวัตกรรมที่มีอยู่ยังไม่ครอบคลุมการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติและการใช้ AI อย่างมี วิจารณ์ญาณ ผู้วิจัยจึงพัฒนา D-A-I-S-E-C Model (ได-เซก โมเดล) เพื่อเชื่อมโยงทฤษฎีกับการปฏิบัติ และเสริมสร้างสมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ให้สอดคล้องกับบริบทการทำงานจริง	2.คำถามวิจัย 1. รูปแบบการจัดการเรียนรู้ D-A-I-S-E-C Model มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 หรือไม่ 2.สมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ของผู้เรียนหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ D-A-I-S-E-C Model แตกต่างจากก่อนเรียนหรือไม่ 3. ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ D-A-I-S-E-C Model อยู่ในระดับใด	4.ทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง (Keyword อย่างน้อย 3 คำ) 1.กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) 2. ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ (Generative AI) กับการศึกษาและการตลาด 3. แนวคิดการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) 4.การจัดการเรียนรู้ฐานสมรรถนะ	6.กลุ่มตัวอย่าง/กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย : นักเรียนที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการขายออนไลน์ รหัสวิชา 20202-2001 กลุ่มตัวอย่าง: นักศึกษา 9 คน ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชานี้ วิธีการสุ่มตัวอย่าง: ใช้วิธี การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)	8.ระเบียบวิธีการวิจัย / แบบแผนการทดลอง วิธีการวิจัย: 1. วิธีการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) แบบกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental) ใช้แบบแผนการทดลองแบบ Posttest-Only Control Group Design แบบแผนการทดลอง: 1. แบบแผนการทดลองแบบ Posttest-Only Control Group Design
	3.วัตถุประสงค์การวิจัย 1.เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ D-A-I-S-E-C Model ตามเกณฑ์ 80/80 2.เพื่อประเมินคุณภาพด้านความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของ	5.ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรต้น: 1.รูปแบบการจัดการเรียนรู้ D-A-I-S-E-C Model การจัดการเรียนรู้ด้วย D-A-I-S-E-C Model ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่	7.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือทดลอง: 1. รูปแบบการจัดการเรียนรู้ D-A-I-S-E-C Model 6 ขั้นตอน (Define, Analyze, Ideate, Synthesize, Execute, Confirm)	

	รูปแบบการจัดการเรียนรู้ D-A-I-S-E-C Model 3.เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ของผู้เรียนก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ D-A-I-S-E-C Model 4.เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ D-A-I-S-E-C Model	D – Discover: ศึกษาสถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย A – Analyze: วิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดโจทย์ I – Ideate with AI: สร้างแนวคิดร่วมกับ AI S – Simulate: สร้างต้นแบบและจำลองสถานการณ์ E – Evaluate: ทดลองและประเมินผล C – Create and Improve: สร้างผลงานและปรับปรุง ตัวแปรตาม: 2.1 สมรรถนะการส่งเสริมการขายออนไลน์ ประกอบด้วย -การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและ Customer Insight -การวางแผนกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย -การสร้างเนื้อหาและสื่อดิจิทัล -การเลือกใช้ช่องทางออนไลน์ -การใช้ AI อย่างมีวิจารณญาณและมีจริยธรรม	2.ชุดสื่อแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ที่บูรณาการ Design Thinking และ AI 3. คู่มือการใช้รูปแบบ 4. แผนการจัดการเรียนรู้ 5.ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ 6.สื่อและสถานการณ์จำลอง เครื่องมือรวบรวมข้อมูล: 1. แบบทดสอบวัดความรู้ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์: แบบทดสอบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก ใช้สำหรับทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) และหลังเรียน (Post-test) เพื่อวัดสมรรถนะด้านความรู้ความเข้าใจ (Knowledge) 2.แบบประเมินสมรรถนะการปฏิบัติงาน (Performance Assessment Rubrics) 3.แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้และเจตคติ: ใช้ประเมินคุณลักษณะ (Attitude) 4.แบบสอบถามความพึงพอใจ:	
--	---	---	--	--

		-การประเมินและปรับปรุงผลการดำเนินงาน 2.2 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พิจารณาจากคะแนนความรู้ก่อนและหลังเรียน 2.3 คุณภาพผลงานของผู้เรียน พิจารณาจากชุดสื่อส่งเสริมการขายออนไลน์ โดยใช้รูปrikประเมิน 2.4 ความพึงพอใจของผู้เรียน พิจารณาจากความคิดเห็นที่มีต่อกิจกรรม กระบวนการ สื่อ และประโยชน์ของ D-A-I-S-E-C Model 3. ตัวแปรด้านคุณภาพของรูปแบบใช้ในชั้นประเมิน D-A-I-S-E-C Model		
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. รูปแบบการเรียนรู้ D-A-I-S-E-C Model ที่สามารถนำไปใช้พัฒนาทักษะการส่งเสริมการขายออนไลน์ของผู้เรียนอาชีวศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. องค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้ D-A-I-S-E-C Model 3. แนวทางการพัฒนาหลักสูตรอาชีวศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดงานด้านการตลาดออนไลน์	