



JOURNAL OF
PITCHAYA EDUCATION
AND RESEARCH

JOURNAL OF PITCHAYA

**EDUCATION AND
RESEARCH**

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2569)

VOL 2 NO.2 (MAY - AUGUST 2026)

ISSN 3088 - 2672 (ONLINE)



**สำนักวิจัยและพัฒนา
วิทยาลัยพณิชยบัณฑิต**

Journal of Pitchaya Education and Research ปีที่ 2

ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2569)



ISSN: 3088-2672 (online)

Journal of Pitchaya Education and Research Vol.2 No.2

Journal of Pitchaya Education and Research
สำนักวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยพณิชยบัณฑิต เลขที่ 171 หมู่ที่ 2 ตำบลหนองบัว
อำเภอเมืองหนองบัวลำภู จังหวัดหนองบัวลำภู 39000
โทร 081-8730583, 098-1025930, E-mail: jperpcbua@gmail.com

Journal of Pitchaya Education and Research ปีที่ 2

ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2569)

เจ้าของ : สำนักวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยพิจญ์บัณฑิต

เลขที่ 171 หมู่ที่ 2 ตำบลหนองบัว อำเภอเมืองหนองบัวลำภู

จังหวัดหนองบัวลำภู 39000

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จินตนา สุริยะศรี

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาคิน อนันต์โสภณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุภาวดี พรหมเสถียร

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล วรคำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.นวลพรรณ ไชยมา

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขต
อุดรธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดุขฎี สี่วังคำ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติชาย ม่วงปทุม

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรภัทร เร่มศรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาตยา หกพันนา

มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราพร ไทยมา

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยุทธ ศิริสุทธิ

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ละดา ดอนหงษา

วิทยาลัยพิจญ์บัณฑิต

ดร.อภิรักษ์ ชาญศึก

มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

กำหนดออกเผยแพร่วารสาร

Journal of Pitchaya Education and Research มีกำหนดการเผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ ดังนี้

- ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน
- ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม
- ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม

Journal of Pitchaya Education and Research ปีที่ 2

ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2569)

การส่งบทความพิจารณาตีพิมพ์ :

ผู้เขียนเตรียมต้นฉบับบทความตามเกณฑ์เงื่อนไขของวารสารและส่งในระบบที่เว็บไซต์วารสาร <https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JPER> เปิดรับพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ตลอดทั้งปี

จุดมุ่งหมายและขอบเขต (Aim and Scope)

Journal of Pitchaya Education and Research ISSN: 3088-2672 (online) จัดทำโดย สำนักวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยพณิชยบัณฑิต มีจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการ ในสาขาที่เกี่ยวข้องด้านสังคมศาสตร์ ได้แก่ สาขาศึกษาศาสตร์ สาขารัฐศาสตร์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ สาขาการจัดการ บริหารธุรกิจและรวมถึงสหวิทยาการเชิงประยุกต์ด้านสังคมศาสตร์ กำหนดการตีพิมพ์ 3 ฉบับต่อปีโดยทุกบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ทั้งนี้เป็นรูปแบบที่ผู้พิจารณาบทความไม่ทราบชื่อผู้นิพนธ์บทความและผู้นิพนธ์บทความไม่ทราบชื่อผู้พิจารณาบทความเช่นเดียวกัน (Double-Blind Peer Review) โดยเปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสาร

1. บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่นำเสนอการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับ สาขาศึกษาศาสตร์ สาขารัฐศาสตร์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ สาขาการจัดการ บริหารธุรกิจและรวมถึงสหวิทยาการเชิงประยุกต์ด้านสังคมศาสตร์
2. บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความวิเคราะห์ วิจัยหรือเสนอแนวคิดใหม่

บทบรรณาธิการ

วารสาร Journal of Pitchaya Education and Research ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 ยังคงสะท้อนความมุ่งมั่นของกองบรรณาธิการในการเป็นสื่อกลางเผยแพร่ผลงานวิจัยทางการศึกษาที่มีคุณภาพ เพื่อเป็นเวทีทางวิชาการสำหรับนักวิจัย นักวิชาการ นิสิต และนักศึกษา ที่ประสงค์เผยแพร่ผลงานวิจัยที่มีคุณภาพในสาขาที่เกี่ยวข้องด้านสังคมศาสตร์ ได้แก่ สาขาศึกษาศาสตร์ สาขารัฐศาสตร์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ สาขาการจัดการ บริหารธุรกิจและรวมถึงสหวิทยาการเชิงประยุกต์ด้านสังคมศาสตร์ บทความทุกเรื่องผ่านกระบวนการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละสาขาจำนวน 3 ท่าน ตามกระบวนการประเมินคุณภาพมาตรฐานวิชาการ ที่เข้มงวดและโปร่งใส อันเป็นหลักประกันถึงคุณภาพ ความเชื่อถือ และมาตรฐานของการเผยแพร่ผลงาน

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการพิจารณาบทความ ตลอดจนผู้ที่ส่งผลงานเข้าร่วมเผยแพร่ในวารสารฉบับนี้ รวมถึงคณะกรรมการและกองบรรณาธิการทุกฝ่ายที่ได้ร่วมแรงร่วมใจกันพัฒนาวารสารอย่างต่อเนื่อง จนทำให้วารสารก้าวสู่ฉบับที่สองได้อย่างมั่นคง

วารสารยังคงมุ่งมั่นทำหน้าที่เป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้ที่ลึกซึ้งและสร้างสรรค์ อันสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานวิจัย การจัดการศึกษา และการแก้ไขปัญหาในศาสตร์ด้านสังคมศาสตร์ในมิติต่างๆ เพื่อประโยชน์แก่แวดวงวิชาการและผู้สนใจทั่วไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จินตนา สุริยะศรี

บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

บทความวิจัย

การศึกษาปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ภัทรภร พุฒพันธ์ และจุรีรัตน์ หนองหว่า	15
การพัฒนาทักษะการอ่านพหุภาษาไทยโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษาของเด็กปฐมวัย ชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านหยวก ตำบลบ้านหยวก จังหวัดอุดรธานี ธัญพร อวนอ่อน และดุจดาว มาลาแสง	30
การพัฒนาชุดกิจกรรมวาดภาพระบายสี เพื่อส่งเสริมกล้ามเนื้อเล็กของเด็กปฐมวัย ชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถม ศึกษาอุดรธานีเขต 1 นริศรา วังศิริ และทัศนิกา สุขรัมย์	41
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในจังหวัดอุดรธานี รัชณี ศิริประพิมพ์, ศิริลักษณ์ ฤทธิมนตร์ และสุวภัทร สุขแสง	51

บทความวิชาการ

EDUCATIONAL ACTIVITIES IN THE CONTEXT OF INTEGRATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT- EXPERIENCES OF PROVINCIAL AND CITY MUSEUMS IN VIETNAM Hang Pham Thu	1
--	---

EDUCATIONAL ACTIVITIES IN THE CONTEXT OF INTEGRATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT- EXPERIENCES OF PROVINCIAL AND CITY MUSEUMS IN VIETNAM

Hang Pham Thu, Ph.D

Hanoi University of Culture - 418 La Thanh, Hanoi, Vietnam

Corresponding Author's Email: hangpt@huc.edu.vn - (+84) 982951979

Abstract

Museums are informal educational institutions, but they can influence awareness of all members of society. In museums, public can directly participate in many beneficial activities, having the opportunity to experience, enjoy, reflect on, and share knowledge. Like many countries around the world, there are a large number of provincial and city museums in the Vietnamese museum system, present in all localities. The important task of these museums is to preserve and promote the value of local cultural heritage. In the context of integration and sustainable development, these museums have undertaken many positive activities to meet the public's needs for cultural visits and enjoyment, for the benefit of the community. This article aims to affirm and introduce some typical educational experiences of provincial and city museums in Vietnam today.

Keywords: educational activity; provincial and city museum; integration; sustainable development; Vietnam

Received 6 May 2026; Revised 24 May 2026; Accepted 27 May 2026

Content

1. Museums are informal educational institutions

1.1. The educational role of museums today

On August 24, 2022, the 26th session of the General Assembly was held in Prague (Czech Republic); the International Council of Museums (ICOM) adopted a new definition of a museum. The content of the new definition is as follows: “A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public,

accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing” (ICOM). This definition has been well-suited to the changing roles of contemporary museums, acknowledging the importance of inclusiveness, community engagement, and sustainability. The definition has further clarified the educational mission of museums, such as enhancing public accessibility and providing diverse experiences for education, enjoyment, reflection, and knowledge sharing.

Museum education is informal education, differing from formal education in its non-institutional nature. This characteristic gives museum education the potential for widespread and long-term application, as well as the ability to integrate positive measures. According to ICOM, “museum education is a set of values, concepts, knowledge and practices created to ensure the development of visitors; it is a process of cultural transformation through pedagogical methods, as well as the development, refinement and full acquisition of new knowledge” (Desvallées & François, 2021, p. 26). Thus, museum education is understood as the promotion of knowledge originating from museums and aimed at developing and perfecting individuals through the acquisition of knowledge, the development of new awareness and the practice of new experiences.

In its relationship with the public, museum education is not merely a one-way transmission and reception of knowledge. The role of museums is shifting to a more open and friendly cultural intermediary for the audience. Museum objects still hold a crucial position, but are no longer the sole means of visual education. Contemporary museum education is cultural heritage education. Heritage values (tangible and intangible) are integrated into educational content, flexibly conveyed to visitors (UNESCO & EU, 2021, p. 10). Visiting a museum is meaningful as a journey of experiencing heritage to enjoy, reflect on, and share knowledge. This change has also been mentioned by some experts as: museums achieve their educational goals by serving visitors who learn independently (Wang, 2008, p. 459); museums, as spaces for cultural exchange, not only promote the cultural rights of communities but also nurture individuals (Bodo, 2018, p. 517); museums are situated between the past and the present, between cultures and between communities (Basu & Modest, 2014, pp. 170-187).

1.2. Provincial and city museums - informal educational institutions of the locality

Provincial and city museums also have other names such as general museums, local museums, and regional museums. National museums belong to the first generation of modern museums; provincial and city museums belong to the second generation, emerging after bourgeois revolutions, especially after the Industrial Revolution in Europe. This type of museum is common worldwide, resulting from the classification of museums according to territory, including regions, areas, or administrative districts of provinces and cities. From the late 19th century, the American museum administrator George Brown Goode provided a specific and rational definition of local museums as follows: “Local, provincial, or city museums have the task of preserving all that is characteristic of the region. This institution is responsible for caring for/preserving documents and objects that reflect the inherent characteristics of the region's geology, fauna, flora, and archaeology. The museum's collection of historical objects helps to understand the significant events and people of the area” (Goode, 1896, p. 159).

In the 1960s, the International Committee for Regional Museums (ICR) of ICOM was established with the mission of promoting and enhancing the role of regional museums (including local museums). The predecessor of the ICR was the Committee for Local Museums, established in 1953 or 1954 (ICR). In 1962, at the 6th ICOM General Conference in Hague (Netherlands), the Committee was officially renamed and continues to operate to this day. Recently, the ICR has paid more attention to the uniqueness and influence of regional/local museums in community life, especially in the areas of education and public awareness.

In Vietnam, provincial and city museums were established in the latter half of the 20th century. The Hai Phong Museum was the first local museum, founded in 1959. Before the reorganization of provincial-level administrative units in 2025, Vietnam had a total of 203 museums, including 127 public museums and 76 private museums (Department of Cultural Heritage, December 2024, p. 10). Currently, this number is 175 museums, including 95 public museums and 80 private museums (Department of Cultural Heritage, November 2025, p. 8). Provincial and city museums operate in all localities nationwide. This type is "Public museum of a province or centrally-administered city, where valuable and representative collections of local objects are preserved and

displayed" (National Standard, 2024, p. 10). These provincial and city museums all play an informal educational role locally, making a positive contribution to bringing the public's understanding of the local land and local people.

The content of provincial and city museums is linked to the administrative boundaries of each province and city. Therefore, local education can be considered strength of provincial and city museums. According to Decision 208/2014/QĐ-TTg approving the Project on Promoting Lifelong Learning Activities in Libraries, Museums, Cultural Centers, and Clubs, the task of provincial-level museums (including provincial/city museums/local museums and thematic museums) has been defined as education on local history and culture (Government of the Socialist Republic of Vietnam, 2014, p. 2). With Decision 1520/2022/QĐ-TTg approving the Program to Promote Lifelong Learning Activities in Libraries, Museums, and Cultural Centers until 2030, the task of museums in general is defined as building and implementing educational programs on history, culture, science, and art for all citizens, focusing on students and young people, linked to a framework of appropriate knowledge and life skills, and enhancing forms of service for people to visit, share, and learn (Government of the Socialist Republic of Vietnam, 2022, p. 2). Based on the specific content and scope of activities, provincial and city museums are an extracurricular educational environment in each locality, combining learning and entertainment, capable of influencing individuals and communities.

2. The implementation of educational activities by provincial and city museums in Vietnam

2.1. Subject and Content

Provincial and city museums are public museums that welcome and serve all audiences, primarily local residents, regardless of social class, age, gender, occupation, or educational level. However, young public, including students (especially local students), are always a focus for these museums. According to statistics from the Ministry of Culture, Sports and Tourism in 2020, 48 out of 63 provinces and cities have signed cooperation agreements between the Department of Culture, Sports and Tourism and the Department of Education and Training on cultural heritage education for students (Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2020, p. 14). In addition, domestic and international tourists are also a significant part of the visitor base for provincial and city museums, particularly in areas with developed tourism such as Quang Ninh, Da Nang, Dak Lak, Ho Chi Minh City, and Can Tho.

Exhibition is considered the "distinctive language" and educational tool of the museum. In Vietnamese provincial and city museums, the permanent exhibition system is typically structured into three parts: natural conditions, socio-history, and cultural characteristics. In serving the public, these museums have focused more on displaying and introducing collections of objects that reflect the distinctive features of local history and culture; and enhancing content about the lives of the ethnic communities living in the area. In addition, the presentation of typical intangible cultural heritage of the locality is also carried out with the direct participation of traditional bearers. As a result, the living heritage of the locality is presented more vividly and concretely in the activities of provincial and city museums. Based on museum exhibitions, intangible cultural performances, and educational activities, provincial and city museums carry out activities that provide the public with valuable insights into the local area.

2.2. Methods and Forms

Through visual methods, visitors can "personally see" typical local objects/heritages in provincial and city museums in tangible/vivid state. From this, their understanding/awareness of the locality is supplemented/enhanced according to the cognitive process: "Museum objects help to move awareness from sensory to abstract and from abstract thinking to practical reality" (Thin, N., 2001, p. 34). In addition, interpretive and constructive methods are increasingly used to enhance visitors' understanding of the locality, helping provincial and city museums continuously improve their ability to serve as cultural interpreters. Objects/heritages and knowledge are displayed and explained in a "single language" that visitors can easily access. Messages about local nature, history, and culture will be presented to visitors from these museums through various interpretive channels/forms such as exhibition complexes, documents, audiovisual equipment, guided tours, and activity programs. Based on this interpretation, local content is conveyed to visitors through educational activities that construct awareness. This is a friendly and positive process of sharing knowledge through a journey of discovery and experience of typical local heritages in an interactive manner. From this, knowledge about the locality becomes more open and accessible; fostering and encouraging a spirit of learning as well as developing the life experiences of each individual.

Active learning methods are well-suited to the informal educational environment of provincial and city museums, which do not require mandatory assessments. These

museums are open regularly, offering services either free or for a fee, primarily utilizing the public's free time and relying on the voluntary and cooperative attitudes of visitors. All visitors can find convenience, suitability, and inspiration in accessing, learning about, and acquiring knowledge about their local area at these museums. Therefore, lifelong learning at these museums is feasible and practically meaningful, contributing to enriching the public's understanding of the local area.

2.3. Activities

***Museum tour guide and organized experiential activity**

Museum tour guide is considered a traditional and popular educational activity in museum. This is because, “the simplest approach for visitors to understand the content of an exhibition is to introduce information using documents, using language combined with objects” (Edson & Dean, 2001, p. 383). This activity engages visitors in the process of observing and listening, grasping the natural, social, and cultural issues of the locality that the provincial or city museum reflects through its permanent and thematic exhibitions. General guided tour conveys the basic content of the exhibition, providing a comprehensive overview of the locality. Thematic guided tour is linked to a specific part of the exhibition system or temporary exhibition, with more specific and detailed content. Currently, experiential activity is being emphasized, reflecting the development trend of modern museums in general. Because, nowadays, “museums achieve educational goals by serving visitors who learn independently” (Wang, 2008, p. 459). This activity actively enhances museum education from the visitor's perspective. Besides sight and hearing, other senses of visitors such as touch and taste are enhanced, and they can even reenact the activities of traditional bearers. From there, visitors can shift their state from information recipient to participant, from object of perception to subject of discovery regarding typical local objects and heritages. Some typical examples are as follows:

- The exhibition setting on tea cultivation and tea culture has been vividly created in the Tan Cuong Tea Culture Space of the Thai Nguyen Museum. In addition, engaging experiential education activities have been organized. As a result, visitors have been able to tour the area, drink tea, and learn about tea cultivation and processing. This is a specialty, a typical cultural value of Thai Nguyen province.

- At the Quang Ninh Museum, visitors have been visited permanent exhibitions covering topics such as natural features, biodiversity; local history, the history of the coal

industry; and the culture of ethnic groups. They have been explored The Cua Lo transportation area; or visit thematic exhibitions on handicrafts, and learn about The Quang Ninh coal carving craft.

- The Dak Lak Museum has implemented guided tours across three exhibition spaces: Biodiversity, Ethnic Culture, and History. The exhibits and guided tours have been very engaging and accessible. Visitors have been directly interacted with the exhibits, opened small cabinets, explored coffee beans visually, audibly, and tactilely, or experienced sitting on a K'pan chair, reflecting the traditional living room space of the Ede people.

* Organizing educational program

Museum educational program can be understood as activities/series of activities aimed at visitors, built, designed, and implemented based on specific defined content, target audience, timeframe, and appropriate implementation methods. Currently, educational programs in provincial and city museums have been organized in many diverse and rich forms, including: lessons, competitions; recreational activities, group activities; practical activities, research, and exploration... based on local themes. Many local traditional bearers have participated in museum activities to showcase living heritages. With museum educational programs, young public are always prioritized with many suitable offline and online activities. However, all visitors can participate in educational programs, experience and acquire knowledge and information about the history of the region and its people, as well as the typical characteristics of the local material and spiritual culture. Some typical examples include:

- The Dak Lak Museum has regularly organized cultural heritage education programs on local themes, such as The Central Highlands Gong Culture, The Traditional brocade weaving of the Ede people, and Ban Me coffee. The museum has also collaborated with other provincial and city museums to organize inter-regional cultural heritage education programs, such as The Convergence of Heritage from the Three Regions: Northern, Central Highlands, and Southwestern Vietnam Program and The Ha Giang - A Meeting Point in the Far North Program. The main practitioners from both within and outside the province have been invited to perform at the museum, contributing to the success of these programs. Furthermore, the Dak Lak Museum has successfully implemented other educational activities (competitions, presentations of objects,

historical and cultural relics, and typical heritages of the museum and Dak Lak province) on popular social media platforms such as its Website, Facebook, Fanpage, YouTube, and Spotify Podcast.

- The Can Tho Museum has organized educational programs in various forms and at multiple locations. These include programs at the museum such as Learning History Through Museum Documents and Objects; educational programs at schools in the area focusing on themes honoring local history, culture, and prominent figures; and online educational programs with themes such as Cai Rang Floating Market, Ninh Kieu Wharf - Can Tho's Beautiful Scenery, and Musician Luu Huu Phuoc - a History Writer Through Music. The “Sac Xuan miet vuon” Program (The Spring Colors of the Orchard Program) has been held annually, featuring performances of folk art, traditional crafts, and cuisine by Kinh, Hoa, and Khmer Master Artists; thereby recreating the atmosphere of welcoming the New Year in the Southwestern region of Vietnam...

- The Ben Tre Museum has built the Coconut House (a house constructed in the style of traditional houses in the Southern countryside, with many household items made from coconut trees), and has carried out educational activities about typical local products, history, culture, and prominent figures. These activities have been conducted in a gentle, subtle, but profound way. Here, President Ho Chi Minh and hero Pham Ngoc Thao have been worshipped, and images and artifacts related to Ben Tre coconut trees during the resistance war and in cultural activities have been displayed. Artisans have performed local folk art, especially traditional Southern Vietnamese folk music and singing, at the Coconut House on the night of the 30th of each month. This program has also included the performance of Reciting the Poems of Van Tien - a type of folk performance characteristic of Ben Tre province, associated with the poet Nguyen Dinh Chieu.

* Organizing scientific seminars, workshops, and thematic talks

Organizing seminars, scientific discussions, and thematic talks are activities that provincial and city museums can hold periodically, on holidays/anniversaries/events; or in conjunction with thematic exhibitions. These activities have met the public's needs for enjoyment and enhanced understanding with high quality, thereby maintaining regular museum visits and reaching new audiences. The content and topics of these activities have been relevant to the specific characteristics of each locality and cultural region. The

target audience for these seminars, scientific discussions, and thematic talks at provincial and city museums mainly consists of researchers, professional staff, historical witnesses, and students. Provincial and city museums have played the role of a scientific forum, connecting and exchanging ideas, discussing, and enhancing understanding of topics related to the local history and culture. Here are some typical examples:

- The Hanoi Museum organized The exhibition Hanoi - Will and Belief in Victory (April 2025), showcasing documents and objects reflecting the resilience and belief in victory of the people of Hanoi during the resistance wars against France and the United States (1954-1975). Alongside this, a seminar and meeting with historical witnesses was held, allowing visitors to listen to, interact with, and engage with some heroes of the armed forces and soldiers who directly participated in and witnessed important events in the national liberation war...

- Nam Dinh has been a major center for the practice of Mother Goddess worship - especially the Phu Day relic site, and also the birthplace and founding land of the Tran dynasty. Therefore, the Nam Dinh Museum has primarily chosen to explore issues related to religious and ideological heritage associated with the local development process as its main topics of discussion, specifically Research on the practice of Mother Goddess worship and The humanistic military thought of prominent figures and generals of the Tran dynasty.

- The Dak Lak Museum has regularly organized thematic talks commemorating The Victory of Buon Ma Thuot (March 10, 1975). Local historical witnesses who participated in the battle have been invited to the museum to reminisce, share memories, and interact with visitors. These activities have been also combined by the museum with other activities on the same theme, such as organizing The I Love History Contest in the style of VTV3's "Golden Bell" quiz, deploying a set of multiple-choice questions about March 10, 1975 on the museum's Website (under The Knowledge Around Us Section), and posting short films about this battle on the museum's Facebook and Fanpage.

3. Some experiences of provincial and city museums in Vietnam

Museum is considered a social phenomenon. This institution is born, exists, and develops in conjunction with changes in life and aims to meet the needs of the community. Currently, integration is a global trend, and sustainable development is a common goal/demand. Thus, people have placed greater importance on cultural

diversity and cultural identity, and have been better prepared for future generations. This context has presented certain challenges for the operation of contemporary museums. As an aspect of interaction between museums and public, museum education activities need to demonstrate their ability to meet the needs of society and its target audience. In reality, provincial and city museums in Vietnam have undergone positive changes, better fulfilling their role as informal educators of the locality. These institutions have focused on clarifying the distinctiveness and portraying the identity of the locality; at the same time, they have laid the foundation for achieving future educational outcomes, by influencing the awareness, attitudes, feelings, and behavior of visitors. From a professional perspective in the field of museum studies, we can affirm some lessons learned from the practical educational activities of provincial and city museums in Vietnam in the context of integration and sustainable development as follows:

3.1. Issues to be reflected and conveyed: Comprehensive education, honoring the distinctive characteristics of the locality

The educational strength of provincial and city museums lies in their comprehensive local content. All information about the local natural environment, society, and culture can be found and shared in these museums in an easily understandable and accessible manner. In particular, the distinctiveness - the local character - is emphasized, reflecting its relationship with the common - the national character - and affirming the locality's contribution to the overall development of the nation. These museums have paid more attention to introducing the outstanding and unique features of the local natural environment, society, culture, and prominent figures to the public. Therefore, lifelong learning at provincial and city museums has practical significance, contributing to the cultivation of civic consciousness, love of homeland, and responsibility to the country in each individual. Each provincial and city museum can be considered an "encyclopedia," a "house of memory" about the locality. These educational contents have been all interpreted in a lively manner, helping visitors construct awareness through the typical cultural heritage of the locality.

3.2. Target audience selection: Local students

Local students have been given attention and served by provincial and city museums through a combined learning and entertainment approach. Based on the linkage between museums, schools, and families, and the connection between exhibition

content and visits/experiences, many offline and online educational activities, both inside and outside the museums, have been organized to help students easily and deeply understand their local area, where they were born and raised. In addition to enjoying the values of heritage, provincial and city museums have also helped students develop an attitude of appreciation and awareness of protecting local heritages. The selection and targeting of the public by provincial and city museums has been rational, yielding sustainable results and preparing young public well for the future by building community awareness and habits of learning and experiencing at museums. In fact, the educational activities of provincial and city museums have received positive feedback from young people, for example: “I feel history, the flow of time. I come to feel love for my homeland and country” (Interview material at Nam Dinh Museum in 2022 - female, 17 years old, student).

3.3. Implementation method: Combining educational and cultural activities

Educational activities at provincial and city museums have been integrated with cultural activities. Cultural activities can be understood as activities that create a closer connection between the cultural and artistic community and the public. These activities are seen as being related to informal or non-formal learning, such as museum activities. For museums, cultural activities have a positive significance in fulfilling their educational mission and serving visitors; conversely, museums are affirmed as institutions with potential and a suitable context for cultural activities. Provincial and city museums in Vietnam have integrated local educational content into recreational activities, group activities, and cultural events. With activities such as performances and experiences of living heritages, and organizing community cultural activities, the boundary between educational and cultural activities seems to disappear. Through this, provincial and city museums have been able to effectively utilize entertainment in a way that combines it with education, disseminating information about local history and culture to a wide audience.

3.4. The relationship of museums with heritage-owning communities: Cooperation and encouragement of traditional bearers' participation

A symbiotic partnership has been established between provincial and city museums and heritage-owning communities. Provincial and city museums have positively shifted their role in sharing local knowledge, fostering a more connected and friendly

relationship with their "partners" - the traditional bearers. They have had good opportunities to become aware of the value of their community's living heritages. They have been encouraged to participate in museum activities, provided with more space to practice their heritage, and expanded their public engagement. Conversely, provincial and city museums have been able to present local content more directly and introduce heritage more vividly through the performances and presentations of these traditional bearers. According to our survey results, many cultural groups have participated in activities of provincial and city museums multiple times. They confirmed their frequent participation in performances "every year" (Interview material at Can Tho Museum in 2022 - male, 56 years old, lion dance performance). This information highlights the close relationship between museums and communities.

3.5. The role and influence of museums in social life: Promoting cultural exchange

In fact, with their friendly and open educational activities, provincial and city museums in Vietnam have not only preserved local heritage but have also truly become spaces for cultural exchange. In localities with diverse ethnic groups (the Kinh and other ethnic groups), this role of provincial and city museums is even more evident. Local people and communities can meet, express their traditional values, listen and engage in dialogue, exchange information, and broaden their understanding within the cultural space of these museums. Furthermore, provincial and city museums have collaborated to organize thematic exhibitions and educational activities. As a result, they have helped visitors diversify their information and created a channel for intercultural communication between localities and regions across the country.

It can be said that provincial and city museums in Vietnam have shown some experience in educational activities following the trend of innovation, suitable to the context of integration and sustainable development. The important issue is the successful introduction of typical local heritages as well as ensuring future effects. Our discussion does not aim to fully cover all educational experiences of provincial and city museums in Vietnam today, but can be considered basic conclusions. We always warmly await further sharing and evaluation from theory associated with the practical development of museums in their mission of contributing to social education.

References

- Aktekin, S. (2010). "The Place and Importance of Local History in the Secondary History education, *Journal of Theory and Practice in Education*, No. 6 (1), pp. 86-105.
- Basu, P. & Modest, W. (2014), *Museumds, Heritage and International Development*, 1st Edition, Routledge.
- Bodo, S. (2018). "Museums as intercultural spaces", *A Museum Studies Approach to Heritage*, Edited by Watson, S.; Barnes, A. J. & Bunning, K., 1st Edition, Routledge, pp.517-529.
- Department of Cultural Heritage (2024). Proceedings of the Conference - Workshop "65 years of the cause of protecting and promoting the value of cultural heritage", Hanoi.
- . (2025). Training Materials - *Enhancing awareness and professional knowledge in the management, protection and promotion of tangible and intangible cultural heritage, objects, antiques, national treasures, museums and documentary heritage - 2025*, Da Nang.
- Edson, G & Dean, D. (2001), *Museum Handbook*, translated by Hoan, L. T. T., Vietnam Revolutionary Museum, Hanoi.
- Goode, G. B. (1896), "On the Classification of Museums, *Science*, American Association for the Advancement of Science, New Series, Vol. 3, No. 57, pp. 154-161.
- ICOM, *ICOM approves a new museum definition*, <https://icom.museum/en/news/icom-approves-a-new-museum-definition/>, accessed 20 October, 2025.
- ICR, *About ICR*, <https://icr.mini.icom.museum/who-we-are/about-icr/>, accessed 20 October, 2025.
- Ministry of Culture, Sports and Tourism (2020), *Summary and evaluation of the results of implementing Decision No. 89/QĐ-TTg of the Prime Minister approving the Project "Building a learning society in the period 2012 - 2020"*, Hanoi.
- National Assembly of the Socialist Republic of Vietnam (2024), *Law on Cultural Heritage*, Truth National Political Publishing House, Hanoi.
- National Standard (2024), *Cultural Heritage and Related Matters - General Terms and Definitions*, TCVN 10382:2024, 2nd edition, Hanoi.
- Thinh, N (2001), *Handbook on Museum Exhibition Work*, Culture and Information Publishing House, Hanoi.

Van Veldhuizen, A. (2017), *Education Toolkit - methods & techniques from museum and heritage education*, ICOM & CECA, Utrecht.

Wang, H. (editor) (2008), *Fundamentals of Chinese Museology*, translated by Chiem, N. D. & Huong, N.T., The Gioi Publishing House, Hanoi.

การศึกษาปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จใน การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม

A Study of Marketing, Management, and Financial Factors Affecting the Operational Success of Community Enterprises in Maha Sarakham Province

ภัทธกร พุดพันธ์¹ และจूरรัตน์ นองหว้า²

Phattaraporn Putphun¹, and Jureerat Nongwa²

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์^{1,2}

Faculty of Management Sciences, Walaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage^{1,2}

Corresponding Author's Email: phattaraporn@vru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินกับความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และ 3) ศึกษาปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกและผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 360 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67–1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.93 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 3) ปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงิน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้ร้อยละ 70.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยด้านการจัดการมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือด้านการตลาด และด้านการเงิน ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การบริหารจัดการองค์กรเป็นปัจจัยหลักที่นำไปสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะการวางแผน การจัดองค์กร การบริหารทรัพยากร และการควบคุมการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ขณะที่ ปัจจัยด้านการเงิน แม้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในระดับต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น แต่ยังคงมีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญ จึงควรได้รับการพัฒนาในด้านการวางแผนทางการเงิน การบริหารสภาพคล่อง การควบคุมต้นทุน และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการ

Received 05 June 2026; Revised 13 July 2026; Accepted 15 July 2026

กำหนดนโยบายและการวางแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพและมีความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การตลาด, การจัดการ, การเงิน, ความสำเร็จในการดำเนินงาน

Abstract

The purposes of this research were to: (1) examine the levels of marketing, management, and financial factors among community enterprises in Maha Sarakham Province; (2) investigate the relationships between marketing, management, and financial factors and the operational success of community enterprises; and (3) identify the marketing, management, and financial factors affecting the operational success of community enterprises in Maha Sarakham Province. This study employed a quantitative survey research design. The sample consisted of 360 members and administrators of community enterprises selected through multi-stage sampling. The research instrument was a five-point Likert-scale questionnaire with an Index of Item-Objective Congruence (IOC) ranging from 0.67 to 1.00 and an overall reliability coefficient of 0.93. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson's product-moment correlation coefficient, and multiple regression analysis.

The findings revealed that: (1) the overall levels of marketing, management, and financial factors were high; (2) marketing, management, and financial factors were positively correlated with the operational success of community enterprises at the .01 level of statistical significance; and (3) these three factors jointly explained 70.90% of the variance in the operational success of community enterprises and significantly predicted operational success at the .05 level. Among the predictors, management factors exerted the strongest influence, followed by marketing and financial factors, respectively. The findings indicate that effective organizational management is the primary driver of community enterprise success, particularly through systematic planning, organizational structuring, resource management, and operational control. Although financial factors demonstrated the weakest influence among the three predictors, they remained statistically significant. Therefore, greater emphasis should be placed on strengthening financial planning, liquidity management, cost control, and access to financial resources in order to enhance the long-term competitiveness and sustainability of community

enterprises. The findings provide practical implications for policymakers and relevant stakeholders in formulating policies and strategic development plans to improve the operational effectiveness and competitive capacity of community enterprises.

Keywords: Marketing, Management, Finance, Operational Success

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทย เนื่องจากเป็นรูปแบบการรวมกลุ่มของประชาชนในชุมชนเพื่อดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยอาศัยทรัพยากร ภูมิปัญญา และศักยภาพที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ อันนำไปสู่การสร้างรายได้ การจ้างงาน และการพึ่งพาตนเองของชุมชนอย่างยั่งยืน รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องผ่านนโยบายและมาตรการต่างๆ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการชุมชนทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566) อย่างไรก็ตาม ภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพด้านการตลาด การจัดการ และการเงินควบคู่กันไป เพื่อให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง ทั้งนี้ แนวคิดการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ชี้ให้เห็นว่าความสำเร็จขององค์กรไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านใดด้านหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลมาจากการบูรณาการทรัพยากรความสามารถขององค์กรในหลายมิติร่วมกัน (Buratti et al., 2022)

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา พบว่าปัจจัยด้านการตลาดมีบทบาทสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย ซึ่งล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและระดับรายได้ของกิจการ (Sudirjo, 2023) ขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านการจัดการ เช่น ภาวะผู้นำ การวางแผน การจัดการองค์การ และการควบคุมการดำเนินงาน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (Tavo & Rasmus, 2024) นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการเงินยังเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการบริหารเงินทุนหมุนเวียน การควบคุมต้นทุน การวางแผนทางการเงิน และการตัดสินใจลงทุน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความมั่นคงและความสามารถในการสร้างผลกำไรของกิจการ (Brigham & Houston, 2019) ผลการศึกษาของ Santoso & Chamami (2023) พบว่า การบริหารการตลาดที่มีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการชุมชนได้อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่งานวิจัยของ Nkwinika & Akinola (2023) ชี้ให้เห็นว่าการบริหารการเงินที่ดีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผล

การดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น ปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในบริบทที่แตกต่างกัน

จังหวัดมหาสารคามเป็นจังหวัดที่มีวิสาหกิจชุมชนกระจายอยู่ในหลายพื้นที่และมีการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย ทั้งด้านการเกษตร การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร หัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น แม้ว่าวิสาหกิจชุมชนเหล่านี้จะมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชน แต่ยังคงประสบปัญหาหลายประการ เช่น การเข้าถึงตลาดที่จำกัด การขาดการวางแผนทางการเงินที่เป็นระบบ และข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการองค์กร ส่งผลให้ไม่สามารถขยายกิจการหรือสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างเต็มศักยภาพ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้ทราบถึงระดับและความสำคัญของปัจจัยดังกล่าว อันจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน และสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนต่อไป

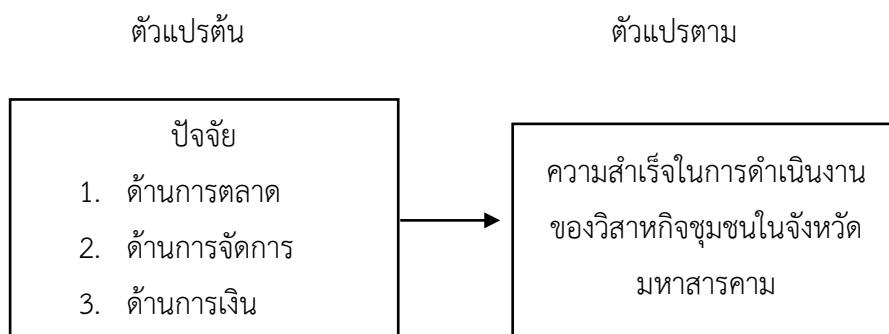
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานด้านการตลาด การจัดการ และการเงินของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินกับความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม และเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

สมมติฐานการวิจัย

- H1: ปัจจัยด้านการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม
- H2: ปัจจัยด้านการจัดการส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม
- H3: ปัจจัยด้านการเงินส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม
- H4: ปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินร่วมกันสามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติทางสังคมศาสตร์

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกและผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 2,350 คน (สำนักงานเกษตรจังหวัดมหาสารคาม, 2568)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกำหนดขนาดโดยใช้สูตรของ Yamane (Mohanasundaram et al., 2024) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 342 คน เพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจำนวน 360 คน วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ดังนี้

2.1 แบ่งพื้นที่วิจัยตามอำเภอในจังหวัดมหาสารคาม

2.2 สุ่มเลือกวิสาหกิจชุมชนจากแต่ละอำเภอด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

2.3 คัดเลือกสมาชิกหรือผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกลุ่มด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่ายจนครบตามจำนวนที่กำหนด

3. ตัวแปรในการวิจัย ได้แก่

3.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ด้านการตลาด ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

4. การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาด จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านการจัดการ จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านการเงิน จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 5 ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 ข้อ

ลักษณะแบบสอบถามตอนที่ 2-5 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert (Aurora, 2026)

5. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดำเนินการดังนี้

5.1 ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน และคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้ค่าระหว่าง 0.67–1.00

5.2 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

5.3 ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.93 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูงและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

6.1 ขออนุญาตและแนะนำตัวจากสถาบันการศึกษาเพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล

6.2 ประสานงานกับผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย

6.3 แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองและผ่านระบบออนไลน์

6.4 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

6.5 ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 360 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

7. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

7.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยสถิติความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

7.2 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ การเงิน และความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

7.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

7.4 วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

7.5 ทดสอบสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศชาย	128	35.56
เพศหญิง	232	64.44
รวม	360	100.00
อายุ 20–30 ปี	72	20.00
อายุ 31–40 ปี	118	32.78
อายุ 41–50 ปี	102	28.33
มากกว่า 50 ปี	68	18.89
รวม	360	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 64.44 และเพศชาย จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 35.56 สำหรับอายุ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31–40 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 32.78 รองลงมาคือ อายุ 41–50 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ การเงิน และความสำเร็จในการดำเนินงาน

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ศึกษา

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านการตลาด	4.32	0.56	มากที่สุด	2
ด้านการจัดการ	4.28	0.61	มากที่สุด	3
ด้านการเงิน	4.15	0.64	มาก	4
ความสำเร็จในการดำเนินงาน	4.35	0.58	มากที่สุด	1
รวม	4.28	0.60	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความสำเร็จในการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} =$

4.35, S.D. = 0.58) รองลงมาคือ ด้านการตลาด ($\bar{x}$ = 4.32, S.D. = 0.56) ด้านการจัดการ ($\bar{x}$ = 4.28, S.D. = 0.61) และด้านการเงิน ($\bar{x}$ = 4.15, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ การเงิน และความสำเร็จในการดำเนินงาน

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	การตลาด	การจัดการ	การเงิน	ความสำเร็จ
การตลาด	1.000	.612**	.548**	.721**
การจัดการ	.612**	1.000	.583**	.756**
การเงิน	.548**	.583**	1.000	.698**
ความสำเร็จ	.721**	.756**	.698**	1.000

**p < .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงิน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยด้านการจัดการมีความสัมพันธ์สูงที่สุด (r = .756) รองลงมาคือ ด้านการตลาด (r = .721) และด้านการเงิน (r = .698)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ตัวแปรพยากรณ์	B	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.842	-	4.125	.000
ด้านการตลาด	0.284	.301	4.872	.000
ด้านการจัดการ	0.365	.412	6.154	.000
ด้านการเงิน	0.217	.248	3.968	.000

$R = .842$, $R^2 = .709$, Adjusted $R^2 = .705$

$F = 128.764$, Sig. = .000

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงิน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้ร้อยละ 70.90 ($R^2 = .709$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยด้านการจัดการมีอิทธิพลสูงที่สุด (Beta = .412) รองลงมาคือ ด้านการตลาด (Beta = .301) และด้านการเงิน (Beta = .248) สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$Y = 0.842 + 0.284(X_1) + 0.365(X_2) + 0.217(X_3)$$

เมื่อ

Y = ความสำเร็จในการดำเนินงาน

X_1 = ด้านการตลาด

X_2 = ด้านการจัดการ

X_3 = ด้านการเงิน

ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนว่า การยกระดับความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนควรมุ่งพัฒนาประสิทธิภาพด้านการจัดการเป็นลำดับแรก ควบคู่กับการเสริมสร้างศักยภาพด้านการตลาดและการบริหารการเงินอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและยกระดับผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ตอนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1 ปัจจัยด้านการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
H2 ปัจจัยด้านการจัดการส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
H3 ปัจจัยด้านการเงินส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
H4 ปัจจัยทั้ง 3 ด้านร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินงานได้	ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 5 พบว่า สมมติฐานการวิจัยทั้ง 4 ข้อได้รับการยอมรับ โดยปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงิน ต่างส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาระดับปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างช่องทางการตลาด การบริหารจัดการองค์กร และการบริหารจัดการทางการเงิน ส่งผลให้ผู้ประกอบการชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำหลักการบริหารธุรกิจมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม ประกอบกับวิสาหกิจชุมชนในปัจจุบันต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางการ

แข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งจากพฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยีดิจิทัล และช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ ทำให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาด การจัดการ และการเงินอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ จิลลาภัทร พรหมโสภา (2568) ซึ่งศึกษาปัจจัยการตลาดภายในของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานภายในของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการตลาด การผลิต การวิจัยและพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ และการเงิน สะท้อนให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการในทุกมิติอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ วีรยา ภัทรอาชาชัย และคณะ (2566) ซึ่งศึกษาศักยภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การวางแผนการตลาด การมีส่วนร่วมของสมาชิก และการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับศักยภาพและสร้างความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า การที่ปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินของวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก เป็นผลมาจากการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว

2. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินกับความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายด้านร่วมกัน กล่าวคือ การตลาดช่วยให้สินค้าและบริการเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค การจัดการช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และการเงินช่วยสร้างสภาพคล่องและความมั่นคงทางธุรกิจ เมื่อทั้งสามปัจจัยมีการบริหารจัดการที่ดี ย่อมส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Al Najjar & Qandeel (2025) ซึ่งอธิบายว่า ความสำเร็จขององค์กรเกิดจากการใช้ทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะทรัพยากรด้านการจัดการ ความรู้ ระบบการดำเนินงาน และศักยภาพของบุคลากร ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว แนวคิดดังกล่าวสามารถอธิบายผลการวิจัยครั้งนี้ได้ว่า การตลาด การจัดการ และการเงินล้วนเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่ต้องได้รับการพัฒนาอย่างบูรณาการ เพื่อเสริมสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Vuong (2025) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับศักยภาพในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และ

เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตขององค์กร อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Hasyim & Bakri (2025) ซึ่งพบว่า การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาการตลาด และการบริหารทรัพยากรทางการเงินที่เหมาะสม เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยยกระดับผลการดำเนินงานและสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เกิดจากปัจจัยด้านใดด้านหนึ่งเพียงลำพัง แต่เกิดจากการบูรณาการด้านการตลาด การจัดการ และการเงินเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการจัดการ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเชื่อมโยงการใช้ทรัพยากร การดำเนินงาน และการสร้างคุณค่าให้กับองค์กร อันนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

3. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ศึกษาปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการตลาด การจัดการ และการเงินสามารถรวมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยด้านการจัดการมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือด้านการตลาด และด้านการเงินตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการบริหารจัดการเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการควบคุมการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ เมื่อองค์กรมีระบบการจัดการที่ดี ย่อมส่งผลให้สามารถบริหารด้านการตลาดและการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพตามไปด้วย ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Amaya et al(2024) ที่อธิบายว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จขององค์กรเกิดจากการบริหารจัดการทรัพยากรและศักยภาพภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะทรัพยากรที่มีคุณค่า หายาก ยากต่อการเลียนแบบ และไม่สามารถทดแทนได้ ซึ่งการจัดการที่มีประสิทธิภาพถือเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรด้านการตลาดและการเงินได้อย่างเกิดประสิทธิผล และนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่ง นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Nurhikmah (2024) ซึ่งเสนอว่าการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถใช้ทรัพยากรทุกด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ จึงอธิบายได้ว่าปัจจัยด้านการจัดการจึงมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมากกว่าปัจจัยด้านอื่น ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการบูรณาการปัจจัยด้านการจัดการ การตลาด และการเงินเข้าด้วยกัน โดยการจัดการทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการใช้ทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ขณะที่การตลาดช่วยสร้างรายได้และขยายโอกาสทางธุรกิจ ส่วนการเงินช่วยเสริมสภาพคล่องและความมั่นคงขององค์กร ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและดำเนินงานได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษา

ผลการวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญ คือ ความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการบูรณาการปัจจัยด้านการจัดการ ด้านการตลาด และด้านการเงินร่วมกัน โดยปัจจัยด้านการจัดการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือด้านการตลาดและด้านการเงิน ซึ่งทั้งสามปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จในการดำเนินงานได้ร้อยละ 70.90 ($R^2 = .709$) สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมุ่งเน้นการเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรควบคู่ไปกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการบริหารการเงินอย่างเป็นระบบ เนื่องจากปัจจัยทั้งสามมีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งเสริมซึ่งกันและกันในการยกระดับผลการดำเนินงาน ดังนั้น องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยสามารถสังเคราะห์เป็นแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่เน้นการบริหารจัดการเป็นกลไกหลัก โดยใช้การตลาดและการเงินเป็นกลไกสนับสนุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ด้านการจัดการ

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจัดการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรรักษามาตรฐานและยกระดับศักยภาพด้านการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนการพัฒนาผู้นำวิสาหกิจชุมชน การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารความเสี่ยง และการจัดการองค์ความรู้ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถบริหารองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

1.2 ด้านการตลาด

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน รองลงมาจากด้านการจัดการ จึงควรรักษาระดับประสิทธิภาพของการดำเนินงานด้านการตลาด พร้อมทั้งส่งเสริมการพัฒนาการตลาดดิจิทัล การสร้างตราสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ และขยายฐานลูกค้าในระดับประเทศและต่างประเทศ

1.3 ด้านการเงิน

แม้ว่าปัจจัยด้านการเงินจะมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านการจัดการและด้านการตลาด แต่ยังคงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการเงิน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมุ่งพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารการเงินของวิสาหกิจชุมชนให้มากยิ่งขึ้น โดยสนับสนุนการจัดทำบัญชีต้นทุน การวางแผนทางการเงิน การ

บริหารสภาพคล่อง การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรทางการเงิน ลดความเสี่ยงในการดำเนินงาน และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

1.4 การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแบบบูรณาการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาปัจจัยตามลำดับอิทธิพลที่ค้นพบจากการวิจัย ได้แก่ การจัดการ การตลาด และการเงิน พร้อมทั้งบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ สถาบันการศึกษา ภาคเอกชน และองค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาระบบสนับสนุนที่สอดคล้องกับบริบทของวิสาหกิจชุมชน และเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เช่น ภาวะผู้นำ นวัตกรรมองค์กร เทคโนโลยีดิจิทัล ความสามารถในการแข่งขัน การสร้างเครือข่าย และการมีส่วนร่วมของสมาชิก เพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรขยายพื้นที่ศึกษาวิจัยไปยังจังหวัดหรือภูมิภาคอื่น และเปรียบเทียบผลการวิจัยระหว่างพื้นที่ เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในบริบทที่หลากหลาย

2.3 ควรใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยนำการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่มร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถอธิบายสาเหตุและกลไกของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน

2.4 ควรศึกษาวิจัยเปรียบเทียบระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการดำเนินงานสูงกับวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการดำเนินงานต่ำ เพื่อค้นหาแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) และจัดทำต้นแบบการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นได้

2.5 ควรศึกษาวิจัยเชิงติดตาม (Longitudinal Study) เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยด้านการจัดการ การตลาด และการเงินที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งจะช่วยให้สามารถกำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริบททางเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2566). รายงานผลการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ประจำปีงบประมาณ

2566. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

- จิตรลัทพร พรหมโสภา. (2568). การศึกษาปัจจัยการตลาดภายในของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง ตำบลกุดรัง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 9(3), 117-124.
- วีรยา ภัทรอาชาชัย พรภัส สุวรรณรัตน์ และสมิตรา จิระวุฒินันท์. (2566). การศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดมหาสารคามสู่ตลาดต่างประเทศ. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 28(4), 134-148
- สำนักงานเกษตรจังหวัดมหาสารคาม. (2568). รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคาม ประจำปี 2568. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- Al Najjar, A. S., & Qandeel, M. S. (2025). Operational strategy, capabilities, and successfully accomplishing business strategy. *Journal of Applied Research in Technology & Engineering*, 6(1), 1-11.
- Amaya, N., Bernal-Torres, C. A., Nicolás-Rojas, Y. W., & Pando-Ezcurra, T. T. (2024). Role of internal resources on the competitive advantage building in a knowledge-intensive organisation in an emerging market. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 54(5), 1153-1169.
- Aurora, T., Hodges, R., Wardell, J. R., Barton, M., Lipford, J., Takemoto, C. M., ... & Hankins, J. S. (2026). A novel US-based grading system for disease severity in sickle cell disease: the Sickle Cell Outcome Grading System (SCOGS). *The Lancet Haematology*, 13(6), e418-e425.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of financial management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Buratti, N., Sillig, C., & Albanese, M. (2022). Community enterprise, community entrepreneurship and local development: a literature review on three decades of empirical studies and theorizations. *Entrepreneurship & Regional Development*, 34(5-6), 376-401.
- Hasyim, H., & Bakri, M. (2025). Micro entrepreneur capacity building through financial management and marketing strategy training for MSME actors. *Celebes Journal of Community Services*, 4(1), 1-17.
- Mohanasundaram, S. S. T., BV, P., & Harsha, H. (2024). Selecting the right sample size: Methods and considerations for social science researchers. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 13(7), 152-167.

- Nkwinika, E., & Akinola, S. (2023). The importance of financial management in small and medium-sized enterprises (SMEs): an analysis of challenges and best practices. *Technology audit and production reserves*, 5(4(73)), 12-20.
- Nurhikmah, N. (2024). Educational management functions: Planning, organizing, actuating, controlling. *INTIHA: Islamic Education Journal*, 1(2), 82-91.
- Santoso, A., & Chamami, M. R. (2023). Community of women entrepreneurs: The role of competitive advantage in improving marketing performance. *Prosperity: Journal of Society and Empowerment*, 3(2), 89-102.
- Sudirjo, F. (2023). Marketing strategy in improving product competitiveness in the global market. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 63-69.
- Tavo, K., & Rasmus, R. (2024). The role of planning in management: Strategies to achieve organizational success. *Sharia Oikonomia Law Journal*, 2(2), 106-115.
- Vuong, T. K. (2025). The impact of strategic management on organizational creativity and its influence on the financial performance of SMEs. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 21(1), 43-57.

การพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะไทยโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษาของ
เด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านหยวก ตำบลบ้านหยวก จังหวัดอุดรธานี
The Development of Thai Consonant Reading Skills Using Educational
Games for Kindergarten 2 Students at Banyuak School, Ban Yuak
Subdistrict, Udon Thani Province

ชญพร อวนอ่อน¹ และดุจดาว มาลาแสง²

Thanyaphon Auanon¹, and Dujdao Malasaeng²

โรงเรียนบ้านหยวก^{1,2}

Banyuak School^{1,2}

Corresponding Author's Email: thanyaphon28.1982@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะไทยโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา และ 2) เปรียบเทียบทักษะการอ่านพยัญชนะไทยก่อนและหลังการใช้กิจกรรมเกมการศึกษา ของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านหยวก กลุ่มเป้าหมายการวิจัย คือเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 จำนวน 11 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง(Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้มี 2 ชนิด ได้แก่ 1) แผนการจัดกิจกรรมโดยใช้เกมการศึกษา จำนวน 3 แผน ได้แก่ เกมจับคู่ภาพกับพยัญชนะไทย (ตีนตุ๊กแก) เกมไม้หนีบจับคู่ภาพกับพยัญชนะไทย และเกม บิงโกพยัญชนะไทย ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน มีค่าความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 และ 2) แบบทดสอบวัดทักษะการอ่านพยัญชนะไทยสำหรับเด็กปฐมวัย จำนวน 44 ข้อ มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติ t-test แบบ Dependent Samples

ผลการวิจัยพบว่า 1) เด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเกม การศึกษามีคะแนนเฉลี่ยทักษะการอ่านพยัญชนะไทยก่อนเรียนเท่ากับ 33.82 คะแนน (SD = 4.98) คิดเป็นร้อยละ 67.64 และหลังเรียนเท่ากับ 45.36 คะแนน (SD = 3.53) คิดเป็นร้อยละ 90.73 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเด็กมี พัฒนาการทักษะการอ่านพยัญชนะไทยที่สูงขึ้นอย่างชัดเจน และ 2) ผลการเปรียบเทียบคะแนนทักษะการอ่าน พยัญชนะไทยก่อนและหลังการจัดกิจกรรมเกมการศึกษา พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 13.31, p < .05$) การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมเกมการศึกษาสามารถ พัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะไทยของเด็กปฐมวัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ทักษะการอ่าน, พยัญชนะไทย, กิจกรรมเกมการศึกษา, เด็กปฐมวัย

Received 4 August 2026; Revised 26 August 2026; Accepted 27 August 2026

Abstract

The objectives of this research were: 1) to develop Thai consonant reading skills using educational game activities, and 2) to compare the Thai consonant reading skills of second-year preschool children before and after the implementation of educational game activities. The target group consisted of 11 second-year preschool children at Banyuak School, selected through purposive sampling. The research instruments comprised: 1) three educational game activity plans, including the hook-and-loop image-to-Thai-consonant matching game, the clothespin image-to-Thai-consonant matching game, and the Thai consonant bingo game, validated for content validity by three experts with an Index of Item-Objective Congruence (IOC) of 1.00; and 2) a 44 item Thai consonant reading skill test for preschool children with an IOC of 1.00. Data were analyzed using mean, standard deviation, and dependent samples t-test.

The research findings revealed that: 1) after receiving learning experiences through educational game activities, the second-year preschool children demonstrated a distinct improvement in Thai consonant reading skills, with the mean score increasing from a pretest score of 33.82 (SD = 4.98), representing 67.64 percent, to a posttest score of 45.36 (SD = 3.53), representing 90.73 percent; and 2) the comparison of Thai consonant reading skill scores before and after the activities indicated that the posttest mean score was statistically significantly higher than the pretest mean score at the .05 level ($t=13.31, p<.05$). This study demonstrates that educational game activities can effectively enhance the Thai consonant reading skills of preschool children.

Keywords: Reading Skills, Thai Consonant, Educational Game Activities, Kindergarten Students

บทนำ

การพัฒนาภาษาเป็นภารกิจสำคัญของการจัดประสบการณ์สำหรับเด็กปฐมวัยอายุ 3-6 ปี เนื่องจากภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ถ่ายทอดความรู้สึนึกคิด และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รอบตัว หลักสูตรการศึกษาปฐมวัยจึงมุ่งส่งเสริมให้เด็กได้พัฒนาทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ผ่านกิจกรรมทางภาษาที่หลากหลายและเหมาะสมกับวัย รวมทั้งส่งเสริมให้ได้กล้าแสดงออก มีนิสัยรักการอ่าน และได้รับแบบอย่างการใช้ภาษาที่เหมาะสมจากบุคคลแวดล้อม (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) ทั้งนี้ เด็กปฐมวัยอยู่ในช่วงที่พัฒนาการทางภาษาเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การมีปฏิสัมพันธ์ การสนทนา และการโต้ตอบกับผู้ใหญ่จึงเป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้ภาษา (กุลยา ตันติผลาชีวะ, 2557)

การจัดประสบการณ์ทางภาษาสำหรับเด็กปฐมวัยควรสอดคล้องกับธรรมชาติการเรียนรู้และระดับพัฒนาการของเด็ก โดยเฉพาะการใช้สื่อหรือวัสดุที่เป็นรูปธรรม เนื่องจากเด็กอายุ 2-7 ปีอยู่ในขั้นคิดก่อนปฏิบัติการตามทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจต์ จึงเรียนรู้ได้ดีจากการลงมือกระทำและการมีประสบการณ์ตรง (สิริมา ภิญโญนนตพงษ์, 2558) การอ่านเป็นทักษะสำคัญที่มีบทบาทต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิต การส่งเสริมทักษะดังกล่าวจึงควรเริ่มตั้งแต่ปฐมวัย โดยเปิดโอกาสให้เด็กได้พบเห็นและใช้ตัวหนังสือในบริบทที่หลากหลาย พร้อมทั้งมีผู้ใหญ่เป็นแบบอย่างในการอ่านและการใช้ภาษา (ฉวีวรรณ คูหาภินันท์, 2565; กมลรัตน์ คณองเดช, 2560)

เกมการศึกษาเป็นสื่อและกิจกรรมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย เพราะเปิดโอกาสให้เด็กได้สังเกต เปรียบเทียบ จดจำ แก้ปัญหา และเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติในบรรยากาศที่สนุกสนาน อีกทั้งสามารถจัดได้ทั้งรายบุคคลและรายกลุ่ม โดยปรับความยากง่ายให้เหมาะสมกับความสามารถของเด็ก (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2566) สำหรับการพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะ เกมจับคู่ภาพกับพยัญชนะไทย เกมไม้หนีบจับคู่ภาพพยัญชนะไทย และเกมบิงโกพยัญชนะไทย ช่วยให้เด็กเชื่อมโยงรูปพยัญชนะกับภาพ ผีการสังเกต การจำแนก และการจดจำ งานวิจัยพบว่า การใช้เกมการศึกษาช่วยให้เด็กชั้นอนุบาลปีที่ 3 มีทักษะด้านการอ่านพยัญชนะหลังการจัดกิจกรรมสูงกว่าก่อนการจัดกิจกรรม (พิมพ์ผกา พิพู, สุพันธ์วิทย์ ไวยรูป, และธนินท์ธรรแดงทิม, 2565) นอกจากนี้ การเรียนรู้ผ่านการเล่นยังส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ ทักษะการคิดพัฒนาการทางร่างกาย สติปัญญา และอารมณ์ของเด็ก (ศิริรัตน์ เพ็ชรแสงศรี และนวิรัตน์ สิทธิมงคลชัย, 2563)

จากการจัดประสบการณ์สำหรับเด็กชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านห้วยก จากการศึกษาสังเกตเบื้องต้นของผู้วิจัยพบว่า เด็กบางส่วนยังจดจำพยัญชนะไทย เชื่อมโยงพยัญชนะกับภาพหรือเสียง และแยกแยะพยัญชนะที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้ไม่คล่อง ผู้วิจัยจึงเลือกใช้กิจกรรมเกมการศึกษาเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เนื่องจากเด็กได้ลงมือปฏิบัติ ผีการสังเกต การจับคู่ การจำแนก และการทบทวนพยัญชนะผ่านกิจกรรมที่สนุกสนาน โดยเกมจับคู่ภาพกับพยัญชนะไทยช่วยเชื่อมโยงภาพกับพยัญชนะ เกมไม้หนีบช่วยพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก และเกมบิงโกช่วยทบทวนการจดจำพยัญชนะ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจใช้กิจกรรมเกมการศึกษาทั้ง 3 รูปแบบ เพื่อส่งเสริมทักษะการอ่านพยัญชนะของเด็กปฐมวัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะไทยโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา ของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านห้วยก ตำบลบ้านห้วยก จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบทักษะการอ่านพยัญชนะไทยก่อนและหลังการใช้กิจกรรมเกมการศึกษา ของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านห้วยก ตำบลบ้านห้วยก จังหวัดอุดรธานี

สมมติฐานการวิจัย

1. เด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดกิจกรรมเกมการศึกษา มีทักษะการอ่านพยัญชนะสูงกว่าก่อนการได้รับกิจกรรมเกมการศึกษา

2. ทักษะการอ่านพญัญชนะของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 หลังการใช้กิจกรรมเกมการศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนการใช้กิจกรรมเกมการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลองแบบกลุ่มเดียววัดสองครั้ง (One Group Pretest-Posttest Design) ซึ่งมีลักษณะการทดลองดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แบบแผนการทดลอง

กลุ่ม	Pre-test	Treatment	Post-test
N	T ₁	X	T ₂

ความหมายของสัญลักษณ์

N	แทน	จำนวนเด็กในกลุ่มเป้าหมาย
X	แทน	การจัดกิจกรรมโดยใช้เกมการศึกษา
T ₁	แทน	การทดสอบก่อนการทดลอง (pre-test)
T ₂	แทน	การทดสอบหลังการทดลอง (post-test)

2. กลุ่มเป้าหมายการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายการวิจัย คือเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 ของโรงเรียนบ้านหยวก จังหวัดอุดรธานี จำนวน 11 คน คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)

3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 2 ชนิด ได้แก่

3.1 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพตามขั้นตอนดังนี้

3.1.1 ศึกษาเอกสารและทฤษฎี ศึกษาหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พ.ศ. 2560 คู่มือการจัดประสบการณ์ และเอกสาร/งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการอ่านพญัญชนะไทยและการเล่นเกมการศึกษา

3.1.2 ดำเนินการเลือกเกมการศึกษาที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับแผนการจัดการเรียนรู้

3.1.3 สร้างแผนการจัดกิจกรรมโดยใช้เกมการศึกษา เพื่อส่งเสริมทักษะการอ่านพญัญชนะไทยของเด็กปฐมวัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ 1) ชื่อแผนการจัดประสบการณ์ 2) สารสำคัญ 3) จุดประสงค์การเรียนรู้ 4) สารการเรียนรู้ 5) กิจกรรมการเรียนรู้ 6) สื่อการสอน และ 7) การวัดและประเมินผล และได้แผนการจัดกิจกรรมโดยใช้เกมศึกษามาจำนวน 3 แผน ได้แก่

- 1) เกมจับคู่ภาพกับพยัญชนะไทย (ตีนตุ๊กแก)
- 2) เกมไม้หนีบจับคู่ภาพกับพยัญชนะไทย
- 3) เกมบิงโกพยัญชนะไทย

3.1.4 นำแผนการจัดกิจกรรมฯ พร้อมแบบประเมินความเหมาะสม เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน (ผู้เชี่ยวชาญด้านปฐมวัย ด้านการสอน ภาษาไทย และด้านการวัดและประเมินผล) เพื่อตรวจสอบ ความถูกต้องของเนื้อหา ความสอดคล้องระหว่าง จุดประสงค์ กิจกรรม และการประเมินผล และความเหมาะสมของเกมกับพัฒนาการตามวัย

3.1.5 คำนวณค่าตรรกษีความสอดคล้อง (IOC) (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2554) นำผลการประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) โดยเลือกแผนที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 ถึง 1.00 ผลลัพธ์ที่ได้มีค่า IOC เท่ากับ 1.00

3.1.6 ปรับปรุงแผนการจัดกิจกรรมฯ ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปใช้จริง

3.2 แบบทดสอบวัดทักษะการอ่านพยัญชนะไทยสำหรับเด็กปฐมวัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้าง และหาคุณภาพของเครื่องมือตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.2.1 วิเคราะห์จุดประสงค์การเรียนรู้ กำหนดทักษะการอ่านพยัญชนะไทยที่ต้องการวัด (เช่น การออกเสียงพยัญชนะได้ถูกต้อง การบอกชื่อพยัญชนะจากรูปภาพ)

3.2.2 สร้างแบบทดสอบวัดทักษะการอ่านพยัญชนะไทย ซึ่งเป็นแบบทดสอบรายบุคคล (Individual Test) ประเมินการออกเสียงและการตอบคำถามจากบัตรภาพ/บัตรคำ จำนวน 44 ข้อ

3.2.3 กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนที่ชัดเจน ดังต่อไปนี้

การทดสอบวัดทักษะการอ่านพยัญชนะไทย 1 ชุด มี 2 แผนการทดสอบ (เต็มคะแนน 50 คะแนน) ดังนี้

- 1) ทดสอบการอ่าน พยัญชนะไทย 44 ตัว คะแนน 44 คะแนน
- 2) ทดสอบการเติมพยัญชนะที่หายไป แล้วอ่านออกเสียงให้ถูกต้อง คะแนนเต็ม 6 คะแนน โดยมีเกณฑ์พิจารณาดังนี้

- | | |
|------------------------------------|-----------------|
| 2.1) เติมพยัญชนะถูกต้อง 8 - 10 ตัว | เท่ากับ 6 คะแนน |
| 2.2) เติมพยัญชนะถูกต้อง 4 - 7 ตัว | เท่ากับ 4 คะแนน |
| 2.3) เติมพยัญชนะถูกต้อง 1 - 3 ตัว | เท่ากับ 2 คะแนน |

3.2.4 นำแบบทดสอบและเกณฑ์การให้คะแนนเสนอผู้เชี่ยวชาญ ชุดเดิม 3 ท่าน เพื่อ ประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์การเรียนรู้

3.2.5 คำนวณค่า IOC โดยเลือกข้อสอบที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป ผลลัพธ์ที่ได้มีค่า IOC เท่ากับ 1.00

3.2.6 ปรับปรุงแบบทดสอบและเกณฑ์การให้คะแนน ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปใช้จริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองตามขั้นตอนต่อไปนี้

4.1 ก่อนการทดลอง นำแบบทดสอบวัดทักษะการอ่านพยัญชนะไทย 1 ชุด 2 แผนการทดสอบไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 11 คน แล้วบันทึกผลการทดสอบ (Pretest) ตามเกณฑ์การให้คะแนน

4.2 ดำเนินการสอนกลุ่มเป้าหมายด้วยตนเอง ตามแผนการจัดกิจกรรมโดยใช้เกมการศึกษาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 นำเข้าสู่บทเรียน สร้างบรรยากาศในชั้นเรียน

ขั้นที่ 2 ขั้นสอน ผู้วิจัยดำเนินการสอนโดยใช้เกมการศึกษา เพื่อส่งเสริมทักษะการอ่านพยัญชนะไทยของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2

ขั้นที่ 3 นักเรียนฝึกปฏิบัติตามแผนการจัดกิจกรรม โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยทั้งหมด 4 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 3 วัน วันละ 30 นาที

4.3 เมื่อสิ้นสุดการทดลอง ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบวัดทักษะการอ่านพยัญชนะไทย หลังการสอน (Post-test) โดยใช้แบบทดสอบทักษะการอ่านพยัญชนะไทยชุดเดียวกันกับที่ใช้ทดสอบก่อนการทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย และบันทึกผลการทดสอบ (Post-test) ตามเกณฑ์การให้คะแนน แล้วนำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล

4.4 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากการทดสอบก่อน และหลังการจัดกิจกรรมโดยใช้เกมการศึกษา จากนั้นวิเคราะห์ผลต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของการทดสอบทั้งสองครั้ง ด้วยวิธีการทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

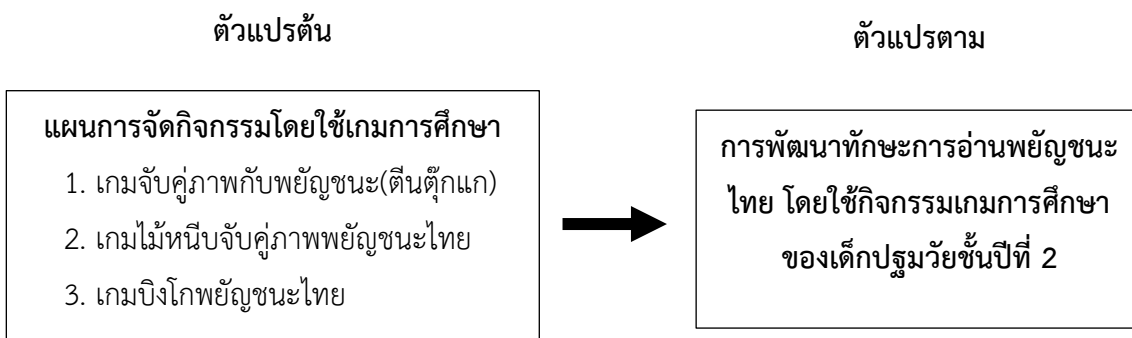
5.1 นำข้อมูลที่ได้จากแบบทดสอบทักษะการอ่านพยัญชนะไทย ก่อนและหลังทดลองมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติ t-test

5.2 ประมวลผล แปลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ตาราง และการพรรณนา

5.3 อภิปรายผล โดยการพรรณนา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลคะแนนการทดสอบวัดทักษะการอ่านพยัญชนะไทยของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 ก่อนและหลังการสอนโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลคะแนนการทดสอบวัดทักษะการอ่านพยัญชนะไทยของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2

นักเรียน (คน)	ทักษะการอ่านพยัญชนะไทยของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2		ผลต่างของคะแนน
	คะแนนก่อนเรียน (50)	คะแนนหลังเรียน (50)	
1	32	45	13
2	28	40	12
3	45	50	5
4	30	40	10
5	33	45	12
6	30	44	14
7	34	45	11
8	40	50	10
9	35	50	15
10	30	45	15
11	35	45	10
Sum	372	499	127
ร้อยละ	67.64%	90.73%	23.09%
μ	33.82	45.36	11.55
σ	4.98	3.53	2.88

จากตารางที่ 2 พบว่า คะแนนการทดสอบวัดทักษะการอ่านพยัญชนะไทยของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 ก่อนและหลังการสอนโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา ผลการทดสอบก่อนเรียนได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 33.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.98 (คิดเป็นร้อยละ 67.64) ผลการทดสอบหลังเรียนได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 45.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.53 (คิดเป็นร้อยละ 90.73) แสดงให้เห็นว่าเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ยและค่าร้อยละหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

2. ผลการเปรียบเทียบทักษะการอ่านพญฺญชนะไทยของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 ก่อนและหลังการสอนโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบทักษะการอ่านพญฺญชนะไทยของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 ก่อนและหลังการสอนโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา

กลุ่มทดลอง	N	μ	σ	t	p-value
ก่อนสอน	11	33.82	4.98	13.31*	0.000
หลังสอน	11	45.36	3.53		

จากตารางที่ 3 พบว่า การเปรียบเทียบทักษะการอ่านพญฺญชนะไทยของเด็กปฐมวัยปีที่ 2 ก่อนและหลังการสอนโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 33.82 คะแนน และ 45.36 คะแนน และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนและหลังการสอนโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา พบว่า คะแนนการทดสอบหลังการสอนโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษาสูงกว่าก่อนการสอนโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลองแบบกลุ่มเดียววัดสองครั้ง (One Group Pretest-Posttest Design) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพญฺญชนะไทยโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา และเปรียบเทียบทักษะการอ่านพญฺญชนะไทยก่อนและหลังการใช้กิจกรรมเกมการศึกษา ของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านห้วยวก ตำบลบ้านห้วยวก จังหวัดอุดรธานี กลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กปฐมวัย จำนวน 11 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แผนการจัดกิจกรรมโดยใช้เกมการศึกษา จำนวน 3 แผน (เกมจับคู่ภาพกับพญฺญชนะไทย "ตื่นตุ้กแก" เกมไม้หนีบจับคู่ภาพกับพญฺญชนะไทย และเกมบิงโกพญฺญชนะไทย) และแบบทดสอบวัดทักษะการอ่านพญฺญชนะไทย จำนวน 44 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติ t-test แบบ Dependent Samples

ผลการวิจัยพบว่า เด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา มีคะแนนเฉลี่ยทักษะการอ่านพญฺญชนะไทยก่อนเรียนเท่ากับ 33.82 ($\sigma = 4.98$) (คิดเป็นร้อยละ 67.64) และหลังเรียนเท่ากับ 45.36 ($\sigma = 3.53$) (คิดเป็นร้อยละ 90.73) ซึ่งคะแนนเฉลี่ยและค่าร้อยละหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 13.31, p < .05$) ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ทักษะการอ่านพญฺญชนะไทยของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 หลังการใช้กิจกรรมเกมการศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนการใช้กิจกรรมเกมการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยในประเด็นแรกแสดงให้เห็นว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เกมการศึกษาสามารถพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะไทยของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 ให้สูงขึ้นได้อย่างชัดเจน โดยคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเพิ่มขึ้นจาก 33.82 คะแนน เป็น 45.36 คะแนน จากคะแนนเต็ม 50 คะแนน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า กิจกรรมเกมการศึกษาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ เกมจับคู่ภาพกับพยัญชนะไทย (ตีนตุ๊กแก) เกมไม้หนีบจับคู่ภาพกับพยัญชนะไทย และเกมบิงโกพยัญชนะไทย มีความเหมาะสมกับพัฒนาการและวัยของเด็กปฐมวัย ทำให้เด็กสามารถจดจำพยัญชนะและออกเสียงพยัญชนะไทยได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัยในประเด็นที่สองซึ่งเปรียบเทียบคะแนนทักษะการอ่านพยัญชนะไทยก่อนและหลังเรียนพบว่า เด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สาเหตุที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะเกมการศึกษาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจต์ (Piaget's Cognitive Development Theory) (กุลยา ตันติผลาชีวะ, 2557) ซึ่งระบุว่าเด็กปฐมวัยอายุ 2-7 ปี จัดอยู่ในขั้นคิดก่อนปฏิบัติการ (Preoperational Stage) เด็กในวัยนี้เรียนรู้ได้ดีจากการกระทำและการใช้สื่อที่เป็นรูปธรรม (สิริมา ภิญโญอนันตพงษ์, 2558) เกมการศึกษาทั้ง 3 ประเภทจึงทำหน้าที่เป็นสื่อรูปธรรมที่กระตุ้นให้เด็กมีปฏิสัมพันธ์กับพยัญชนะไทยผ่านการจับคู่ การนับ การแข่งขัน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกัมพล ดำรงค์วงศ์ (2558) ที่กล่าวว่า เกมเป็นกิจกรรมที่นักเรียนกระทำด้วยตนเอง การเล่นเกมจึงเป็นประสบการณ์ตรงที่นักเรียนได้รับการสัมผัสด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งจะช่วยให้เด็กเกิดการเรียนรู้ที่ดีที่สุด มีความคิดริเริ่มและเกิดจินตนาการ อันเป็นการแสดงถึงความก้าวหน้าทางระดับสติปัญญาของนักเรียน นอกจากนี้ รูปแบบของเกมการศึกษาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นยังมีลักษณะสีสดใส มีภาพประกอบชัดเจน เข้าใจง่าย และมีกฎการเล่นที่ไม่ซับซ้อน ใช้ระยะเวลาในการเล่นที่เหมาะสมกับช่วงความสนใจของเด็กปฐมวัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลำดวน สาสูงเนิน (2563) ที่พบว่า การจัดกิจกรรมโดยใช้เกมบิงโกภาพกับพยัญชนะไทย สามารถพัฒนาทักษะการฟังและจำพยัญชนะไทยของเด็กปฐมวัยให้สูงขึ้นได้ ตลอดจนสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์กาพิพ, สุพันธ์วิดี ไวยรูป, และธนินท์ธรร แดงทิม (2565) ที่รายงานว่า เด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมโดยใช้เกมการศึกษามีทักษะด้านการอ่านพยัญชนะอยู่ในระดับดีทุกคนและมีพัฒนาการสูงกว่าก่อนการจัดกิจกรรมทุกคน

จากผลการวิจัยทั้ง 2 ประเด็นสะท้อนให้เห็นว่า กิจกรรมเกมการศึกษาเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะไทยของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การเรียนรู้ภาษาของเด็กปฐมวัยควรเริ่มจากสิ่งที่เด็กคุ้นเคย สนใจ และมีความสุข การนำเกมการศึกษามาใช้จึงไม่เพียงแต่พัฒนาทักษะการอ่านเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้เด็กมีเจตคติที่ดีต่อการเรียนภาษาไทย ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาทักษะการอ่าน การเขียน และการเรียนรู้ในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ ครูผู้สอนระดับปฐมวัยควรนำกิจกรรมเกมการศึกษาไปประยุกต์ใช้เป็นสื่อหลักในการจัดการเรียนการสอนภาษาไทย เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพยางค์ไทยของเด็กปฐมวัย โดยควรเลือกเกมที่เหมาะสมกับวัยและระดับความสามารถของเด็ก ควบคู่ไปกับการจัดบรรยากาศการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของเด็กอย่างทั่วถึง

1.2 ด้านการออกแบบกิจกรรม ครูผู้สอนควรศึกษาและออกแบบแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้เกมการศึกษาอย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์การเรียนรู้สาระการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ และวิธีการวัดและประเมินผล เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.3 ด้านการพัฒนาสื่อการสอน สถานศึกษาควรส่งเสริมให้ครูผู้สอนพัฒนาสื่อเกมการศึกษาที่หลากหลายและสร้างสรรค์ เพื่อให้เด็กปฐมวัยได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ที่สนุกสนานและมีประสิทธิภาพ โดยอาจบูรณาการเกมศึกษากับเทคโนโลยีหรือสื่อสมัยใหม่เพื่อให้เหมาะกับบริบทของสังคมปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การขยายกลุ่มเป้าหมาย ควรมีการศึกษาค้นคว้าผลของการจัดกิจกรรมเกมการศึกษาที่มีต่อทักษะการอ่านพยางค์ไทยในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน เช่น เด็กปฐมวัยในโรงเรียนสังกัดต่างๆ เด็กที่มีพื้นฐานทางภาษาที่แตกต่างกัน หรือเด็กปฐมวัยในเขตเมืองและเขตชนบท เพื่อเปรียบเทียบและยืนยันผลของการวิจัย

2.2 การพัฒนาทักษะด้านอื่น ควรมีการศึกษาค้นคว้าผลของการจัดกิจกรรมเกมการศึกษาที่มีต่อพัฒนาการด้านอื่นของเด็กปฐมวัย เช่น ทักษะการเขียน ทักษะการฟัง ทักษะด้านคณิตศาสตร์ ทักษะการคิด และการพัฒนาทางสังคมและอารมณ์ เพื่อพัฒนาผู้เรียนอย่างรอบด้าน

2.3 การเปรียบเทียบวิธีสอน ควรมีการศึกษาค้นคว้าเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากการใช้กิจกรรมเกมการศึกษาชนิดต่าง ๆ (เช่น เกมบิงโก เกมจับคู่ เกมต่อคำ เกมเรียงลำดับ) เพื่อค้นหาวิธีการที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนาทักษะการอ่านพยางค์ไทยของเด็กปฐมวัย

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ คณองเดช. (2560). ผลการใช้คำคล้องจองและเพลงสองภาษาที่มีต่อทักษะทางภาษาของเด็กปฐมวัยใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ [รายงานการวิจัย]. หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย คณะครู ศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

- กำพล ดำรงค์วงศ์. (2558). เกม. *วารสารกองทุนสงเคราะห์*, 5(39), 11.
- กุลยา ตันติผลาชีวะ. (2557). *รูปแบบการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ได้แก่ปฐมวัย*. กรุงเทพฯ: เอดิสัน เพรสโปรดักส์.
- ฉวีวรรณ คูหาภินันท์. (2565). *การอ่านและการส่งเสริมการอ่าน*. กรุงเทพฯ: ศิลปบรรณาการ.
- พิมพ์ผกา พิพู, สุพันธุ์วดี ไวยรูป, และธนินท์ธรร แดงทิม. (2565). การพัฒนาทักษะด้านการอ่านพยัญชนะของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 โดยใช้เกมการศึกษา. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(7), 27–38.
- ลำดวน สาสูงเนิน. (2563). *การพัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษของเด็กปฐมวัย โดยใช้เกมบิงโกภาพกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ระดับชั้นอนุบาล 2 ห้อง 1 [นวัตกรรม/วิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice)]*. โรงเรียนวัดเมธังกราวาส (เทศรัฐราษฎร์นุกุล).
https://www.methang.ac.th/workteacher_1
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2554). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย R*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริรัตน์ เพ็ชรแสงศรี และนวรรตน์ สิทธิมงคลชัย. (2563). การเรียนรู้ผ่านการเล่น. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 18(3), 1–6.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2566, 19 เมษายน). *การจัดประสบการณ์การเรียนรู้แบบบูรณาการ: 6 กิจกรรมหลักสำหรับเด็กปฐมวัย*. สืบค้นจาก <https://ecd.onec.go.th/knowledge/articles/3604/>
- สิริมา ภิญโญอนันตพงษ์. (2558). *การจัดและประเมินแนวใหม่เด็กปฐมวัย*. สาขาการศึกษาปฐมวัย ภาควิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

การพัฒนาชุดกิจกรรมวาดภาพระบายสี เพื่อส่งเสริมกล้ามเนื้อมัดเล็ก ของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานีเขต 1

The Development of a Drawing and Coloring Activity Package to Promote
Fine Motor Skills Kindergarten 3 Students at Ban Chiang Phin School, under
the Udon Thani Primary Educational Service Area Office 1

นริศรา วังศิริ¹ และทันติกา สุขรมย์²

Naritsara Wangkhiri¹, and Tantiga Sukkharom²

โรงเรียนบ้านเชียงพิน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1^{1,2}

Ban Chiang Phin School, Udon Thani Primary Educational Service Area Office 1^{1,2}

Corresponding Author's Email: tannarit2000@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสี เพื่อส่งเสริมกล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัยที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75 และ 2) เพื่อเปรียบเทียบ พัฒนาการด้านกล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังการใช้ชุดกิจกรรมวาดภาพระบายสี ให้มี ประสิทธิภาพตามเกณฑ์ร้อยละ 75 กลุ่มเป้าหมาย คือ เด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิน สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 จำนวน 12 คน ได้รับการคัดเลือกโดยวิธีแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสี จำนวน 5 ชุด แบบทดสอบกิจกรรมการวาด ภาพระบายสี จำนวน 10 ข้อ แบบสังเกตพฤติกรรมการวาดภาพระบายสี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ One-Sample T-Test

ผลการวิจัย พบว่า 1. การพัฒนาชุดกิจกรรมวาดภาพระบายสีเพื่อส่งเสริมกล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็ก ปฐมวัย ระดับชั้นปีที่ 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิน สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 พบว่าผล การทดสอบระหว่างเรียนทั้ง 5 ชุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 42.25 คะแนน คิดเป็นร้อยละได้เท่ากับ 85 และผลการ ทดสอบหลังเรียน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 9.33 คะแนน คิดเป็นร้อยละได้เท่ากับ 93 ดังนั้นชุดกิจกรรมการวาด ภาพระบายสีของเด็กปฐมวัย มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85/93 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้ 2. การ เปรียบเทียบพัฒนาการด้านกล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นปีที่ 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิน สังกัดเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานีเขต 1 พบว่า หลังเรียนเด็กปฐมวัยสามารถใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กในการระบาย สี ตามที่กำหนดเพิ่มขึ้นและสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: กิจกรรมวาดภาพระบายสี, กล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย , เด็กปฐมวัยชั้นอนุบาล 3

Received 30 July 2026; Revised 28 August 2026; Accepted 29 August 2026

Abstract

The objectives of this research were: 1) to develop and determine the efficiency of a drawing and coloring activity package designed to promote fine motor skills in early childhood children, ensuring it met the 75/75 efficiency criterion; and 2) to compare the fine motor skill development of early childhood children before and after using the drawing and coloring activity package, aiming to meet the 75% efficiency criterion. The target group consisted of 12 early childhood students (Level 3) from Ban Chiang Phin School, under the Udon Thani Primary Educational Service Area Office 1, selected via purposive sampling. The research instruments included five sets of drawing and coloring activities, a 10-item test related to these activities, and an observation form for drawing and coloring behavior. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and the One-Sample t-test.

Results showed: 1. The development of the coloring-and-drawing activity kit to promote fine motor skills for third-year early childhood students at Ban Chiang Phin School (Udon Thani Primary Educational Service Area Office 1) found that the mean score for the five in-learning tests was 42.25 points (85%). The mean score for the post-learning test was 9.33 points (93%). Therefore, the coloring-and-drawing activity kit for early childhood had an effectiveness of 85/93, which exceeds the predetermined criterion of 75/75. 2. A study monitoring the fine motor skill development of third-year preschool children at Ban Chiang Phin School (under the Udon Thani Primary Educational Service Area Office 1) revealed that, following instruction, the children demonstrated improved fine motor skills in coloring activities, meeting the established criteria and achieving a 75% proficiency level, with statistical significance at the .05 level.

Keywords: Drawing and Coloring Activities, Fine Motor Skills of Early Childhood Children, Kindergarten 3 Students

บทนำ

เด็กปฐมวัยเป็นวัยที่สำคัญสำหรับการพัฒนาการของชีวิตมนุษย์ สิ่งที่ได้เด็กได้รับประสบการณ์และการเรียนรู้ในช่วง 6 ปีแรกของชีวิตจะมีผลต่อการวางรากฐานที่สำคัญต่อบุคลิกภาพของเด็กที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ เด็กปฐมวัยมีการพัฒนาช่วงอายุระหว่าง 0 - 6 ปี ถือว่าเป็นช่วงโอกาสทองของการเรียนรู้ ในวัยนี้สมองเติบโตอย่างรวดเร็ว ถ้าเด็กได้รับการพัฒนาและได้รับการกระตุ้นด้วยวิธีการที่ถูกต้อง จะช่วยสร้างเสริมให้มีความพร้อมสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา เด็กอายุ 3 - 5 ปี เป็นวัย

ที่ร่างกายและสมองของเด็กกำลังเจริญเติบโต เด็กต้องการความรัก ความเอาใจใส่ ดูแลอย่างใกล้ชิด เด็กวัยนี้มีโอกาสเรียนรู้จากการใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้สำรวจ เล่น ทดลอง ค้นพบด้วยตนเอง ได้มีโอกาสคิดแก้ปัญหา เลือกตัดสินใจ ใช้ภาษาสื่อความหมาย คิดริเริ่มสร้างสรรค์ และอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข ทั้งนี้การวางรากฐานของพัฒนาการทุกด้านควรเริ่มตั้งแต่ระดับปฐมวัยเพราะการปูพื้นฐานให้เด็กมีความพร้อมนั้นขึ้นอยู่กับ การฝึกอบรมเลี้ยงดูเด็กตั้งแต่เยาว์วัยการจัดการศึกษาและการพัฒนาเด็กปฐมวัยจึงควรมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เด็กระดับปฐมวัยทุกคนเจริญเติบโตและเรียนรู้ได้อย่างมีความสุขเปิดโอกาสให้เด็กได้สัมผัสและคุ้นเคยกับสิ่งแวดล้อมด้วยตนเอง โดยเด็กวัยนี้มีพัฒนาการการเรียนรู้ที่เริ่มจากการรับรู้การเข้าใจเฉพาะสิ่งที่เห็นและจับต้องได้ ดังนั้นการจัดการศึกษาให้แก่เด็กปฐมวัยหากได้รับการส่งเสริมและช่วยเหลืออย่างถูกวิธี และเป็นไปตามขั้นตอนของพัฒนาการเด็กแล้ว จะทำให้เด็กเหล่านั้นมีความพร้อมและมีศักยภาพที่จะพัฒนาต่อไปอย่างสูงสุด (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2558)

ความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อเล็กมีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน โดยกล้ามเนื้อเล็กเป็นอวัยวะหนึ่งในการประกอบกิจวัตรประจำวันด้วยตนเอง เช่น การใส่ ถอดกระดุม รูดซิป การแปรงฟัน ผูกเชือกรองเท้า งานศิลปะ รวมทั้งการขีดเขียน ถ้าเด็กใช้กล้ามเนื้อเล็กได้คล่องแคล่ว จะช่วยส่งเสริมพัฒนาการด้านต่าง ๆ และการใช้กล้ามเนื้อเล็กของเด็กปฐมวัยควรส่งเสริมให้ใช้กล้ามเนื้อสายตาร่วมกับมือ เพราะการประสานงานของกล้ามเนื้อเล็กของเด็กยังไม่พร้อมเท่าที่ควร การเล่นและการจัดกิจกรรมศิลปะต่าง ๆ จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เด็กได้พัฒนาความพร้อมทางมือและตามากที่สุดเด็กจะเรียนรู้สนุกสนาน เด็กจะใช้มือในการหยิบจับวัสดุต่างๆ ทำให้เข้าใจวิธีการใช้นิ้วจับดินสอได้อย่างถูกวิธี

การวาดภาพระบายสีเป็นกิจกรรมซึ่งช่วยในการทำงานประสานกันระหว่างมือและตา เด็กจะรู้จักสีเส้น รูปทรง พื้นผิวขนาดที่จะต้องพบในชีวิตประจำวัน การให้เด็กเล่าเรื่องจากภาพที่ได้วาดจะเป็นการฝึกพูดใช้ภาพในการสื่อสาร แสดงจินตนาการ และความคิดสร้างสรรค์ลวดลายและเส้นสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในภาพของเด็กประกอบด้วย เส้นพื้นฐานที่นำไปสู่การเขียนตัวเลข ตัวหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษโดยไม่จำเป็นต้องทำแบบฝึกหัดลีลามือขีดเส้นตั้ง เส้นนอน และอื่นๆ เลยเพราะในการวาดภาพของเด็กจะประกอบด้วยเส้นเหล่านี้อยู่ เพียงแต่ให้เด็กวาดภาพมากๆ นอกจากเด็กจะสนุกสนานเพลิดเพลิน ไม่เบื่อหน่ายแล้วยังทำให้กล้ามเนื้อแข็งแรงสามารถควบคุมการใช้มือและจับดินสอเขียนหนังสือได้ในที่สุด (สิริพรรณ ตันติรัตน์ไพศาล, 2560) ครูควรให้เด็กคุ้นเคยกับการลากเส้น เข้าใจความหมายของเส้น โดยความเข้าใจจากภาพ เช่น วงกลม เส้นโค้ง ซึ่งการจูงใจครูอาจให้เด็กฝึกวาดรูปหน้าคน หน้ากลม ๆ ตากลม ๆ จะทำให้เด็กเรียนรู้การลากเส้นตัวพยัญชนะ (นิตยา วิทยาภรณ์, 2559)

นักเรียนชั้นอนุบาล 3 ในโรงเรียนบ้านเชียงพิณ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าเด็กส่วนใหญ่มีปัญหาด้านความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อเล็ก เนื่องจากเด็กในระดับปฐมวัยยังไม่มีความคล่องตัว ไม่มีทักษะในการประสานการใช้มือและสายตากล้ามเนื้อเล็กไม่แข็งแรง ไม่สามารถใช้มือได้อย่างคล่องแคล่ว ซึ่งทำให้มีผลเสียต่อพัฒนาการของเด็ก จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการ

พัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย โดยใช้กิจกรรมการวาดภาพระบายสี เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กในเวลาที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

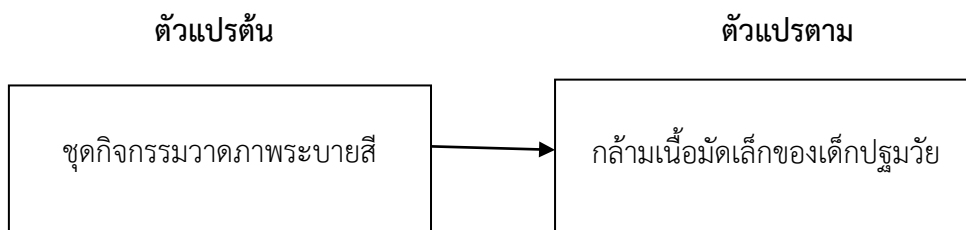
1. เพื่อหาประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีเพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิณ สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานีเขต 1 ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75

2. เพื่อเปรียบเทียบพัฒนาการด้านกล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิณ สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุดรธานีเขต 1 หลังการใช้ชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีตามเกณฑ์ ร้อยละ 75 ที่กำหนด

สมมติฐานการวิจัย

เด็กปฐมวัยระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิณ สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุดรธานีเขต 1 มีพัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็กเพิ่มขึ้นหลังการใช้ชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสี

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองแบบ One-Shot Case Study โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายวิจัย

เด็กปฐมวัยระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 12 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

2.1 ชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสี จำนวน 5 ชุด ชุดละ 20 คะแนน รวม 100 คะแนน

2.2 แบบทดสอบกิจกรรมการวาดภาพระบายสี จำนวน 10 ข้อ รวม 100 คะแนน

2.3 แบบสังเกตพฤติกรรมการวาดภาพระบายสี แบบมาตรฐานประมาณค่า 3 ระดับ จำนวน 10 ข้อ รวม 10 คะแนน

3. การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

3.1 ชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสี มีวิธีสร้างและหาคุณภาพดังนี้

- 1) ศึกษาเอกสารและทฤษฎี ศึกษาหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พ.ศ. 2560 คู่มือการจัดประสบการณ์ และเอกสาร/งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมวาดภาพระบายสี การพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก
- 2) สร้างชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีจำนวน 5 หน่วย ได้แก่ (1) หน่วยต้นไม้ที่รัก (2) หน่วยคนนาคนม (3) หน่วยสัตว์น่ารัก (4) หน่วยฝน (5) หน่วยข้าว
- 3) นำชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีที่สร้างขึ้น เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน (ผู้เชี่ยวชาญด้านปฐมวัย ด้านหลักสูตรและการสอน และด้านการวัดและประเมินผล) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์ กิจกรรม และการประเมินผล และความเหมาะสมของชุดกิจกรรมวาดภาพระบายสี
- 4) ผลการประเมินพบว่า ค่า IOC เท่ากับ 0.67 ขึ้นไป แสดงว่าชุดกิจกรรมมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและมีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้

5) ปรับปรุงแผนการจัดกิจกรรมฯ ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปใช้จริง

3.2 แบบทดสอบกิจกรรมการวาดภาพระบายสี มีวิธีสร้างและหาคุณภาพดังนี้

- 1) ศึกษาหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พ.ศ. 2560 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็ก กิจกรรมวาดภาพระบายสี
- 2) สร้างแบบทดสอบกิจกรรมการวาดภาพระบายสี จำนวน 10 ข้อ
- 3) นำแบบทดสอบเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน (ผู้เชี่ยวชาญด้านปฐมวัย ด้านหลักสูตรและการสอน และด้านการวัดและประเมินผล) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบทดสอบ ความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์ ผลการประเมินพบว่า ค่า IOC เท่ากับ 0.67 ขึ้นไป และผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบพบว่า มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84 แสดงว่าแบบทดสอบมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้
- 4) ปรับปรุงแบบทดสอบ ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปใช้จริง

3.3 แบบสังเกตพฤติกรรมการวาดภาพระบายสี มีวิธีสร้างและหาคุณภาพดังนี้

- 1) ศึกษาหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พ.ศ. 2560 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็ก กิจกรรมวาดภาพระบายสี
- 2) สร้างแบบสังเกตพฤติกรรมการวาดภาพระบายสี แบบมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) 3 ระดับ
- 3) นำแบบสังเกตพฤติกรรมการวาดภาพระบายสี เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน (ผู้เชี่ยวชาญด้านปฐมวัย ด้านหลักสูตรและการสอน และ

ด้านการวัดและประเมินผล) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบสังเกตพฤติกรรม ความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์และรายการประเมินผล ผลการประเมินพบว่า ค่า IOC เท่ากับ 1.00 แสดงว่าแบบสังเกตพฤติกรรมการวาดภาพระบายสีมีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้

4) ปรับปรุงแบบสังเกตพฤติกรรมการวาดภาพระบายสี ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปใช้จริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยติดต่อขออนุญาตเก็บข้อมูลการวิจัยจากสถานศึกษาและจากครูประจำชั้นของนักเรียนชั้นอนุบาล 3

4.2 ทดสอบก่อนเรียน (pre-test) ด้วยแบบทดสอบกิจกรรมการวาดภาพระบายสีจำนวน 10 ข้อ

4.3 ดำเนินการใช้ชุดจัดกิจกรรมการวาดภาพระบายสี จำนวน 5 หน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วยหน่วยที่ 1 ต้นไม้ที่รัก หน่วยที่ 2 คมนาคม หน่วยที่ 3 สัตว์น่ารัก หน่วยที่ 4 ผืน หน่วยที่ 5 ข้าว ซึ่งในระหว่างการจัดกิจกรรมแต่ละหน่วย ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตพฤติกรรมผู้เรียนและเก็บคะแนนระหว่างการจัดกิจกรรมทั้ง 5 หน่วย เพื่อนำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4.4 หลังเรียนการจัดกิจกรรมการวาดภาพระบายสี ผู้วิจัยได้ทดสอบหลังจัดกิจกรรม โดยทดสอบก่อนเรียน (post-test) ด้วยแบบทดสอบกิจกรรมการวาดภาพระบายสีชุดเดิม จำนวน 10 ข้อ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การหาประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสี สำหรับเด็กอนุบาล 3 โดยใช้การวิเคราะห์ E_1/E_2

5.2 การเปรียบเทียบความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กในการวาดภาพระบายสี กับเกณฑ์ร้อยละ 75 และโดยใช้การวิเคราะห์ One-Sample T -Test

ผลการวิจัย

1) ผลการหาประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีเพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิณ สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 พบว่าจากผลการสังเกตระหว่างเรียนทั้ง 5 หน่วยการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 42.25 (คะแนนเต็ม 50 คะแนน) คิดเป็นร้อยละได้เท่ากับ 85 ส่วนผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.33 (คะแนนเต็ม 10 คะแนน) คิดเป็นร้อยละได้เท่ากับ 93 นั้นแสดงว่าชุดการจัดกิจกรรมการวาดภาพระบายสี สำหรับเด็กอนุบาล 3 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85/93 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้

2) ผลการเปรียบเทียบการวาดภาพระบายสีเพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัยระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 หลังการใช้ชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสี สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้วิจัยได้นำผลการทดสอบความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อเล็กของเด็กปฐมวัยระดับชั้นอนุบาล 3 หลังเรียน มาหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่าเฉลี่ยมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 75 ของคะแนนเต็ม 10 คะแนน (Test Value = 7.5) โดยใช้ One-Sample T-Test ได้ผลดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การจัดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีเพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 หลังเรียนกับเกณฑ์ร้อยละ 75

	Test Value = 7.5						P
	N	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	t	df	
หลังเรียน	12	9.33	2.124	93.33	7.091	11	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) ที่จะได้ค่า t เป็น 7.091 เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด (.05) นั้นแสดงว่าหลังเรียนเด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 สามารถใช้กล้ามเนื้อเล็ก ในการวาดภาพระบายสีตามที่กำหนดได้ สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1) ประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีเพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิณ สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 พบว่าชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีของเด็กปฐมวัยระดับชั้นปีที่ 3 มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้ เนื่องจากหลังเรียนเด็กปฐมวัย ระดับชั้นปีที่ 3 สามารถใช้ชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีเพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก โดยผู้วิจัยมีการจัดกิจกรรมวาดภาพระบายสี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กฤษณา รักนุช (2560) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาากล้ามเนื้อมัดเล็ก โดยใช้กิจกรรมการวาดภาพระบายสีของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นปีที่ 3 พบว่า การจัดกิจกรรมการวาดภาพระบายสี สามารถพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นปีที่ 3 ได้ โดยมีคะแนนหลังการทดสอบ สูงกว่าก่อนการทดสอบ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เสาวภากุล จันทฤทธิ์ (2556) ได้ศึกษาผลการจัดกิจกรรม ศิลปะการวาดรูประบายสีแบบธรรมชาติเน้นการใช้คำถาม ที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมกลุ่มของเด็กปฐมวัย พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ของเด็กที่ได้รับการจัดกิจกรรมศิลปะวาดภาพระบายสีเน้นการใช้ธรรมชาติ การใช้คำถาม มีคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 24.84 คิดเป็นร้อยละ 62.10 และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน เท่ากับ 35.16 คิดเป็นร้อยละ 87.90 ซึ่งหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่า ชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีตั้งแต่ 1) หน่วยต้นไม้ที่รัก 2) หน่วยคมนาคม 3) หน่วยสัตว์น่ารัก 4) หน่วยฝน 5) หน่วยข้าว เน้นให้เด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 ได้ฝึกปฏิบัติวาดภาพระบายสี จึงส่งผลให้เด็กปฐมวัย ระดับชั้นปีที่ 3 มีความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อเล็กในการวาดภาพระบายสี สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) การเปรียบเทียบพัฒนาการด้านกล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิณ สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 พบว่า หลังการจัดกิจกรรมโดยใช้ชุดกิจกรรมการวาดภาพพระบายสี เด็กปฐมวัยมีพัฒนาการด้านการวาดภาพพระบายสีสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 แสดงให้เห็นว่าชุดกิจกรรมการวาดภาพพระบายสีสามารถช่วยส่งเสริมพัฒนาการด้านกล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากชุดกิจกรรมการวาดภาพพระบายสีที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยของเด็กปฐมวัย มีลักษณะกิจกรรมที่หลากหลาย และเปิดโอกาสให้เด็กได้ลงมือปฏิบัติจริง เด็กได้ฝึกการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กผ่านการจับดินสอสี การลากเส้น และการระบายสีในพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นการฝึกการควบคุมกล้ามเนื้อและนิ้วมือ รวมทั้งการประสานสัมพันธ์ระหว่างตากับมืออย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เด็กสามารถวาดภาพและระบายสีได้ดีขึ้น มีความคล่องแคล่วในการใช้มือมากขึ้น และสามารถทำกิจกรรมได้อย่างมั่นใจ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัย รุ่งรวี กนกวิบูลย์ศรี (2555) กล่าวว่า การส่งเสริมความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็ก นอกจากกิจกรรมการระบายสียังมีกิจกรรมอีกหลายรูปแบบที่สามารถพัฒนากล้ามเนื้อมือและตา เช่น กิจกรรมปั้น กิจกรรมการร้อยลูกปัด ร้อยหลอดกาแฟ กิจกรรมการเล่นเครื่องเล่นพลาสติกสร้างสรรค์ที่ต้องมีไม้เสียบต่อ ฯลฯ กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้จะส่งเสริมให้เด็กแสดงความคิดสร้างสรรค์ และพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างมือและสายตาควบคู่กันไปด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภา บุญอุไร (2565) ได้ศึกษาผลของการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์แบบวาดภาพต่อเติมที่มีต่อความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัยโรงเรียนบ้านหนองเสือช้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) เด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์แบบวาดภาพต่อเติมมีความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กสูงกว่าก่อนการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์แบบวาดภาพต่อเติม ทั้งในด้านการประสานสัมพันธ์ระหว่างมือกับตา ด้านความยืดหยุ่นในการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็ก ด้านความสามารถในการควบคุมการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็ก และด้านความคล่องแคล่วในการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็ก ตามลำดับ และ 2) ผลการเปรียบเทียบของความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็ก ในภาพรวมและรายด้านหลังการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์แบบวาดภาพต่อเติมสูงกว่าก่อนการจัดกิจกรรม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ กุลยา ตันติผลาชีวะ (2560) ที่กล่าวว่า กิจกรรมศิลปะ เช่น การวาดภาพและการระบายสี เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อพัฒนาการของเด็กปฐมวัย เนื่องจากช่วยพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก การประสานสัมพันธ์ระหว่างตากับมือ รวมทั้งช่วยส่งเสริมจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ และการแสดงออกของเด็ก ดังนั้น การจัดชุดกิจกรรมการวาดภาพพระบายสีที่มีความเหมาะสมกับวัยของเด็ก และเปิดโอกาสให้เด็กได้ฝึกปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้เด็กปฐมวัยมีพัฒนาการด้านการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กดีขึ้น สามารถวาดภาพและระบายสีได้ดีขึ้น และมีผลการประเมินผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าชุดกิจกรรมการวาดภาพพระบายสีสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะกล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า

1. การจัดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีเพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิณ สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 พบว่า ผลการทดสอบระหว่างเรียนทั้ง 5 ชุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 42.25 คะแนน คิดเป็นร้อยละได้เท่ากับ 85 ส่วนผลการทดสอบหลังเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.33 คะแนน คิดเป็นร้อยละได้เท่ากับ 93 นั้นแสดงว่าชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85/93 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้

2. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านเชียงพิณ สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานีเขต 1 พบว่า หลังเรียนเด็กปฐมวัย ระดับชั้นอนุบาล 3 สามารถใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กในการระบายสีตามที่กำหนดเพิ่มขึ้นและสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 สำหรับครูผู้สอน/ผู้ดูแลเด็ก

1.1.1 ครูควรจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้มีความหลากหลายและเพียงพอ เช่น สีเทียน สีไม้ กระดาษชนิดต่างๆ เพื่อกระตุ้นความสนใจและพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กอย่างต่อเนื่อง

1.1.2 ชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีชุดนี้มี 5 หน่วย หากจะนำไปใช้ครั้งต่อไป ควรเพิ่มหน่วยให้มากกว่าเดิม เพราะจะช่วยให้เด็กปฐมวัย ได้ฝึกปฏิบัติในการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กมากขึ้น

1.2 สำหรับโรงเรียน/ผู้บริหาร

โรงเรียนควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ครูนำชุดกิจกรรมการวาดภาพระบายสีไปใช้ในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก ความคิดสร้างสรรค์ และจินตนาการของเด็ก

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิจัยเกี่ยวกับชุดกิจกรรมสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาความสามารถของเด็กอนุบาล ด้านอื่น เช่น ด้านสังคม ด้านอารมณ์ จิตใจ

2.2 ควรศึกษาความพึงพอใจของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาล 3 ที่มีต่อการเรียนด้วยชุดกิจกรรมสร้างสรรค์ในการวาดภาพระบายสี

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณา รักรุข. (2560). การพัฒนาชุดกิจกรรมสร้างสรรค์ตามแนวคิดของกิเซิลล์เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กของนักเรียนระดับปฐมวัย. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- กุลยา ตันติผลาชีวะ. (2560). การสอนแบบจิตปัญญา : แนวการใช้ในการสร้างแผนการสอน ระดับชั้นอนุบาลศึกษา. กรุงเทพฯ: เอดิสัน เพรสโปรดักส์.
- นิตยา วิทยาภรณ์. (2559). ผลการจัดกิจกรรมการเขียนพยัญชนะไทยโดยใช้รูปภาพประกอบกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์เด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 6(3): 17.
- รุ่งรวี กนกวิบูลย์ศรี. (2555). การพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2/2 โดยใช้กิจกรรมการประกอบอาหารประเภทขนมไทย. (วิทยานิพนธ์การศึกษาศึกษาปฐมวัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สิริพรรณ ตันติรัตน์ไพศาล. (2560). ศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย. กรุงเทพฯ สุวีริยาสาส์น.
- สุภา บุญอุไร. (2565). การพัฒนาเกณฑ์การประเมินความเหลื่อมล้ำในการศึกษาของเด็กปฐมวัยแบบออนไลน์. (ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2558). แผนการศึกษาชาติ (พ.ศ. 2545 - 2559): ฉบับสรุป. กรุงเทพฯ ฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- เสาวภากุล จันทร์ทิพย์. (2556). ผลการจัดกิจกรรมศิลปะการปั้นดินน้ำมันแบบธรรมชาติเน้นการใช้คำถามที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมกลุ่มของเด็กปฐมวัย. วิทยานิพนธ์ ค.ม. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในจังหวัดอุดรธานี

FACTORS AFFECTING ONLINE CLOTHING PURCHASE DECISIONS OF CONSUMERS IN UDON THANI PROVINCE

รัชณี ศิริประพิมพ์¹, ศิริลักษณ์ ฤทธิมนตร์² และสุวภัทร สุขแสง³
Ratchanee Siripraphim¹ Sirilak Litmontree² and Suwaphat Suksang³
วิทยาลัยเทคโนโลยีบ้านจั่น^{1,2,3}
Banjan Technological College^{1,2,3}

Corresponding Author's Email: Ops07@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดอุดรธานี 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อการใช้งาน และ 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคในจังหวัดอุดรธานีที่เคยซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.89 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี นิยมซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee มากที่สุด ด้วยความถี่การซื้อ 1-2 ครั้งต่อเดือน ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการรับรู้ประโยชน์มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ ($\beta = .521$) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งาน ($\beta = .146$ และ $.402$ ตามลำดับ) และทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อ ($\beta = .463$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกสมมติฐาน

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์สำคัญที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญควบคู่กับการพัฒนาความง่ายในการใช้งานแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างทัศนคติเชิงบวกและส่งเสริมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, การตัดสินใจซื้อ, เสื้อผ้าออนไลน์

Received 13 August 2026; Revised 28 August 2026; Accepted 29 August 2026

Abstract

This research aimed to 1) examine the online clothing purchasing behavior of consumers in Udon Thani Province, 2) examine the levels of opinion toward perceived ease of use, perceived usefulness, and attitude toward using, and 3) examine the factors affecting online clothing purchase decisions of consumers in Udon Thani Province. The sample consisted of 400 consumers in Udon Thani Province who had purchased clothing through online channels. The research instrument was a five-point rating scale questionnaire with an overall reliability coefficient of 0.89. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and regression analysis.

The results showed that most respondents were female, aged 20–30 years, and preferred purchasing clothing online via Shopee, with a purchase frequency of 1–2 times per month. Overall opinions toward technology acceptance factors were at a high level, with perceived usefulness having the highest mean score. Hypothesis testing revealed that perceived ease of use had a significant positive effect on perceived usefulness ($\beta = .521$); perceived ease of use and perceived usefulness had significant positive effects on attitude toward using ($\beta = .146$ and $.402$, respectively); and attitude toward using had a significant positive effect on purchase decision ($\beta = .463$), all at the .05 significance level.

The findings suggest that perceived usefulness is a key strategic factor that entrepreneurs should emphasize alongside improving platform usability, in order to foster positive attitudes and enhance online clothing purchase decisions.

Keywords: Technology Acceptance, Purchase Decision, Online Clothing

บทนำ

การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลและการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลได้ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนทั่วโลก โดยเฉพาะการเติบโตอย่างรวดเร็วของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce: e-Commerce) ซึ่งได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการซื้อขายสินค้าและบริการในยุคปัจจุบัน ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และไร้ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ ส่งผลให้พฤติกรรม การซื้อสินค้าเปลี่ยนจากรูปแบบดั้งเดิมที่ต้องเดินทางไปยังร้านค้าจริง ไปสู่การซื้อผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น ทั้งในรูปแบบเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Shopee, Lazada และ TikTok Shop

ในประเทศไทย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) รายงานว่า มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในปี 2566 อยู่ที่

ประมาณ 5.96 ล้านล้านบาท และยังมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2567) สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านการบริโภค การค้าปลีก และธุรกิจบริการ ปัจจัยสนับสนุนสำคัญ ได้แก่ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูง การใช้สมาร์ตโฟน ระบบการชำระเงินดิจิทัลที่สะดวก รวมถึงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กระทรวงพาณิชย์ (2567) โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ระบุว่าปี 2566 ธุรกิจอีคอมเมิร์ซไทยมีมูลค่าตลาด 6.34 แสนล้านบาท และคาดว่าปี 2567 จะมีมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 6.94 แสนล้านบาท และปี 2568 จะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 7.50 แสนล้านบาท ในบรรดาสินค้าที่มีการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ สินค้ากลุ่มแฟชั่นและเครื่องแต่งกายถือเป็นหนึ่งในหมวดสินค้าที่ได้รับความนิยมสูง เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีความหลากหลายด้านรูปแบบ สี สัน ราคา และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งผู้บริโภคยังสามารถเปรียบเทียบสินค้า ตรวจสอบราคา ศึกษารายละเอียดผลิตภัณฑ์ และอ่านความคิดเห็นหรือรีวิวจากผู้ซื้อรายอื่นก่อนตัดสินใจซื้อ ซึ่งช่วยลดต้นทุนในการค้นหาข้อมูลและเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ การแข่งขันที่สูงในตลาดแฟชั่นออนไลน์ยังส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนาแพลตฟอร์มและประสบการณ์ผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาดการซื้อขายสินค้าออนไลน์จะเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคยังขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยเฉพาะปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่พัฒนาโดย Fred Davis อธิบายว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานได้รับอิทธิพลจาก 2 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติของผู้ใช้งาน และนำไปสู่การตัดสินใจใช้งานหรือการยอมรับเทคโนโลยีในที่สุด (Davis, 1989) แบบจำลองดังกล่าวได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีและการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ เนื่องจากสามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ

จังหวัดอุดรธานีถือเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การค้า และการคมนาคมที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน มีการขยายตัวของเศรษฐกิจดิจิทัลและธุรกิจออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานและนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความคุ้นเคยกับการใช้งานเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มออนไลน์ อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ในบริบทของจังหวัดอุดรธานียังมีจำกัด โดยเฉพาะงานที่ประยุกต์ใช้แบบจำลอง TAM เพื่ออธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์โดยตรง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดอุดรธานี โดยประยุกต์ใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อการใช้งานที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาด การออกแบบแพลตฟอร์ม และการสร้างประสบการณ์ผู้ใช้งานที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อการใช้งาน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดอุดรธานี

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ที่พัฒนาโดย Davis (1989) เป็นกรอบทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการอธิบายพฤติกรรมการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเสนอว่าการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานถูกกำหนดโดยปัจจัยหลัก 2 ประการ ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ซึ่งทั้งสองปัจจัยส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) และนำไปสู่ความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้งานในที่สุด

แนวคิดดังกล่าวมีรากฐานมาจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ของ Ajzen (1991) ซึ่งอธิบายว่าทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของบุคคล โดย TAM ได้นำแนวคิดเรื่องทัศนคติมาประยุกต์ใช้ในบริบทของการยอมรับเทคโนโลยีโดยเฉพาะ

งานวิจัยของ Venkatesh และ Davis (2000) ได้ขยายแบบจำลอง TAM เดิม (TAM2) โดยเพิ่มปัจจัยทางสังคมและกระบวนการทางปัญญาที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งช่วยอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น และเป็นพื้นฐานสำคัญที่งานวิจัยด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวนมากนำไปประยุกต์ใช้ในเวลาต่อมา

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์

Pavlou (2003) ศึกษาการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคโดยประยุกต์ใช้ TAM ร่วมกับแนวคิดความไว้วางใจ พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผล

ต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ สอดคล้องกับการศึกษาของ Gefen, Karahanna และ Straub (2003) ที่พบว่าความไว้วางใจและ TAM มีบทบาทร่วมกันในการอธิบายพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค โดยการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อสูงกว่าปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน

ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงอารมณ์และเหตุผล Childers, Carr, Peck และ Carson (2001) ได้ศึกษาแรงจูงใจเชิงสุขนิยม (Hedonic) และเชิงประโยชน์ใช้สอย (Utilitarian) ในการช้อปปิ้งออนไลน์ พบว่าทั้งความสนุกสนานจากการใช้งานและประโยชน์เชิงปฏิบัติต่างมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งสนับสนุนแนวคิดที่ว่า การรับรู้ประโยชน์ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงมิติด้านประสิทธิภาพ แต่ยังครอบคลุมถึงประสบการณ์การใช้งานโดยรวม

นอกจากนี้ Taylor และ Todd (1995) ได้เปรียบเทียบแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีหลายรูปแบบ และพบว่าทัศนคติต่อการใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน (mediator) ที่สำคัญระหว่าง การรับรู้ประโยชน์/ความง่ายในการใช้งาน กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้งานจริง ซึ่งเป็นกรอบความสัมพันธ์ที่งานวิจัยฉบับนี้นำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางหลัก

สำหรับบริบทประเทศไทย การศึกษาของสุธาสนี ตูลานนท์ (2562) พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ ขณะที่ประภาศรี พงศ์ณาพาณิช (2566) ศึกษากลุ่ม Generation Z และพบว่าปัจจัยการตลาดรวมกับการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ งานวิจัยทั้งสองชิ้นสะท้อนให้เห็นว่าแม้ TAM จะถูกนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทไทยหลายกลุ่มประชากร แต่ยังคงขาดการศึกษาเฉพาะกลุ่มสินค้าแฟชั่น/เสื้อผ้าในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นช่องว่างที่งานวิจัยฉบับนี้มุ่งศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ เป็นความสัมพันธ์หลักของ TAM ที่ได้รับการยืนยันจากการศึกษาของ Davis (1989) และ Venkatesh และ Davis (2000) ว่าเมื่อผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้งานง่าย จะนำไปสู่การรับรู้ว่าการระบบนั้นมีประโยชน์มากขึ้น

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Taylor และ Todd (1995) ที่ระบุว่าความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติของผู้ใช้

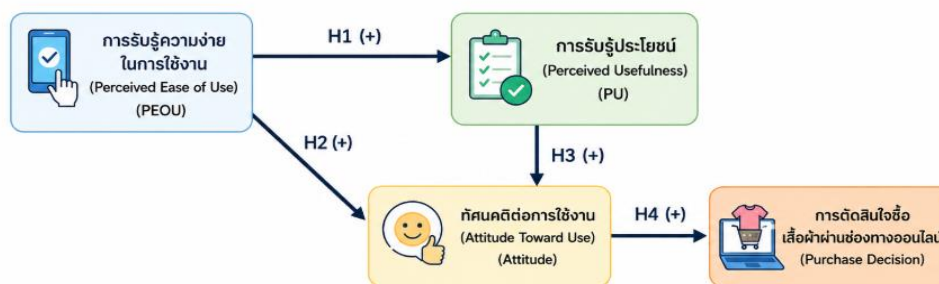
สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งาน ได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยของ Pavlou (2003) และ Gefen et al. (2003) ที่พบว่าการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการทำธุรกรรมออนไลน์

สมมติฐานที่ 4 ทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Ajzen (1991) และ Childers et al. (2001) ที่ระบุว่าทัศนคติเป็นตัวแปรส่งผ่านสำคัญที่นำไปสู่ความตั้งใจและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อจริง

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐานข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร ดังนี้

โดยตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ ทศนคติต่อการใช้งาน และตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้บริโภคในจังหวัดอุดรธานีที่เคยซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน คำนวณตามสูตรของ Cochran (1977) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน 5% (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2558)

เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อโดยตอนที่ 1 และ ตอนที่ 2 มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check - List) ตอนที่ 3 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และการตัดสินใจซื้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert, 1970) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ดังต่อไปนี้

- ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าในการแปลผล ผู้วิจัยใช้วิธีคิดจากการหาค่าพิสัยตามแนวคิดของบุญชม ศรีสะอาด (2560) ดังนี้

- | | | |
|-------------|---------|----------------|
| 4.51 – 5.00 | หมายถึง | ระดับมากที่สุด |
| 3.51 – 4.50 | หมายถึง | ระดับมาก |

2.51 - 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ข้อคำถามได้รับการประยุกต์จาก TAM ของ Davis (1989) แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบ IOC โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2558) ของตัวแปรทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.80 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีและสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.89

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=400)

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	114	28.50
- หญิง	286	71.50
อายุ		
- น้อยกว่า 20 ปี	73	18.25
- 20 – 30 ปี	167	41.75
- 31 – 40 ปี	108	27.00
- มากกว่า 40 ปี	52	13.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	124	31.00
- 10,000 – 20,000 บาท	204	51.00
- มากกว่า 20,000 บาท	72	18.00
ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	189	47.25
- ปริญญาตรี	147	36.75
- สูงกว่าปริญญาตรี	64	16.00

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
- นักเรียน/นักศึกษา	136	34.00
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	121	30.25
- พนักงานเอกชน	95	23.75
- ธุรกิจส่วนตัว	38	9.50
- อื่นๆ เช่น แม่บ้าน ว่างาน	10	2.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ด้านเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 และเพศชาย จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50

ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมา อายุ 31-40 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และอายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมา รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 และรายได้มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมา ระดับปริญญาตรี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมา รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 พนักงานเอกชน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน ว่างาน เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์

พฤติกรรมการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการซื้อ		
- 1 – 2 ครั้ง/เดือน	188	47.00
- 3 – 4 ครั้ง/เดือน	131	32.75
- มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	81	20.25

พฤติกรรมกาซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แพลตฟอร์ม		
- Shopee	219	54.75
- TikTok Shop	97	24.25
- Lazada	84	21.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พฤติกรรมกาซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมา 3-4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ตามลำดับ

ด้านแพลตฟอร์มที่ใช้ในการซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่นิยมซื้อผ่านแพลตฟอร์ม Shopee มากที่สุด จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมาคือ TikTok Shop จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และ Lazada จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติต่อการใช้งาน และการตัดสินใจ

ตัวแปร	Mean	SD	ระดับ
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	3.96	0.71	มาก
การรับรู้ประโยชน์	4.08	0.65	มาก
ทัศนคติต่อการใช้งาน	3.89	0.74	มาก
การตัดสินใจซื้อ	3.84	0.77	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการรับรู้ประโยชน์มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 4.08, SD = 0.65) รองลงมาคือการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Mean = 3.96, SD = 0.71) ทัศนคติต่อการใช้งาน (Mean = 3.89, SD = 0.74) และการตัดสินใจซื้อ (Mean = 3.84, SD = 0.77) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน
ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานและสถิติการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis)

สมมติฐาน	β	t-value	Sig.	ผลการทดสอบ
ตัวแบบที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์				
H1: การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์	.521	12.16	<.001*	ยอมรับ
$R^2 = .271$, Adjusted $R^2 = .270$, $F = 148.28$, p-value <.001*				
ตัวแบบที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน				
H2: การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งาน	.146	3.12	.032*	ยอมรับ
H3: การรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งาน	.402	8.59	<.001*	ยอมรับ
$R^2 = .244$, Adjusted $R^2 = .240$, $F = 64.09$, p-value <.001*				
ตัวแบบที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าออนไลน์				
H4: ทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าออนไลน์	.463	10.42	<.001*	ยอมรับ
$R^2 = .214$, Adjusted $R^2 = .212$, $F = 108.60$, p-value <.001*				

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 4 ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) ซึ่งสามารถอธิบายกลไกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามโครงสร้างของตัวแบบวิจัยได้ดังนี้

ตัวแบบที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐาน H1 โดยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน สามารถอธิบายความผันแปรของการรับรู้ประโยชน์ได้ร้อยละ 27.10 และโมเดลมีความเหมาะสมในการทำนายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวแบบที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแบบมีความเหมาะสมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรอิสระทั้งสองตัวสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของทัศนคติต่อการใช้งานได้ร้อยละ 24.4 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิง

บวกต่อทัศนคติต่อการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐาน H2 และ H3 ตามลำดับ

ตัวแบบที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ ถอดออกอย่างง่าย พบว่า ตัวแบบการวิเคราะห์นี้มีความเหมาะสมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสามารถ อธิบายความผันแปรของการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 21.4 เมื่อพิจารณาระดับตัวแปรพบว่า ทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับ สมมติฐาน H4

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้บริโภคในจังหวัดอุดรธานีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20–30 ปี และนิยมซื้อเสื้อผ้า ออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee มากที่สุด โดยมีความถี่ในการซื้อ 1–2 ครั้งต่อเดือน ผลดังกล่าวสะท้อน ให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภควัยเรียนและวัยทำงานตอนต้นเป็นกลุ่มสำคัญของตลาดเสื้อผ้าออนไลน์ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ อิตารัตน์ ปสนันศิริคุณ และจิราภา พิงบางกรวย (2560) ที่พบว่า ประชาชนที่ซื้อสินค้าและ บริการออนไลน์ส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าและเครื่องประดับมากที่สุด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความคุ้นเคยกับ เทคโนโลยีดิจิทัลและสามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Liao และ Cheung (2001) ที่พบว่าผู้บริโภควัยหนุ่มสาวมีแนวโน้มยอมรับการซื้อสินค้าออนไลน์มากกว่า กลุ่มอายุอื่น

2. ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมในระดับมาก โดยเฉพาะการรับรู้ ประโยชน์ รองลงมาคือการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติต่อการใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Schiffman (2015) ที่กล่าวว่า การรับรู้ที่ได้รับจากประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลต่างๆ จะนำมาสู่การสร้าง ความเชื่อที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ

3. การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = .521, p < .001$) แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้บริโภคสามารถใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ง่าย เช่น การ ค้นหาสินค้า การเลือกขนาด การเปรียบเทียบราคา และการชำระเงินที่ไม่ซับซ้อน จะทำให้เกิดการรับรู้ ว่าแพลตฟอร์มดังกล่าวมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1989) ที่เสนอว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มการรับรู้ประโยชน์ของระบบ เทคโนโลยี

4. การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งานในระดับต่ำ แม้จะมีนัยสำคัญทาง สถิติ แต่มีอิทธิพลไม่สูงมาก สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซอยู่ แล้ว ทำให้ความง่ายในการใช้งานไม่ได้เป็นปัจจัยสร้างความแตกต่างอย่างเด่นชัดอีกต่อไป แต่กลายเป็น คุณลักษณะพื้นฐานที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าทุกแพลตฟอร์มควรมีอยู่แล้ว

5. การรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = .402$, $p < .001$) และมีอิทธิพลสูงกว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่ได้รับจากการซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น ความสะดวก การประหยัดเวลา และความสามารถในการเปรียบเทียบสินค้าจากหลายร้านค้า

6. ทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = .463$, $p < .001$) แสดงว่า เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติเชิงบวกต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ จะมีแนวโน้มตัดสินใจซื้อสูงขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) ที่กล่าวว่า เมื่อลูกค้ามีทัศนคติในเชิงบวกมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่การซื้อซ้ำและบอกต่อ ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพและต้นทุนต่ำ ในยุคของสื่อสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ออกแพลตฟอร์มให้ใช้งานง่าย ลดความซับซ้อนของขั้นตอนการค้นหา การสั่งซื้อ และการชำระเงิน เพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้บริโภค

1.2 ด้านการรับรู้ประโยชน์ นำเสนอข้อมูลสินค้าให้ครบถ้วน สื่อสารประโยชน์ของการซื้อออนไลน์ เช่น ความสะดวกและการประหยัดเวลา จัดให้มีรีวิว และระบบแนะนำสินค้า

1.3 ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน สร้างประสบการณ์การซื้อที่สะดวก รวดเร็ว น่าเชื่อถือ ใช้ภาพวิดีโอ และรีวิวจากผู้ซื้อจริงเพื่อสร้างความมั่นใจ นำเสนอโปรโมชั่นและเนื้อหาที่สะท้อนความคุ้มค่าของการซื้อออนไลน์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

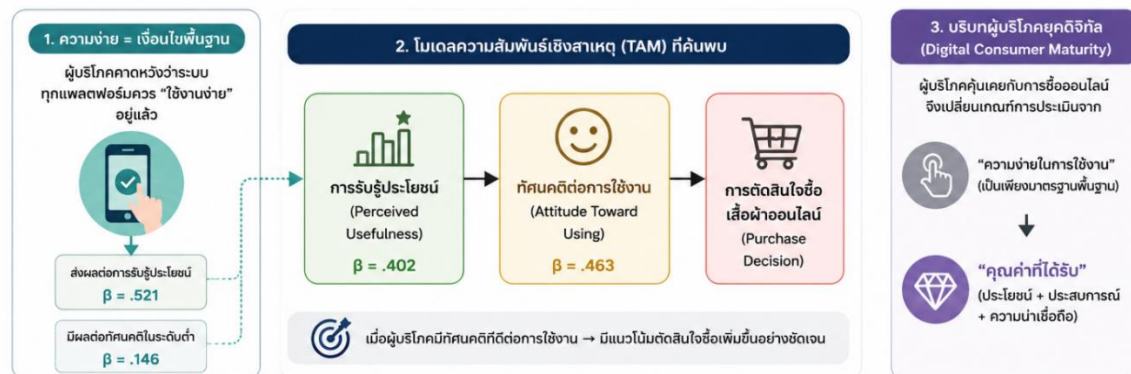
2.1 ควรศึกษาตัวแปรเพิ่มเติม เช่น ความไว้วางใจ (Trust) และการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) รวมถึงการวิจัยเชิงคุณภาพด้วย

2.2 ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังจังหวัดอื่น

องค์ความรู้ใหม่

ในบริบทของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในจังหวัดอุดรธานี การรับรู้ความง่ายในการใช้งานไม่ได้เป็นปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยตรง แต่ทำหน้าที่เป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่สนับสนุนการรับรู้ประโยชน์ของแพลตฟอร์ม ขณะที่การรับรู้ประโยชน์กลับเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่อาจส่งผลต่อการสร้างทัศนคติและการตัดสินใจซื้ออย่างชัดเจน สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคที่มีความคุ้นเคยกับการซื้อสินค้าออนไลน์ (Digital Consumer Maturity) ให้ความสำคัญกับคุณค่าที่ได้รับจากแพลตฟอร์มมากกว่าความง่ายในการใช้งาน เพียงอย่างเดียว แนวคิดดังกล่าวช่วยขยายการประยุกต์ใช้แบบจำลอง TAM ในบริบทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ของประเทศไทย โดยเสนอให้ผู้ประกอบการมุ่งพัฒนาคุณค่าของประสบการณ์การซื้อและข้อมูลสินค้ามากกว่าการแข่งขันด้านความสะดวกในการใช้งานเพียงอย่างเดียว



ภาพที่ 2 ผู้บริโภคยุคดิจิทัลให้ความสำคัญกับ "คุณค่า" มากกว่า "ความง่าย"

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2567). สถิติธุรกิจอี-คอมเมิร์ซไทย. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2569, จาก <https://www.dbd.go.th/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา, และ ฐิตา วานิชย์บัญชา. (2558). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตรัตน์ ปสนันศิริคุณ, และจิราภา พึ่งบางกรวย. (2560). พัฒนาการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดชลบุรี. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 6(2), 30–42.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 9). สุวีริยาสาส์น.
- ประภาศรี พงศ์นาพาณิช. (2566). ปัจจัยการตลาดกับการยอมรับเทคโนโลยีต่อความตั้งใจซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการปัญญาวิวัฒน์*, 14(1), 1–18.
- สุธาสินี ตูลานนท์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2567). มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย ปี 2566. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2569, จาก <https://www.etda.or.th/>
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Childers, T. L., Carr, C. L., Peck, J., & Carson, S. (2001). Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior. *Journal of Retailing*, 77(4), 511–535.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

- Electronic Transactions Development Agency. (2024). *Value of e-Commerce survey in Thailand 2023*. https://www.etda.or.th/th/pr-news/Dgt_ecom_survey2024.aspx
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Liao, Z., & Cheung, M. T. (2001). Internet-based e-shopping and consumer attitudes: An empirical study. *Information & Management*, 38(5), 299–306.
- Likert, R. (1970). *The human organization: Its management and value* (Reprint ed.). McGraw-Hill. (Original work published 1967)
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.



สำนักวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยพณิชยการ
171/2 หมู่ 2 ถนนวิหารณ์รังสรรค์
ต.หนองบัว อ.เมือง จ.หนองบัวลำภู 39000