

การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ในประเทศไทย*

BUDDHA-DHAMMA INTEGRATION FOR ENHANCING DEVELOPMENT OF THE COSMETICS INDUSTRY IN THAILAND

ภุริพัฒน์ ธนอมศรีอุทัย, เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง, สุรพล สุธะพรหม
Phuriphat Thanomsriuthai, Kiettisak Suklueang, Surapon Suyaprom
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Corresponding Author E-mail: gotzaki@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยแบบผสานวิธี

ผลการวิจัยพบว่า 1. การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้านได้แก่ การตลาดและการขาย และอยู่ในระดับมากดังนี้ การดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ การจัดส่งสินค้าออก การนำวัสดุอุปกรณ์สินค้ามาใช้ในธุรกิจ และผลิตภัณฑ์และการให้บริการ 2. โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง พบว่าปัจจัยกดดันทั้ง 5, หลักพุทธปณิธิกรรม และกิจกรรมสนับสนุน มีค่าอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3. การบูรณาการหลักพุทธปณิธิกรรมเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย โดย 1) จักขุม (มีวิสัยทัศน์) โดยการดำเนินธุรกิจอาศัยกระบวนการคิดที่รอบคอบและมีเหตุผล ศึกษาแนวโน้มและทิศทางของธุรกิจอย่างแม่นยำ 2) วิธูโร (จัดการดี) โดยส่งเสริมให้บุคลากรค้นคว้า วิจัยเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค เรียนรู้ระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศ ศึกษาดูงานต่างประเทศ และนำมาพัฒนาองค์กร 3) นิสสยสัมปันโน (มีมนุษยสัมพันธ์) โดยติดต่อประสานงานกับพ่อค้านายทุน ให้ความร่วมมือและประสานงานในทุกระดับ ยึดหลักของความเสมอภาคในการทำงานร่วมกัน

คำสำคัญ: การบูรณาการ; หลักพุทธธรรม; การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง

*Received August 9, 2022; Revised September 1, 2022; Accepted September 1, 2022

Abstract

Objectives of this research paper were to integrate Buddha-dhamma for enhancing development of the cosmetics industry in Thailand, conducted by the mixed research methods.

The results of the research were as follows: 1. The development of the cosmetic industry, by overall, was at a high level (=4.18). Considering each aspect, it was found that one aspect was at the highest level, that was marketing and sales. and at a high level as follows: Operations of various parties shipping out, bringing materials, equipment, products to be used in business and products and services. 2. The causal relationship model affecting the development of the cosmetic industry was found that the Five Forces, the Pāpanika-dhamma and supporting activities had direct, indirect and total influences affecting the development of the cosmetic industry (Main activity) was at statistically significant level of .01. 3. Integration of Tutiya Papanikadhamma principles for the development of the cosmetic industry in Thailand by 1) Chakkuma (with a vision) by doing business through a careful and rational thought process. Study the trends and directions of the business accurately 2) Vidhuro (well organized) by encouraging personnel to research Research to keep up with consumer changes, learn about technology and information systems. study abroad and bring to develop the organization 3) Nissaya Sampanno (Human relations) by liaising with merchants and capitalists, cooperate and coordinate at all levels, adhere to the principles of equality in working together.

Keyword: Integration; Buddha Dhamma; Development of the Cosmetics Industry

บทนำ

แต่ในปี 2564 ไวรัสโควิด-19 กลับมาระบาดซ้ำอีกครั้งระลอก 2 ทำให้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ที่ผ่านม่อุตสาหกรรมนี้ล้วนไม่ได้รับผลกระทบ ไม่ว่าจะเป็นวิกฤตครั้งใหญ่ที่ผ่านมาย่างตัวยำกึ่งหรือผลกระทบทางเศรษฐกิจอื่นๆ สาเหตุที่การแพร่ระบาดของโควิด-19 กระทบอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยหนัก เกิดจากหลายสาเหตุ ด้านตลาดส่งออกต้องประสบปัญหาการปิดประเทศส่งออกไม่ได้ โดยเฉพาะตลาดเพื่อนบ้านอย่างกลุ่มประเทศ CLMV ขณะที่ตลาดในประเทศพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป อยู่บ้านมากขึ้น หันมาให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาดมากขึ้นส่งผลช่วยให้เจลแอลกอฮอล์ล้างมือขายดีขึ้น แต่การแต่งตัวออกจากบ้านลดน้อยลง ตลอดจนผลกระทบจากการปิดห้างสรรพสินค้า ปิดร้านเสริมสวยและการปิดสนามบินที่กระทบร้านค้าปลอดอากร ส่งผลให้ยอดขายเครื่องสำอาง เช่น แชมพู ยาสีฟัน และอื่นๆ ล้วนยอดขายไม่มีหรือยอดขายตก โดยภาพรวมแล้วในช่วงไตรมาสแรกปีนี้อัตราส่งออกลดลงแล้ว 5.7% และยอดขายในประเทศ ซึ่งบางส่วนเป็นเครื่องสำอางนำเข้าก็ยอดขายลดลงเช่นกัน ทำให้อัตราขายในประเทศไตรมาสแรกปีนี้อัตราลดลงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางประเมินในเบื้องต้นว่า หากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ยังคงต่อเนื่องไปจนถึงสิ้นปีนี้ คาดว่าจะทำให้ภาพรวมตลาดเครื่องสำอางไทยที่มีมูลค่ารวมประมาณ 300,000 ล้านบาท แบ่งเป็นตลาดในประเทศ 180,000 ล้านบาท และตลาดส่งออก 120,000 ล้านบาท มีโอกาสที่ยอดขายลดลงร้อยละ 10 (สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย, 2564)

จากสถานการณ์ดังกล่าวผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องสำอางต้องปรับตัว มีสติในการทำธุรกรรมหรือพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง โดยเฉพาะในทางพระพุทธศาสนา มีพุทธพจน์ขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าได้ตรัสไว้ในพุทฺธปาปณิการมมกัถยกับคุณลักษณะ 3 ประการของนักบริหารที่จะช่วยให้นักบริหารทำสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ประกอบด้วย จักขุมา คือ ปัญญามองการณ์ไกล เช่นถ้าเป็นพ่อค้าหรือนักบริหารธุรกิจ ต้องรู้ว่าอนาคตเศรษฐกิจหรือตลาดจะมีแนวโน้มเป็นแบบไหนหรือสามารถคาดการณ์ทิศทางหรืออนาคตในการดำเนินธุรกิจได้แม่นยำจากการอาศัยกระบวนการคิดที่รอบคอบและมีเหตุผล โดยอาจใช้ประสบการณ์ในอดีตร่วมในการตัดสินใจและวางแผนด้วย ซึ่งคุณลักษณะข้อแรกนี้ตรงกับภาษาอังกฤษคำว่า Conceptual Skill คือการชำนาญในการใช้ความคิด หรือ ทักษะทางด้านความคิด วิรุโร คือ จัดการธุระได้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น นักการเงินต้องมีความรู้และความเชี่ยวชาญทางการเงินสามารถคำนวณอัตราผลตอบแทนต่างๆ ได้หรือเข้าใจในงบการเงินที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจได้ ในกรณีแพทย์ผ่าตัดสมองก็ต้องมีความเชี่ยวชาญในการผ่าตัดสมอง เป็นต้น คุณลักษณะที่สองนี้ตรงกับคำ

ภาษาอังกฤษคำว่า Technical Skill คือความชำนาญการด้านเทคนิค หรือทักษะทางด้านการปฏิบัติงาน และนิสัยสัมปันโน คือ พึงพาอาศัยคนอื่นได้เพราะเป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความสามารถในการติดต่อประสานงานให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด มีความสามารถในการสื่อสารและประสานงานให้แต่ละฝ่ายในองค์กรดำเนินแนวทางตามกรอบทิศทางที่องค์กรต้องการบรรลุได้หรือมีความสามารถในการผูกใจคนให้เป็นที่ยึดของคนโดยสามารถทำให้พนักงานแต่ละคนปฏิบัติงานตามคำสั่งด้วยความเต็มใจได้ เป็นต้น คุณลักษณะที่สามนี้ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Human Relation Skill คือความชำนาญด้านมนุษยสัมพันธ์ หรือ ทักษะทางด้านมนุษยสัมพันธ์ (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2554)

โดยคุณลักษณะทั้งสามประการมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันนั้นขึ้นอยู่กับระดับของนักบริหารถ้าเป็นนักบริหารระดับสูงที่ต้องรับผิดชอบในการวางแผนและควบคุมคนจำนวนมากคุณลักษณะข้อที่ 1 และ 3 มีความสำคัญมาก ส่วนข้อที่ 2 มีน้อยเพราะเขาสามารถใช้ผู้ใต้บังคับบัญชา ที่มีความสามารถเฉพาะด้านได้สำหรับนักบริหารระดับกลางคุณลักษณะทั้ง 3 ข้อมีความสำคัญพอ ๆ กัน นั่นคือเขาต้องมีความชำนาญเฉพาะด้านและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา ในขณะเดียวกันต้องมีปัญญาที่มองภาพกว้างและไกล เพื่อเตรียมตัวสำหรับเป็นนักบริหารระดับสูง นอกจากนั้นต้องมีความสามารถในการสื่อสาร ประสานงานในการถ่ายทอดนโยบายและยุทธศาสตร์จากผู้บริหารระดับสูงมาสู่การปฏิบัติในผู้บริหารและพนักงานระดับล่าง และนำผลการดำเนินงานที่ได้จากการปฏิบัติงานมาสรุปและนำเสนอต่อผู้บริหารระดับสูงได้ (พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต), 2549)

จากความสำคัญของปัญหาและเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับการ บูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้นำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเข้ามาบูรณาการกับศาสตร์ทางตะวันตกเพื่อให้เห็นถึงแนวการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทยโดยอาศัยหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเข้ามาพัฒนาด้วย โดยศึกษาเกี่ยวกับหลักทฤษฎีปาณิกธรรม และปัจจัยกดดันทั้ง 5 (Five Force Model) ว่ามีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร ผลจากการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง โดยอาศัยการประยุกต์ระหว่างศาสตร์ตะวันตกและหลักธรรมในพระพุทธศาสนา และช่วยให้นักวิจัย นักวิชาการ หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถนำองค์ความรู้ไปบูรณาการให้เกิดประโยชน์ อันเป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษาวิจัย

เชิงลึก และการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทยตามแนวทางที่นำเสนอต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **รูปแบบของการวิจัย** ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยโดยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งเน้นการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) มีแบบแผนการวิจัยแบบกลุ่มเดียวศึกษาสภาวะการณ์โดยไม่มีการทดลอง

2. ประชากร กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทย จำนวน 762 ราย (Krungthai SME, 2564) กำหนดขนาดตัวอย่างตามกฎอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างและจำนวนพารามิเตอร์หรือ ตัวแปรไว้เป็น 1 พารามิเตอร์ ใช้ตัวอย่าง 10–20 ตัวอย่าง จากกรอบแนวคิดการวิจัยพบว่า ค่าพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณภายใต้โมเดลอิสระทั้งหมด 41 พารามิเตอร์ ใช้เส้นพารามิเตอร์ละ 10 ตัวอย่างเท่ากับ $41 \times 10 = 410$ ตัวอย่าง

2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย ผู้บริหารของอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง จำนวน 5 คน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง จำนวน 5 คน ตัวแทนพนักงาน จำนวน 3 คน นักวิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์ จำนวน 3 คน นักวิชาการด้านพระพุทธศาสนา จำนวน 2 รูปหรือคนรวม 18 รูปหรือคน

3. **เครื่องมือที่ใช้การวิจัย** ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือแบ่งเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล 2) การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง 3) กิจกรรมสนับสนุน 4) ปัจจัยกีดกันทั้ง 5 และ 5) หลักทศิยาปาปนิคธรรม ในการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือ โดยการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

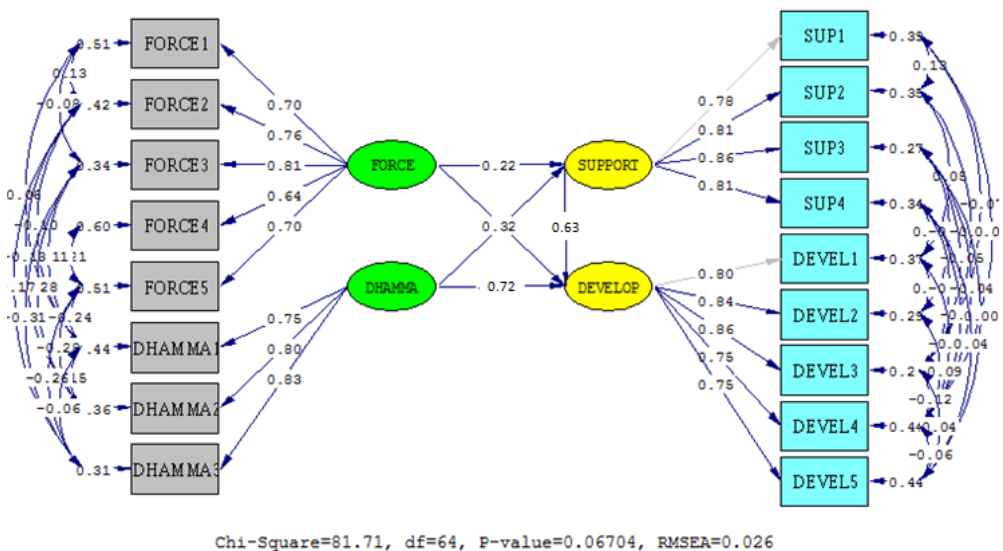
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทย จำนวน 410 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 18 รูปหรือคน และสนทนากลุ่มเฉพาะ 9 รูปหรือคน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และศึกษาภาคสนามด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อยืนยันผลการศึกษาเชิงปริมาณจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้านได้แก่ การตลาดและการขาย ($\bar{X}=4.23$) และอยู่ในระดับมากดังนี้ การดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ ($\bar{X}=4.20$) การจัดส่งสินค้าออก ($\bar{X}=4.17$) การนำวัสดุอุปกรณ์สินค้ามาใช้ในธุรกิจ ($\bar{X}=4.12$) และผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ($\bar{X}=4.07$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย พบผลการศึกษาดังนี้



จากการทดสอบเกี่ยวกับ ปัจจัยกดดันทั้ง 5 หลักทุติยปาปนิกรรม และกิจกรรมสนับสนุน มีอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย สามารถสรุปเป็นตารางผลการศึกษาดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าสถิติผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย ที่มีกิจกรรมสนับสนุนเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ตัวแปรเหตุ	SUPPORT			DEVELOP		
ตัวแปรผล	TE	IE	DE	TE	IE	DE
FORCE	0.22** (0.08)	-	0.22** (0.08)	0.68** (0.11)	0.36* (0.11)	0.32** (0.12)
DHAMMA	0.70** (0.08)	-	0.70** (0.08)	0.98** (0.11)	0.26* (0.08)	0.72** (0.12)
SUPPORT	-	-	-	0.63** (0.08)	-	0.63** (0.08)
ค่าสถิติ	Chi-Square = 81.71, df = 64, GFI = 0.98, AGFI = 0.95, RMSEA = 0.026					

ตารางที่ 2 ค่าสถิติผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย ที่มีกิจกรรมสนับสนุนเป็นตัวแปรส่งผ่าน (ต่อ)

สมการโครงสร้างของตัวแปร		SUPPORT		DEVELOP	
R ²		0.77		0.93	
เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร					
ตัวแปรแฝง	SUPPORT	DEVELOP	FORCE	DHAMMA	
SUPPORT	1.00				
DEVELOP	0.94	1.00			
FORCE	0.75	0.73	1.00		
DHAMMA	0.87	0.58	0.77	1.00	

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, **p < .01, *p < .05

TE = ผลรวมอิทธิพล IE = อิทธิพลทางอ้อม DE = อิทธิพลทางตรง

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) ของสมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายในพบว่า มีค่าเท่ากับ 0.77 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลคือ ปัจจัยกดดันทั้ง 5 (FORCE) และหลักทุติยปาปนิกรรม (DHAMMA) สามารถอธิบายความแปรปรวนของกิจกรรมสนับสนุน (SUPPORT) ได้ร้อยละ 77 และยังพบว่าสมการโครงสร้างตัวแปรแฝง

ภายในมีค่าเท่ากับ 0.93 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลคือ ปัจจัยกดดันทั้ง 5 (FORCE) หลักพุทธีย ปาปนิกรรม (DHAMMA) และกิจกรรมสนับสนุน (SUPPORT) สามารถอธิบายความแปรปรวนของการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) (DEVELOP) ได้ร้อยละ 93

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมระหว่างตัวแปรในโมเดลพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกดดันทั้ง 5 (FORCE) กับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) (DEVELOP) ขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ 0.73 แยกเป็นอิทธิพลทางตรง 0.32 และอิทธิพลทางอ้อม 0.36 เป็นอิทธิพลรวม 0.68 โดยมีค่าอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวมส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) หมายความว่า ปัจจัยกดดันทั้ง 5 ซึ่งประกอบด้วย คู่แข่งรายใหม่ ลูกค้า สินค้าทดแทน ผู้จัดหาวัตถุดิบ และการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) ขึ้นมาได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมระหว่างตัวแปรในโมเดล พบว่า หลัก พุทธียปาปนิกรรม (DHAMMA) กับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) (DEVELOP) ขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ 0.53 แยกเป็นอิทธิพลทางตรง 0.72 เป็นอิทธิพล ทางอ้อม 0.26 และเป็นอิทธิพลรวม 0.98 โดยที่อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวม ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) หมายความว่า หลักพุทธีย ปาปนิกรรม ซึ่งประกอบด้วย จักขุมา (มีวิสัยทัศน์) วิรูโร (จัดการดี) นิสสยสัมปโน (มี มนุษยสัมพันธ์) ทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) ขึ้นมาได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรในโมเดลพบว่า กิจกรรมสนับสนุน (SUPPORT) กับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) (DEVELOP) ขนาด ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.94 แยกเป็นอิทธิพลทางตรง 0.63 และเป็นอิทธิพลรวม 0.63 โดยที่ อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลรวมส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรม หลัก) หมายความว่า กิจกรรมสนับสนุน ซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างธุรกิจ การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดซื้อสินค้าและปัจจัยการผลิต ทำให้เกิดการ พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) ขึ้นมาได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนา อุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย พบว่า 1) จักขุมา (มีวิสัยทัศน์) โดยการดำเนิน ธุรกิจด้านเครื่องสำอางโดยอาศัยกระบวนการคิดที่รอบคอบและมีเหตุผล ศึกษาแนวโน้ม และทิศทางของธุรกิจเครื่องสำอางอยู่เสมอ การกำหนดวิสัยทัศน์ที่ทันสมัยปฏิบัติได้ หา

ผู้เชี่ยวชาญเข้ามามีส่วนร่วมและดำเนินธุรกิจได้อย่างแม่นยำตามทิศทางของการเปลี่ยนแปลง 2) วิธูโร (จัดการติ) โดยการส่งเสริมให้บุคลากรค้นคว้า วิจัยเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ศึกษา เรียนรู้ระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศด้านเครื่องสำอาง จัดอบรมความรู้และเทคนิคเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนา ใช้ระบบคุณธรรมในการเลือกคนและเลื่อนตำแหน่ง ส่งเสริมให้บุคลากรศึกษาดูงานต่างประเทศและนำมาพัฒนาองค์กร 3) นิสสยสัมพันธ์ (มีมนุษยสัมพันธ์) โดยติดต่อพ่อค้านายทุน ทำงานร่วมกันในการป้องกันและแก้ไขผิดพลาด การให้ความร่วมมือและประสานงานระหว่างผู้ปฏิบัติงานทุกระดับ ยึดหลักของความเสมอภาคในการทำงานร่วมกัน สื่อสารและประสานงานให้แต่ละฝ่ายในองค์กร เป็นที่รักของคนในองค์กร และสามารถทำให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ

อภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้านได้แก่ การตลาดและการขาย และอยู่ในระดับมากดังนี้ การดำเนินงานของฝ่ายต่างๆ การจัดส่งสินค้าออก การนำวัสดุอุปกรณ์สินค้ามาใช้ในธุรกิจ และผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รพีพร จันทมา (2526) ที่พบว่า ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคเลือกซื้อคือ ผลต่อสุขภาพ ปัจจัยที่สำคัญในระดับรองลงมา ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ ขนาดบรรจุ สี และราคา ด้านการพัฒนาพบว่า มีการศึกษาเพื่อใช้สมุนไพรใหม่ที่มีสรรพคุณมากขึ้นและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และสี ให้ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการแข่งขันเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมต่อไป

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1) ปัจจัยกีดกันทั้ง 5 พบว่า มีค่าอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวมส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 หมายความว่า ปัจจัยกีดกันทั้ง 5 ซึ่งประกอบด้วย คู่แข่งรายใหม่ ลูกค้า สินค้าทดแทน ผู้จัดหาวัตถุดิบ และการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) ขึ้นมาได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธพร อักษรไพโรจน์ และประกอบศิริ ภักดีพินิจ (2558) ที่พบว่า ชัดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ภาพรวมแรงผลักดันการทำธุรกิจ สปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับสูง และด้านบุคลากร ด้านบริหารและจัดการองค์การ ภาพรวมแรงผลักดันการทำธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับปาน

กลาง ชีตความสามารถในการแข่งขันทุกด้านของธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน จึงควรร่วมมือกันหาแนวทางพัฒนา และสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมตามระดับชีตความสามารถทางการแข่งขันที่เหมาะสม เพื่อก่อเกิดประโยชน์สูงสุดกับธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมในการเพิ่มชีตความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต เพิ่มโอกาสการช่วงชิงความเป็นผู้นำทั้งในระดับภูมิภาคและนานาชาติต่อไป

2) หลักทุติยาปานิคม พบว่า มีค่าอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวมส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 หมายความว่า หลักทุติยาปานิคม ซึ่งประกอบด้วย จักขุมา (มีวิสัยทัศน์) วิรูโร (จัดการดี) นิสสยสัมปันโน (มีมนุษยสัมพันธ์) ทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) ขึ้นมาได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบัติ นามบุรี (2562) ที่พบว่าหลักปาปานิคม สามารถอธิบายความแปรปรวนของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ได้ร้อยละ 66 และหลักปาปานิคม ประกอบด้วย จักขุมา (วิสัยทัศน์) วิรูโร (จัดการดี) และนิสสยสัมปันโน (มีมนุษยสัมพันธ์) ยังมีขนาดอิทธิพลทางตรงส่งผลต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 เท่ากับ 0.66 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเนตร ชัยป่ายาง (2561) ที่พบว่า หลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมภาวะผู้นำสำหรับครู คือ ปาปานิคม ในฐานะหลักการ (1) มองการณ์ไกล ได้แก่ มุ่งอนาคต และ มองการณ์ไกล สองแนว คือ แนวกว้าง แนวไกล (3) ใส่ใจงาน กล่าวคือ การจัดลำดับความสำคัญ แยกแยะเรื่องส่วนตัวและส่วนรวม ประเมินผลการดำเนินการ เป้าหมายชัดเจนและเสร็จตรงเวลา และ (3) การประสานเครือข่าย คือคุณสมบัติด้านมนุษยสัมพันธ์และความสามารถในการประสานงาน

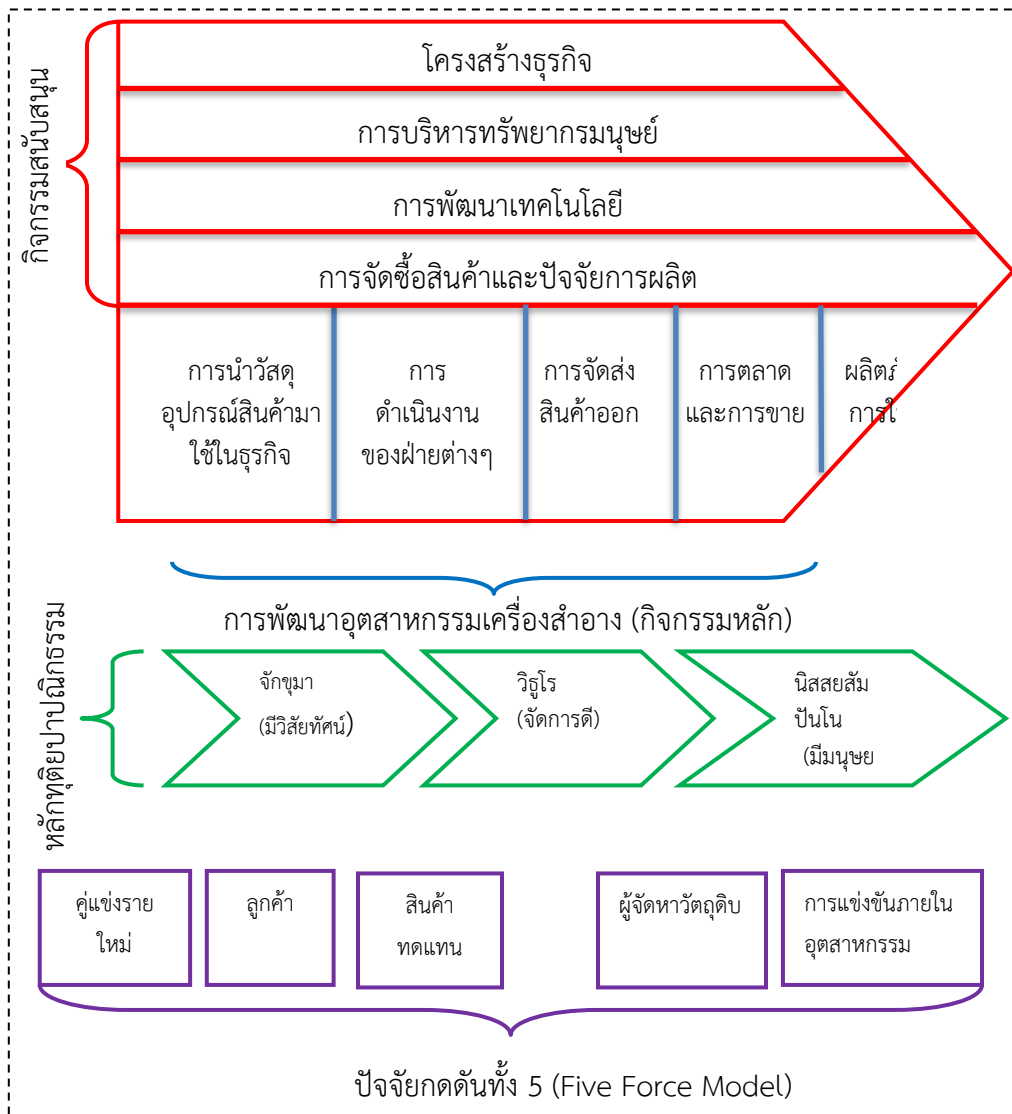
3) กิจกรรมสนับสนุน พบว่า มีค่าอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลรวมส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 หมายความว่า กิจกรรมสนับสนุน ซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดซื้อสินค้าและปัจจัยการผลิต ทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) ขึ้นมาได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ ตั้งประดิษฐ์ (2560) ที่พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมการซื้อทางบวกที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.40 อีกทั้งผลการวิจัยทั้งเทคนิคเชิงปริมาณและเทคนิคเชิงคุณภาพยังสอดคล้องกัน จึงสรุปได้ว่าบุคลิกภาพตราสินค้าและภาพลักษณ์ตราสินค้าทำให้เกิดรูปแบบคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในประเทศไทย ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ด้วยการนำเสนอสมการถดถอยพหุคูณที่ค้นพบมาเขียนเป็นกราฟ เพื่อจะได้เห็นถึงสัดส่วนการเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมการซื้อ

จากอิทธิพลของบุคลิกภาพตราสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้า และคุณค่าตราสินค้า ส่วนข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการนั้นผู้บริหาร ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางควรสร้างบุคลิกภาพตราสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้า ซึ่งทำให้เกิดรูปแบบคุณค่าตราสินค้าที่ดี ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางซึ่งต่อมาจะส่งผลทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในระยะยาวต่อไป

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย พบว่า 1) จักขุม (มีวิสัยทัศน์) โดยการดำเนินธุรกิจด้านเครื่องสำอางโดยอาศัยกระบวนการคิดที่รอบคอบและมีเหตุผล ศึกษาแนวโน้มและทิศทางของธุรกิจเครื่องสำอางอยู่เสมอ การกำหนดวิสัยทัศน์ที่ทันสมัยปฏิบัติได้ หาผู้เชี่ยวชาญเข้ามามีส่วนร่วมและดำเนินธุรกิจได้อย่างแม่นยำตามทิศทางของการเปลี่ยนแปลง 2) วิธูโร (จัดการดี) โดยการส่งเสริมให้บุคลากรค้นคว้า วิจัยเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ศึกษา เรียนรู้ระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศด้านเครื่องสำอาง จัดอบรมความรู้และเทคนิคเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนา ใช้ระบบคุณธรรมในการเลือกคนและเลื่อนตำแหน่ง ส่งเสริมให้บุคลากรศึกษาดูงานต่างประเทศและนำมาพัฒนาองค์กร 3) นิสสัยสัมปันโน (มีมนุษยสัมพันธ์) โดยติดต่อพ่อค้านายทุน ทำงานร่วมกันในการป้องกันและแก้ไขผิดพลาด การให้ความร่วมมือและประสานงานระหว่างผู้ปฏิบัติงานทุกระดับ ยึดหลักของความเสมอภาคในการทำงานร่วมกัน สื่อสารและประสานงานให้แต่ละฝ่ายในองค์กร เป็นที่รักของคนในองค์กร และสามารถทำให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเนตร ชัยป่ายาง (2561) ที่พบว่า หลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมภาวะผู้นำสำหรับครู คือ ปาปณิกธรรม ในฐานะหลักการ (1) มองการณ์ไกล ได้แก่ มุ่งอนาคต และ มองการณ์ไกล สองแนว คือ แนวกว้าง แนวไกล (3) ใส่ใจงาน กล่าวคือ การจัดลำดับความสำคัญ แยกแยะเรื่องส่วนตัวและส่วนรวม ประเมินผลการดำเนินการ เป้าหมายชัดเจนและเสร็จตรงเวลา และ (3) การประสานเครือข่าย คือ คุณสมบัติด้านมนุษยสัมพันธ์และความสามารถในการประสานงาน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยสามารถสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย ได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย

จากแผนภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย สามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ดังนี้

1. การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (กิจกรรมหลัก) ประกอบด้วย 1) การนำวัสดุอุปกรณ์สินค้ามาใช้ในธุรกิจ โดยจัดหาและนำวัตถุดิบเข้าสู่กิจกรรมการผลิต วัสดุคลังสินค้า การเคลื่อนย้ายและการรับคืนสินค้า มีคุณภาพดี เชื่อถือได้ การรับประกัน 2) การดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ โดยตรวจสอบทุกขั้นตอนการผลิต ประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง ควบคุมคุณภาพ (QC) ประชุมกันเนื่องด้วย การประเมินคุณภาพการดำเนินงาน 3) การจัดส่งสินค้าออก โดยการวางแผนกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ จัดการสินค้าคงคลัง การจัดส่งไปจำหน่าย การรับประกัน ติดตามการขนส่ง 4) การตลาดและการขาย โดยนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะคล้ายกัน (Product Mix) ราคา (Pricing) การส่งเสริมการตลาด (Promotions) การเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย (Place) การให้คำตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงานขาย 5) ผลิตภัณฑ์และการให้บริการ โดยการให้บริการหลังการขาย การให้บริการลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง การให้บริการบำรุงรักษาสินค้า การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย การรับประกันสินค้า

โดยมีกิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย โครงสร้างธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดซื้อสินค้าและปัจจัยการผลิต โดยมีการบูรณาการหลักทฤษฎีปาปนิกรรมเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ประกอบด้วย จักขุม (มีวิสัยทัศน์) วิธูโร (จัดการดี) นิสสยสัมปันโน (มีมนุษยสัมพันธ์) นอกจากนั้นยังมีปัจจัยกดดันทั้ง 5 ที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย ประกอบด้วย คู่แข่งรายใหม่ ลูกค้าน่าดึงดูด ผู้จัดหาวัตถุดิบ การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเครื่องสำอางมีการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรไทยเพื่อเป็นส่วนประกอบในอุตสาหกรรม

2. หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนและปรับปรุงกฎหมายให้มีความทันสมัย เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการให้มีความคล่องตัวในการทำธุรกิจ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ผู้ประกอบการโรงงานเครื่องสำอางควรค้นหา Supplier ที่ให้ราคาดีหรือราคาถูกกว่าร้านอื่น ซึ่งเป็นหัวใจหลักสำคัญของการทำธุรกิจเพื่อลดค่าใช้จ่าย และลดต้นทุน

2. ผู้ประกอบการโรงงานเครื่องสำอางควรเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญมีประสบการณ์เลือกวัสดุได้ดีได้แม่นยำเพื่อสรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพเพื่อใช้ในการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

3. ผู้ประกอบการโรงงานเครื่องสำอางควรรักษามาตรฐานอุตสาหกรรมภายในของเราให้มีคุณภาพสูงสุดและมีมาตรฐานวัตถุดิบที่ดี

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษา “วิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในการพัฒนาเครื่องสำอางไทย จากสมุนไพรไทยเพื่อให้มีชื่อเสียงระดับโลก

2. หน่วยงานธุรกิจเอกชนควรส่งเสริมให้มีการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาใช้ในการวิจัยให้มากขึ้น และนำหลักธรรมมาเป็นเครื่องชี้นำทางการพัฒนาองค์กรโดยใช้หลักธรรมนำการพัฒนา

เอกสารอ้างอิง

- พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมมจิตโต). (2549). *พุทธวิธีการบริหาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). (2554). *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม)*. กรุงเทพฯ: บริษัท สหธรรมมิก จำกัด.
- พุทธพร อักษรไพโรจน์ และประกอบศิริ ภักดีพินิจ. (2558). ชีตความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต. *วารสารการจัดการมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 5(3), 35-45.
- รพีพร จันทูมา. (2556). การพัฒนาเพื่อการแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าสมุนไพร : กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิจัย มข. มส. (ปศ.)*, 1(3), 63-71.
- วัชรภรณ์ ตั้งประดิษฐ์. (2560). *รูปแบบคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในประเทศไทย (หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- สมบัติ นามบุรี. (2562). *โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบพุทธบูรณาการของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์)*. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย. (2564). โควิด-19 งดตลาดเครื่องสำอางปีนี้ยอดขายตก 10%. สืบค้น 3 มกราคม 2564, จาก : <https://thaicosmetic.org/index.php/Tcmanews/news-from-fda/62-19-10>.

สุนทร ชัยปายาง. (2561). ภาวะผู้นำในพระพุทธศาสนาเพื่อดำรงสถานะความเป็นครู. วารสารใบลาน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 3(1), 77-78.

Krungthai SME. (2564). ตลาดเครื่องสำอาง. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://sme.krungthai.com/sme/Indaction?command=home>.