



คณะศิลปศาสตร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Faculty of Liberal Arts

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

วารสารศิลปศาสตร ราชมงคลพระนคร



Journal of Liberal Arts

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568

Vol. 5 NO 1 January - June 2025

ISSN 3057-1049 (Online)



วารสารศิลปศาสตร์ราชวมงคลพระนคร

Journal of Liberal Arts Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Vol.5 No.1 (January – June 2025)

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568

วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย ศิลปศาสตร์ การโรงแรม การท่องเที่ยว วัฒนธรรม ภาษาและการสื่อสาร การศึกษา นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ / รัฐประศาสนศาสตร์ สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง สำหรับนักวิชาการ นักวิจัย อาจารย์ นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ทั้งแวดวงวิชาการ และสังคมทั่วไป

ขอบเขตผลงานที่รับตีพิมพ์

1. ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย ศิลปศาสตร์ การโรงแรม การท่องเที่ยว วัฒนธรรม ภาษาและการสื่อสาร การศึกษา นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ / รัฐประศาสนศาสตร์ สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. ประเภทบทความ ประกอบด้วย บทความวิจัย บทความวิชาการ บทวิจารณ์หนังสือ และบทความปริทัศน์

นโยบายการกลั่นกรองบทความ

1. วารสารมีการตีพิมพ์อย่างต่อเนื่องและมีการตรวจสอบคุณภาพของบทความโดยผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกที่ไม่ได้สังกัดสถาบันเดียวกับผู้เขียนบทความและมาจากหลากหลายสถาบัน จำนวน 3 คนต่อบทความ โดยผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความจะไม่ทราบข้อมูลของผู้เขียนบทความและผู้เขียนไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (Double-blind peer review)

2. บทความต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และต้องไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด และต้องไม่ละเมิด หรือคัดลอกผลงานผู้อื่น

3. บทความ ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะส่วนบุคคลของผู้เขียน กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป และไม่มีส่วนรับผิดชอบใด ๆ

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

ติดต่อกองบรรณาธิการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ

โทรศัพท์ 02-6653555 ต่อ 1002

อีเมล : j_larts@rmutp.ac.th

ที่ปรึกษา

ดร.ณัฐวรพล รัชสิริวัชรบุล

อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐโชติ รักไทยเจริญชีพ

รองอธิการบดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธิภูมิ สุวรรณเวช

คณบดีคณะศิลปศาสตร์

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพงษ์ สูงปานเขา

คณะศิลปศาสตร์

รองบรรณาธิการ

ดร.เมธิกา พ่วงแสง

คณะศิลปศาสตร์

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน

Prof. (Adj.) Dr. Supraprawat Siripipatthanakul

Manipal GlobalNxt University, Malaysia

Prof.Dr. Richard Jugar

University of San Carlos, Philippines

ศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา

มหาวิทยาลัยพะเยา

รองศาสตราจารย์ ดร.สิงหนาท น้อมเนียน

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญนภา กุลนาคดล

มหาวิทยาลัยบูรพา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยยุทธ ถาวรานุรักษ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรินทร์ ชั่งมะ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ โปณะทอง

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ดร.เพ็ญพิมพ์ พวงสุวรรณ

มหาวิทยาลัยพะเยา

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในสถาบัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ เอี่ยมสำอางค์	คณะศิลปศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อังคณา แวซอเหาะ	คณะศิลปศาสตร์
ดร.สุวรรณา เข้มแดง	คณะศิลปศาสตร์
ดร.ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์	คณะศิลปศาสตร์
ดร.พกามาศ ชัยรัตน์	คณะศิลปศาสตร์

ฝ่ายจัดการและเลขานุการกองบรรณาธิการ

ดร.เมทิกา พ่วงแสง	คณะศิลปศาสตร์
นายสันติ ปานทอง	คณะศิลปศาสตร์

ฝ่ายพิสูจน์อักษร

ดร.ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์	คณะศิลปศาสตร์
อาจารย์เสกข์สิทธิ์ เพ็ชรชินเลิศ	คณะศิลปศาสตร์

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ

Reviewers

Prof. (Adj.) Dr. Supraprawat Siripipatthanakul

รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์สิทธิ์ แสงบุญ

รองศาสตราจารย์ ดร.อิสรา ประมูลสุข

รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยยุทธ ถาวรานุรักษ์

รองศาสตราจารย์ชนิษฐา จิตจินากุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนาวลี ไม้สั๊ก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพงษ์ สูงปานเขา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทุมพร เรืองฤทธิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรา สุขะสุนนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ สาทรสัมฤทธิ์ผล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัสมา ทรรคนะมีลาภ

ดร.สุพิรพัชร พิมพ์มาศ

ดร.จิราพร สุขกรง

ดร.ณัฐพงษ์ วงษ์อำไพ

ดร.ธนภัทร สีสดใส

ดร.เพ็ญพิมพ์ พวงสุวรรณ

ดร.ศรีสุดา จงสิทธิผล

Manipal GlobalNxt University, Malaysia

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

สถาบันเทคโนโลยีภาคตะวันออกแห่งสุวรรณภูมิ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

มหาวิทยาลัยพะเยา

มหาวิทยาลัยสยาม

บทบรรณาธิการ

“วารสารศิลปศาสตรราชชมงคลพระนคร” หรือ “Journal of Liberal Arts Rajamangala University of Technology Phra Nakhon” ฉบับนี้เป็นปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2568) ดำเนินการโดยคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งวารสารนี้จะเป็นแหล่งเผยแพร่ผลงานวิจัยและวิชาการระดับชาติทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง สำหรับคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ ตลอดจนนิสิตหรือนักศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีจนถึงปริญญาเอก นักวิชาการอิสระ หรือบุคคลทั่วไปที่สนใจ

สำหรับฉบับนี้ พลิกโฉมองค์ความรู้ด้วยงานวิจัยสหวิทยาการโดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาเพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความ จำนวน 3 ท่าน จากหลากหลายสถาบัน ก่อนลงตีพิมพ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความจะไม่ทราบชื่อของผู้เขียนบทความและผู้เขียนไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (Double-blind peer review) สำหรับฉบับนี้ นำเสนอผลงานวิจัยที่หลากหลายและน่าสนใจ สะท้อนถึงความก้าวหน้าและความท้าทายในหลากหลายสาขา ไม่ว่าจะเป็นด้านภาษาศาสตร์ ธุรกิจ สังคมศาสตร์ การจัดการ และเทคโนโลยีการศึกษา บทความแรก From Ringside to Fluency: The Impact of WWE Commentary on Pronunciation Development ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อบันเทิงอย่างมวยปล้ำ WWE ที่มีต่อการพัฒนาการออกเสียงภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นมุมมองที่แปลกใหม่และน่าสนใจ ในส่วนของธุรกิจ Buddhist Entrepreneurial Leadership Innovation and Its Impact on Employee Happiness at Work: A Case Study of the Comprehensive Health and Beauty Supplement Manufacturing Business of SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates นำเสนอแนวทางการบริหารธุรกิจตามหลักพุทธศาสนา และผลกระทบที่มีต่อความสุขของพนักงาน นอกจากนี้ ยังมีบทความ แนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Economy ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ที่นำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ซึ่งเป็นประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจในปัจจุบัน ในด้านสังคมศาสตร์นำเสนอ ภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคมที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ช่วงปี พ.ศ. 2564 ถึง พ.ศ. 2565 ซึ่งวิเคราะห์ภาพสะท้อนทางสังคมที่ปรากฏในบทกวีร่วมสมัย สำหรับการจัดการนำเสนอ การจัดการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำไผ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งนำเสนอแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน และปิดท้าย ในด้านเทคโนโลยีการศึกษา เรามีบทความ Gamification in Education and Beyond: Mechanisms, Impact and Challenges ซึ่งสำรวจกลไก ผลกระทบ และความท้าทายของการใช้ Gamification ในการศึกษาและด้านอื่น ๆ

กองบรรณาธิการวารสารฯ ยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพในอนาคต ขอขอบคุณผู้เขียนบทความและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาเป็นผู้ประเมินบทความอย่างมีคุณภาพ

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพงษ์ สุงปานเขา

ดร.เมธิกา พ่วงแสง

สารบัญ

บทความวิจัย

From Ringside to Fluency: The Impact of WWE Commentary on Pronunciation Development	1
Sakesit Petchinalert	
Buddhist Entrepreneurial Leadership Innovation and Its Impact on Employee Happiness at Work: A Case Study of the Comprehensive Health and Beauty Supplement Manufacturing Business of SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates	17
Ntapat Worapongpat	
แนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Economy ของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร	34
ธนวัฒน์ สุตจิตรสมโภชน์ ญาณินท์ สายหยุด และ สุจินดา อิ่มเงิน	
ภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคมที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นยาว” ช่วงปีพ.ศ. 2564 ถึง พ.ศ. 2565	53
อำนาจ เอี่ยมสำอางค์ สาธิต ทรงทรัพย์ วิไลลักษณ์ ตางาม รติรัตน์ กุญแจทอง และ อาทิตย์ ศรีจันทร์	
การจัดการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี	66
เมริกา พลั่งเดช และ ปาริชาติ ช้วนรักธรรม	
Gamification in Education and Beyond: Mechanisms, Impact, and Challenges	80
Piyathida Sereebenjapol Tanonrat Naktang Sutthirak Suwandecha and Steven John Bodley	

From Ringside to Fluency: The Impact of WWE Commentary on Pronunciation Development

Sakesit Petchinalert^{1*}

^{1*}Department of Foreign Languages, Faculty of Liberal Arts,

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Received: 27 March 2025 / Revised: 28 May 2025 / Accepted: 12 June 2025

Abstract

This study explores how shadowing emotionally expressive media, specifically WWE (World Wrestling Entertainment) commentary, can support English pronunciation development among EFL learners. Drawing on Krashen's Input Hypothesis and Imitation Theory, the research employs a narrative-based, self-exploratory design conducted over 16 weeks. Through systematic shadowing of WWE broadcasts, weekly audio recordings, and reflective journaling, the study documents gradual improvements in consonant articulation, word stress, and prosodic features such as rhythm, pitch variation, and expressive fluency. High-energy segments of commentary were particularly effective in enhancing speech confidence and reducing hesitation, suggesting that emotionally engaging input may facilitate natural and fluent speech production. While results were promising, the single-participant design limits generalizability. Future research with more participants, objective assessment tools, and varied media formats is recommended to build on and validate these findings.

Keywords: Pronunciation Development, Shadowing, Media-based Language Learning

*Corresponding Author: sakesit.p@rmutp.ac.th

INTRODUCTION

Pronunciation plays a pivotal role in second language acquisition, particularly for non-native speakers of English. The ability to pronounce words clearly and accurately is essential not only for effective communication but also for the development of fluency and speaker confidence (Celce-Murcia et al., 2010). In English as a Foreign Language (EFL) instruction, traditional approaches to teaching pronunciation such as phonetic drills, repetition, and controlled practice are commonly employed. While these techniques may be effective, they often lack the authenticity and contextual richness needed for real-world communication (Derwing & Munro, 2015; Morley, 1991).

To address these gaps, researchers now explore media's role in language learning. Media content such as movies, TV series, podcasts, and live sports commentary can expose learners to natural speech patterns, including features like stress, intonation, and rhythm. These features are often absent from controlled classroom materials (Levis, 2018; Vanderplank, 2016). However, while the pedagogical value of scripted media such as films and dramas is well established, less attention has been devoted to the educational potential of live, unscripted media especially sports commentary as a resource for developing pronunciation (Gilmore, 2007).

One compelling example of this underutilized media form is World Wrestling Entertainment (WWE) commentary, which combines the immediacy of live sports narration with the emotive expression of performance-based storytelling (Verma, 2020). WWE broadcasts feature high-energy commentators such as Jim Ross and Michael Cole, whose speech is rich in linguistic features ranging from varied pitch and tone to emphatic stress and dynamic pacing that may benefit pronunciation learners. Their delivery, designed to evoke emotion and maintain viewer engagement, creates a vivid and accessible model for speech imitation (Billings et al., 2017; Vanderplank, 2016).

These characteristics make WWE commentary particularly relevant for EFL learners seeking to improve core aspects of pronunciation. The rapid yet deliberate articulation, frequent repetition of catchphrases, and use of specialized vocabulary expose learners to a diverse range of phonological patterns. Furthermore, the emotionally expressive delivery introduces learners to authentic prosodic features such as intonation and emphasis that are often underrepresented in textbook-driven instruction (Billings et al., 2017; Vanderplank, 2016).

Despite anecdotal reports and informal observations suggesting that mimicking WWE commentary can support oral fluency and pronunciation clarity, there is a notable lack of

empirical research exploring this form of media in applied linguistic contexts. This underrepresentation highlights a gap in the current literature and presents an opportunity to examine how nontraditional, entertainment-driven content might contribute to second language pronunciation development (Levis, 2018; Yoshida, 2016).

To address this gap, the present study investigates the potential of WWE commentary as a pronunciation training tool using a narrative-based, self-exploratory approach. Specifically, it explores how engaging with this emotionally charged and rhythmically varied speech input may facilitate improvement in key areas of English pronunciation. Grounded in Krashen's Input Hypothesis (1985) and Imitation Theory (Skinner, 1957), the study is guided by the following research questions:

1. How does shadowing WWE commentary improve English pronunciation?
2. What is the effect of emotionally expressive media on pronunciation fluency?

These questions are situated within a theoretical context that emphasizes the role of meaningful input and mimetic practice in second language acquisition. To better understand the mechanisms through which emotionally rich, unscripted media may influence pronunciation development, the study draws on established theories that connect language exposure and imitation to skill acquisition.

THEORETICAL FRAMEWORK

This study is grounded in two complementary theories from second language acquisition: Krashen's Input Hypothesis (1985) and Imitation Theory (Skinner, 1957). Together, these frameworks provide a theoretical basis for understanding how exposure to emotionally rich, media-based input can support the development of pronunciation skills in EFL learners. By integrating the concepts of comprehensible input and guided imitation, the study positions pronunciation as both a perceptual and performative skill shaped through meaningful interaction with language.

Building on this foundation, Krashen's Input Hypothesis posits that language acquisition is most effective when learners engage with input that is just beyond their current proficiency level yet remains accessible through contextual cues. This type of input supports the natural assimilation of vocabulary, grammatical structures, and phonological patterns. Furthermore, Krashen emphasizes the importance of lowering the affective filter, which refers

to emotional factors that may impede language learning, by providing content that is both stimulating and encouraging (Krashen, 1985).

In this regard, WWE commentary offers a particularly rich form of comprehensible input. Characterized by its repetitive phrases, visual-verbal synchrony, and emotionally charged delivery, it creates a vivid context in which language is tightly linked to action. This enhances attentional focus and reinforces lexical patterns through repeated exposure. The commentary's immediacy and alignment with visual cues provide real-time comprehension support, while its entertaining and immersive nature may lower learner anxiety and increase willingness to engage, factors that align closely with Krashen's emphasis on affective variables in language learning (Billings et al., 2017; Desbordes & Richelieu, 2012; Vanderplank, 2016).

While Krashen's theory addresses the input side of language acquisition, Imitation Theory complements it by focusing on output, specifically, the development of pronunciation through speech reproduction. This theory maintains that learners improve phonological accuracy by mimicking the speech of proficient users, particularly in terms of rhythm, stress, and intonation. According to Skinner (1957), the ability to closely replicate native-like speech patterns is essential for developing intelligibility and natural fluency. Through imitation, learners internalize not just sounds, but the prosodic features that make spoken language expressive and communicative.

Within this perspective, shadowing, the real-time repetition of speech, serves as an effective method for bridging perception and production (Murphey, 2001). WWE commentators, with their clear articulation, controlled pacing, and emotionally expressive delivery, offer robust models for imitation. Their spontaneous yet deliberate use of pitch variation, emphatic stress, and rhythmic pacing introduces learners to suprasegmental features that are often overlooked in conventional classroom materials (Vanderplank, 2016).

Viewed holistically, these two theoretical perspectives illuminate how media-based, emotionally engaging speech can facilitate pronunciation development. The interaction between comprehensible input and active imitation underscores the dual importance of receptive exposure and productive practice in mastering spoken language. By grounding the study in these established frameworks, WWE commentary is framed not merely as an entertaining form of media, but as a pedagogically sound and linguistically meaningful tool for enhancing English pronunciation.

Drawing from this theoretical foundation, the following literature review examines prior research on media-based pronunciation learning, shadowing techniques, and the pedagogical value of emotionally expressive commentary such as that found in WWE broadcasts.

LITERATURE REVIEW

Celce-Murcia et al. (2010) note that traditional methods like drills and transcription often overlook prosodic features such as rhythm and intonation. Pronunciation, however, remains a key aspect of second language acquisition (SLA), shaping learners' intelligibility, fluency, and confidence. Derwing and Munro (2015) highlight how this creates a gap between classroom practice and real-world communication. As a result, there is growing interest in more authentic, context-rich approaches, particularly media-based learning, as a way to enhance pronunciation instruction.

Media-based language learning builds on Krashen's (1985) Input Hypothesis, which emphasizes the importance of comprehensible input just beyond a learner's current level. Authentic media like films, TV shows, and podcasts provide this input while exposing learners to natural language use and essential prosodic features often missing from scripted materials (Levis, 2018). Emotionally engaging content also helps reduce affective filters, boosting motivation and retention (Krashen, 1985; Vanderplank, 2016). More recent research highlights the value of unscripted formats such as reality TV and YouTube vlogs for their informal and emotionally rich language (Jones & Hafner, 2021; Purnamasari, 2018; Verbeke & Simon, 2023; Weninger & Kiss, 2013).

Unscripted, emotionally expressive media like live sports commentary, political debates, and reaction videos expose learners to natural shifts in pitch, stress, and pacing that reflect real-life conversation. These spontaneous formats offer affective richness typically lacking in scripted materials. Both Borrego et al. (2007) and Mishan (2004) highlighted that unscripted radio improved learners' prosodic awareness, while Rohmiyati et al. (2025) showed that emotionally charged video blogs boosted engagement and imitation of features like intonation and emphasis. Extending this insight, such media not only enhance exposure to authentic speech but also create emotionally engaging contexts that promote deeper processing and more effective pronunciation practice.

Live sports commentary, in particular, offers a compelling blend of spontaneous language use, emotional intensity, and rapid delivery, making it an authentic and stimulating model for pronunciation training. Unlike scripted dialogue, which tends to be polished and predictable, sports commentary reflects real-time reactions and varied linguistic expressions. Ferguson (1983) asserts that this type of dynamic input not only holds learners' attention but also exposes them to authentic patterns of speech, including shifting intonation and emphatic stress. Jenkins (2000) further notes that exposure to these features can significantly enhance learners' ability to interpret and reproduce natural speech. Extending this perspective, Wood (2006) emphasizes that emotionally heightened input may improve learners' ability to process prosodic cues, reinforcing the pedagogical value of high-arousal speech.

To fully benefit from such input, learners must go beyond passive listening and engage actively with the speech. One highly effective technique for this purpose is shadowing, which involves repeating speech in real time to mimic native pronunciation. Rooted in Imitation Theory (Skinner, 1957), shadowing enables learners to internalize suprasegmental features such as rhythm, stress, and pitch variation. Vandergrift and Goh (2011) demonstrate that learners who engage in shadowing show notable improvements in both fluency and prosodic accuracy. When paired with emotionally charged and rhythmically complex input like live commentary, shadowing may amplify its pedagogical impact. This interaction between input quality and imitation strategy positions shadowing as a powerful bridge between perception and production in SLA.

Within this context, WWE commentary presents a particularly rich source of pronunciation input. Commentators like Jim Ross and Michael Cole combine clear articulation with dramatic expression, employing pitch variation, emphatic stress, repetition, and controlled pacing (Billings et al., 2017; Vanderplank, 2016). These features provide learners with phonetic clarity and prosodic patterns that closely resemble spontaneous conversation. The frequent use of catchphrases and specialized vocabulary also offers consistent and memorable targets for pronunciation practice (Warden, 2016). WWE's emotionally charged delivery aligns with Krashen's idea that engaging input enhances acquisition, reinforcing its relevance to both the Input Hypothesis and Imitation Theory.

Despite these pedagogical advantages, WWE commentary remains under-researched in SLA literature. Most existing studies have focused on scripted media or general entertainment content, often overlooking the learning potential of performance-based sports

entertainment. Gilmore (2007) and King (2002) have emphasized the value of authenticity in media use, yet they have not considered the unique combination of clarity, intensity, and spontaneity found in WWE broadcasts. Furthermore, while Derwing and Munro (2015) stress the importance of active engagement with media for pronunciation gains, few empirical studies have examined how learners interact with unscripted, expressive input in performative contexts. As a result, WWE commentary represents an untapped pedagogical resource, warranting further investigation within the context of pronunciation development.

In summary, the literature emphasizes the value of moving beyond traditional pronunciation instruction toward immersive, emotionally rich approaches. While media-based learning has gained traction, especially with scripted content, there remains a notable lack of research on how unscripted, emotionally expressive media like live sports or entertainment commentary affects pronunciation development. This study addresses that gap by exploring the pedagogical potential of WWE commentary, a form of dynamic and affective media rarely examined in SLA. Informed by Krashen's Input Hypothesis and Imitation Theory, this study adopts a narrative-based, self-exploratory methodology to investigate how shadowing such commentary influences both segmental and suprasegmental pronunciation features in an EFL context.

METHODOLOGY

Research Design

To investigate the role of WWE commentary in English pronunciation development, this study adopted a qualitative, narrative-based design grounded in self-exploration. This approach was chosen to closely examine the lived experience of engaging with emotionally expressive media through shadowing, a technique aligned with Krashen's Input Hypothesis (1985), which emphasizes exposure to comprehensible input, and Skinner's Imitation Theory (1957), which highlights learning through guided imitation. The longitudinal and reflective nature of the methodology enabled both experiential tracking and in-depth phonological analysis, offering insight into how immersive, emotionally rich input may influence pronunciation development and fluency over time.

Data Collection

Data collection spanned four consecutive months and focused on the systematic shadowing of WWE commentary, primarily drawn from episodes of Monday Night Raw and

SmackDown (WWE, n.d.). WWE was chosen for its emotionally heightened, rhythmically varied speech, offering ideal conditions to examine both shadowing practices and the effects of expressive media on spoken fluency.

Each week, a 30-minute segment of live commentary was selected as the core material for daily practice. The researcher listened to the segment repeatedly, transcribed key excerpts, and engaged in real-time shadowing to replicate the commentators' delivery. Particular emphasis was placed on suprasegmental features such as pitch, stress, emotional tone, and rhythm. This practice enabled in-depth analysis of how emotionally dynamic input influenced both segmental (consonants and vowels) and suprasegmental (intonation and rhythm) pronunciation features.

In parallel, the study explored how the emotional intensity of the commentary, characterized by excitement, urgency, and dramatic pacing, affected fluency, pacing, and expressive speech. Highly charged moments in each broadcast provided rich prosodic variation for imitation. Weekly progress was tracked through recordings made after several days of shadowing, capturing changes in speech flow, vocal energy, and emotional tone. These recordings revealed how expressive input supported more natural and confident delivery. A reflective journal was also maintained to document engagement, pronunciation challenges, and observable gains in intonation and emphasis.

Data Analysis

The analysis focused on two primary dimensions: phonological development, specifically articulation, stress, and intonation, and the emotional impact of expressive media on fluency, including rhythm, pacing, and speech confidence.

To examine phonological changes, all self-recorded shadowing sessions were reviewed every two weeks and evaluated using a customized rubric adapted from Celce-Murcia et al. (2010). The rubric employed a 1–5 rating scale, where 1 represented minimal control or frequent errors, 3 indicated moderate accuracy with occasional lapses, and 5 denoted consistent, fluent, and clear production of the target feature. Separate descriptors were applied to four core areas: clarity of articulation, accuracy of syllable stress, control of intonation contours, and overall fluency. These were calibrated for self-assessment and longitudinal tracking. Special attention was given to comparing recordings from the early and final stages of the study to identify developmental patterns over time. This comparison helped chart gradual improvements in pronunciation control, particularly in reproducing the exaggerated prosodic features modeled by WWE commentators. Additionally, wrestling-

specific terminology (e.g., *suplex*, *submission*, *finisher*) was analyzed for segmental precision, as these words posed unique articulation challenges and served as phonological benchmarks.

A thematic analysis was also conducted on entries from the reflective journal to explore how emotional engagement influenced speech performance. Open coding was used to identify recurring themes, which included “expressive fluency,” “emotional imitation,” “speech confidence,” and “intonation adaptation.” These codes were refined iteratively and cross-referenced with the corresponding weekly recordings to triangulate insights. Particular focus was placed on emotionally charged moments in the broadcasts such as dramatic reversals or climactic commentary, which frequently coincided with shifts in vocal energy, pacing, and prosodic fluidity. These qualitative findings provided a deeper understanding of how affectively rich input contributed to more natural and confident speech delivery.

Taken together, these analytical procedures offered a comprehensive view of how emotionally expressive, media-based input influenced both the technical precision and emotional dynamism of spoken English.

Trustworthiness and Reflexivity

Trustworthiness was established through methodological transparency, triangulation, and critical self-reflection (Lincoln & Guba, 1985). All procedures related to data collection and analysis were thoroughly documented to ensure traceability. Triangulation across audio recordings, transcriptions, and reflective journal entries provided a multi-layered perspective, enhancing the credibility and depth of the findings.

While the single-participant design limits the generalizability of results, it allowed for a rich, in-depth exploration of pronunciation development through immersive media engagement. The researcher adopted a reflexive stance throughout the study, drawing on personal experience as an EFL learner and educator while actively monitoring potential biases through ongoing journaling and analytic introspection. This reflexivity contributed to the integrity and transparency of the study’s self-exploratory design.

RESULTS

Data were drawn from weekly pronunciation recordings, a reflective journal, and self-assessment over 16 weeks. The results are presented in three categories: phonological development, prosodic and expressive fluency, and speech rate and confidence.

1. Improvements in segmental pronunciation features

The most evident improvement occurred in consonant articulation and word stress accuracy, which progressed from initial ratings of 2 to 4 by Week 16. Features such as vowel clarity, intonation control, and speech rhythm showed more modest gains, reflecting the complexity of these areas and the challenge of mastering them through self-guided shadowing alone.

Figure 1 illustrates the gradual, nonlinear progression of pronunciation features. Improvements were incremental, with plateaus in the early and middle weeks reflecting typical pronunciation learning curves.

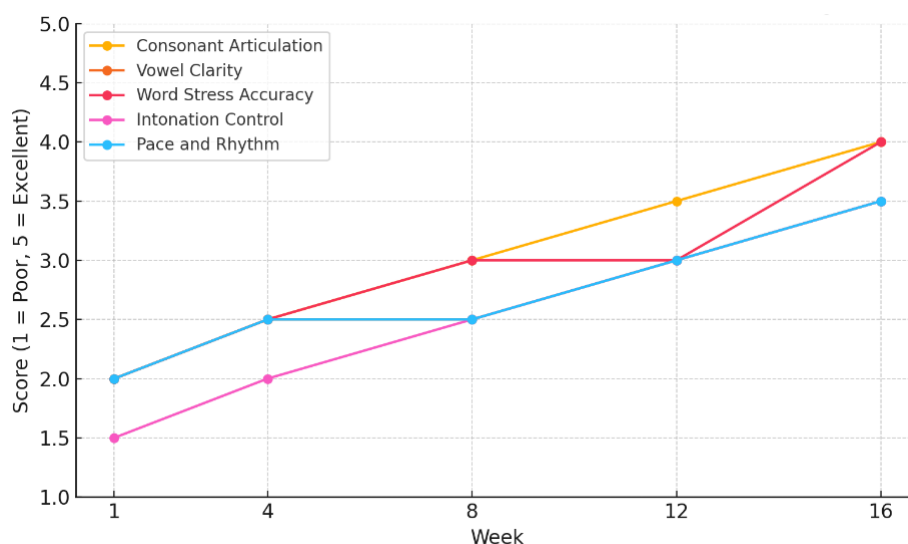


Figure 1. Weekly progress in five pronunciation features

Note: Scores reflect a 1–5 rubric: 1 = minimal control, 5 = fluent and accurate.

2. Suprasegmental development and expressive fluency

Progress was also noted in suprasegmental features, including pitch range and rhythmic control, especially during emotionally intense moments in the commentary. WWE's expressive language, marked by high energy, pitch modulation, and strategic emphasis, proved effective for practicing intonation and emotional speech delivery.

These findings are supported by journal reflections, summarized in Table 1, which show recurring themes of increased speech confidence, emotional imitation, and fluency breakthroughs during specific weeks. These themes, identified through open coding of journal

entries, corresponded with notable changes in pronunciation observed in the weekly recordings, thus reinforcing the triangulated nature of the analysis.

Table 1. Summary of journal themes related to pronunciation

Theme	Example Entry (Excerpt)	Frequency (Noted Weeks)
Increased Speech Confidence	"Felt more natural today, especially during intense moments."	Weeks 8, 11, 15
Emotional Imitation	"Copied Cole's tone when he yelled about the reversal. I think I nailed it!"	Weeks 6, 12
Fluency Breakthroughs	"Almost no pauses today. The rhythm came easily."	Weeks 10, 13, 16

These reflections aligned with observed gains in expressiveness and prosody, particularly when the input was emotionally engaging and rhythmically varied.

3. Fluency gains and increased speaking confidence

In addition to segmental and suprasegmental gains, there was noticeable improvement in fluency and self-confidence, as shown in Figure 2. Speech rate increased steadily from 80 to 105 words per minute over the course of the study, while self-rated confidence rose from 2.0 to 4.0 on a 5-point scale.

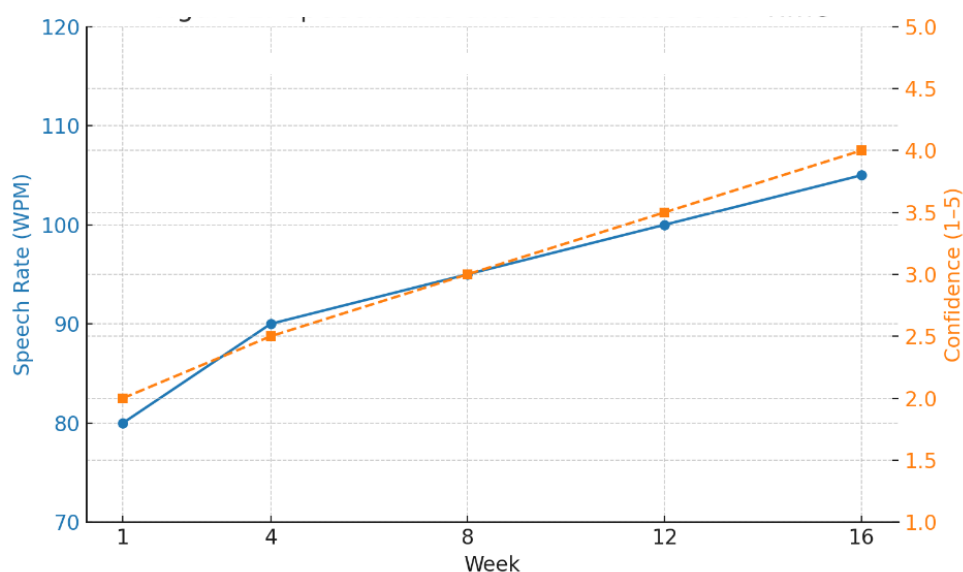


Figure 2. Increases in speech rate (words per minute) and self-rated confidence

Note: Confidence was rated on a 1–5 scale, from very low to very high.

The findings suggest that emotionally charged, fast-paced input like WWE commentary not only challenges learners to keep up with speech rhythm but also encourages more confident and fluent delivery. Though the gains were moderate, they reflect the steady and realistic progress expected from self-guided pronunciation practice. This observed trajectory lays the groundwork for the following discussion, which interprets the outcomes through the lens of the study's theoretical frameworks and affective dimensions.

DISCUSSION

The findings of this study offer insight into the ways in which shadowing WWE commentary can support pronunciation development in EFL learners, particularly in relation to both segmental accuracy and suprasegmental fluency, in line with the two research questions.

The first research question focused on how shadowing WWE commentary improves English pronunciation. Results demonstrated steady gains in consonant articulation, word stress accuracy, and pacing over the 16-week period, although more modest improvement was noted in vowel clarity and intonation control. These outcomes suggest that regular exposure to the speech patterns of sports entertainment commentary can support phonological development even without formal instruction or external feedback. This supports Wood's (2006) finding that repetition of formulaic, prosodically rich sequences can help learners build fluency and internalize phonological patterns. Similarly, Vandergrift and Goh (2011) reported that active shadowing promotes both perception and production of rhythm and stress, especially when combined with emotionally charged material.

The consistency of practice and the clear articulation by WWE commentators provided a suitable model for pronunciation training, reinforcing the pedagogical potential of nontraditional input sources. Murphey (2001) also emphasized the role of mimicry in pronunciation learning, particularly when learners are exposed to engaging spoken input such as songs or chants, which parallel the rhythmic and dramatic delivery of WWE speech.

Closely related to this, the second research question explored the effect of emotionally expressive media on pronunciation fluency. Results indicated that emotionally intense segments, such as high-stakes match moments, contributed to increased speech fluidity, prosodic variation, and expressive delivery. Journal reflections further revealed that

these moments helped reduce hesitation and boost confidence. These findings reflect Krashen's (1985) affective filter hypothesis, which posits that learners acquire language more effectively when they are emotionally engaged and unburdened by anxiety. In support, Hirano (2009) found that emotionally resonant content improved EFL learners' willingness to speak and promoted spontaneous oral expression. Ferguson (1983) similarly argued that emotionally heightened input sustains attention and enhances exposure to authentic speech features such as emphatic stress and shifting intonation.

The use of performative commentary, rich in pitch variation and dramatic stress, thus appears to foster improvement not only in the mechanical aspects of pronunciation but also in overall speech confidence and fluency. Jenkins (2000) emphasized that learners need exposure to expressive input in order to develop prosodic sensitivity, while Levis (2018) noted that such features are underemphasized in traditional pronunciation curricula.

Furthermore, the steady increase in speech rate and confidence ratings suggests that the combination of emotional involvement and rhythmic repetition plays a pivotal role in fluency development. Unlike scripted materials, WWE commentary reflected spontaneous and emotionally reactive language, offering a dynamic model for internalizing prosodic norms. Huang (2024) found that shadowing emotionally expressive video blogs helped learners develop more natural rhythm and intonation patterns, a finding that aligns with the fluency breakthroughs noted in this study. Imitating dramatic intonation, as recorded in journal entries, likely indicates growing prosodic awareness, an area often neglected in classroom instruction. These aspects reinforce the value of integrating emotionally rich, rhythmically engaging media into EFL learning environments.

Notwithstanding these positive findings, the study's limitations must be acknowledged. As a self-exploratory, single-participant design, the findings are not generalizable. The observed progress was shaped by the researcher's motivation, consistency, and prior experience, and the lack of expert feedback may have allowed some errors to persist. However, the depth of engagement made possible by this design provides meaningful insight into how immersive and affective input can support pronunciation improvement over time. This highlights the underexplored pedagogical value of using WWE commentary as a pronunciation learning tool, and invites further research involving more participants, control groups, and cross-media comparisons.

CONCLUSION

This study examined how shadowing WWE commentary can enhance English pronunciation and fluency development in an EFL context. The findings demonstrated that regular imitation of emotionally expressive commentary led to gradual improvement in key segmental features, such as consonant articulation and word stress, as well as suprasegmental elements like rhythm and pitch variation. These gains were particularly noticeable during high-intensity segments, where emotional engagement appeared to boost speech confidence and expressiveness. Based on Krashen's Input Hypothesis and Imitation Theory, the results support the use of authentic, affectively rich media to foster natural speech production. This suggests that shadowing dynamic and emotionally engaging input, such as sports entertainment commentary, can serve as a valuable supplement to traditional pronunciation instruction, especially for learners seeking to improve not only clarity but also prosodic fluency.

Given the observable improvements, several limitations must be considered. As a single-participant, self-exploratory study, the results are not generalizable and may reflect individual factors such as motivation or prior familiarity with the content. The lack of expert feedback or formal assessment means some errors may have gone undetected, and the subjective nature of journal reflections limits objectivity. Future research should involve more participants, use control groups, and apply pre- and post-assessments to evaluate outcomes more systematically. Exploring other emotionally rich media could also help determine how such input supports pronunciation across diverse learner profiles.

For EFL educators, integrating shadowing with emotionally dynamic media like WWE commentary offers a low-pressure, engaging way to build both accuracy and fluency. This approach is especially useful for learners who struggle with traditional drills or lack confidence. It also supports autonomous learning, giving students more control over their pronunciation practice. Overall, the study underscores the value of expressive media in helping learners speak more clearly and confidently.

Acknowledgments

The author gratefully acknowledges the financial support from Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, which was instrumental in enabling the publication of this research.

REFERENCES

- Billings, A. C., Butterworth, M. L., & Turman, P. D. (2017). *Communication and sport: Surveying the field* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Borrego, M. C., Gasparini, G., & Behlau, M. (2007). The effects of a specific speech and language training program on students of a radio announcing course. *Journal of Voice*, 21(4), 426–432.
- Celce-Murcia, M., Brinton, D. M., & Goodwin, J. M. (2010). *Teaching pronunciation: A course book and reference guide* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Derwing, T. M., & Munro, M. J. (2015). *Pronunciation fundamentals: Evidence-based perspectives for L2 teaching and research*. John Benjamins Publishing.
- Desbordes, M., & Richelieu, A. (Eds.). (2012). *Global sport marketing: Contemporary issues and practice*. Routledge.
- Ferguson, C. A. (1983). Sports announcer talk: Syntactic aspects of register variation. *Language in Society*, 12(2), 153–172.
- Gilmore, A. (2007). Authentic materials and authenticity in foreign language learning. *Language Teaching*, 40(2), 97–118.
- Hirano, E. (2009). Learning difficulty and learner identity: A symbiotic relationship. *ELT Journal*, 63(1), 33–41.
- Huang, Y. (2024). Perception and imitation of period-doubled phonation: Pitch and voice quality. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 156(2), 1391–1412.
- Jenkins, J. (2000). *The phonology of English as an international language*. Oxford University Press.
- Jones, R. H., & Hafner, C. A. (2021). *Understanding digital literacies: A practical introduction* (2nd ed.). Routledge.
- King, J. (2002). Using DVD feature films in the EFL classroom. *Computer Assisted Language Learning*, 15(5), 509–523.
- Krashen, S. D. (1985). *The input hypothesis: Issues and implications*. Addison-Wesley Longman.
- Levis, J. M. (2018). *Intelligibility, oral communication, and the teaching of pronunciation*. Cambridge University Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Mishan, F. (2004). *Designing authenticity into language learning materials*. Intellect.
- Morley, J. (1991). The pronunciation component in teaching English to speakers of other languages. *TESOL Quarterly*, 25(3), 481–520.
- Murphey, T. (2001). Exploring conversational shadowing. *Language Teaching Research*, 5(2), 128–155.

- Purnamasari, A. (2018). What EFL learners say about YouTube use to improve pronunciation in a blended learning environment. *Journal of English Teaching*, 4(3), 205–215.
- Rohmiyati, Y., Imron, A., & Asiah, N. (2025). Enhancing English speaking proficiency through video assignments: Addressing linguistic and psychological challenges among Indonesian EFL students. *Journal of English Language Teaching, Linguistics, and Literature*, 5(1), 121–134.
- Skinner, B. F. (1957). *Verbal behavior*. Prentice Hall.
- Vandergrift, L., & Goh, C. C. M. (2011). *Teaching and learning second language listening: Metacognition in action*. Routledge.
- Vanderplank, R. (2016). *Captioned media in foreign language learning and teaching: Subtitles for the deaf and hard-of-hearing as tools for language learning*. Palgrave Macmillan.
- Verbeke, G., & Simon, E. (2023). Listening to accents: Comprehensibility, accentedness and intelligibility of native and non-native English speech. *Lingua*, 292, 1–25.
- Verma, D. S. (2020). *Wrestling fans as players, performers as characters: Conceptualizing WWE storytelling and production in terms of games and play* [Master's thesis, Utrecht University]. Utrecht University Repository. <https://shorturl.at/tz5No>
- Warden, C. (2016). Pops and promos: Speech and silence in professional wrestling. In B. Chow, E. Laine, & C. Warden (Eds.), *Performance and professional wrestling* (pp. 27–35). Routledge.
- Weninger, C., & Kiss, T. (2013). Culture in English as a foreign language (EFL) textbooks: A semiotic approach. *TESOL Quarterly*, 47(4), 694–716.
- Wood, D. (2006). Uses and functions of formulaic sequences in second-language speech: An exploration of the foundations of fluency. *Canadian Modern Language Review*, 63(1), 13–33.
- WWE. (n.d.-a). *WWE videos: Raw and SmackDown episodes*. WWE.
<https://www.wwe.com/shows>
- WWE. (n.d.-b). *WWE* [YouTube channel]. YouTube. <https://www.youtube.com/@WWE>
- WWE. (n.d.-c). *WWE Vault* [YouTube channel]. YouTube.
<https://www.youtube.com/@WWEVault>
- Yoshida, M. T. (2016). *Beyond repeat after me: Teaching pronunciation to English learners*. TESOL Press.

Buddhist Entrepreneurial Leadership Innovation and Its Impact on Employee Happiness at Work: A Case Study of the Comprehensive Health and Beauty Supplement Manufacturing Business of SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates

Ntapat Worapongpat^{1*}

^{1*}Knowledge Transfer Center, Technology, Community Innovation, Entrepreneurship, Tourism and Education Eastern Institute of Technology Suvarnabhumi (EIT)

and SCG Grand Research and Development Center

Received: 12 March 2025 / Revised: 24 May 2025 / Accepted: 9 June 2025

Abstract

This study explores the impact of Buddhist-inspired Innovative Leadership on employee job satisfaction within SCG GRAND Co., Ltd., a company specializing in the manufacturing of dietary supplements, health, and beauty products. The research integrates Buddhist leadership principles, including the Four Bhāvanās (Sīla, Kāya, Citta, and Paññā) and emphasizes the holistic development of employees through morality, physical well-being, mental well-being, and wisdom. The study identifies key factors influencing job satisfaction, including interpersonal relationships, job security, and the alignment of leadership practices with employee development. Findings suggest that Buddhist-inspired Innovative Leadership significantly enhances job satisfaction by fostering an environment of trust, stability, and mindfulness. The application of these principles leads to higher employee engagement, satisfaction, and organizational success. This research contributes to a deeper understanding of how Buddhist leadership can be applied to modern entrepreneurial settings, offering valuable insights for organizations seeking to integrate ethical leadership and improve employee well-being.

Keywords: Buddhist creative leadership, Employee happiness, Job satisfaction, Organizational leadership, SCG Grand Co., Ltd.

*Corresponding Author: dr.thiwat@gmail.com

INTRODUCTION

In the modern business landscape, characterized by rapid transformations, technological advancements, and intense competition, leadership plays a pivotal role in ensuring organizational adaptability, long-term sustainability, and overall success (Prayukvong & Rees, 2010). This is particularly evident in the health and beauty industry, where consumer preferences and market trends continuously evolve (Jinlei et al., 2024), necessitating agile and forward-thinking leadership (Zhi Chao et al., 2023). Organizations within this sector must prioritize not only product innovation and market expansion but also workplace culture and employee well-being to maintain a competitive edge (Sophon & Worapongpat, 2025).

SCG GRAND Co., Ltd., along with its affiliated companies, operates in the comprehensive health and beauty supplement manufacturing sector, offering high-quality products designed to enhance consumers' well-being (Worapongpat, 2023a). Recognizing that sustainable business success is closely linked to a motivated and engaged workforce, the company has embraced the concept of Buddhist-inspired innovative leadership, a leadership model that integrates effective organizational management practices with core Buddhist teachings (Worapongpat, 2023b). This approach fosters ethical decision-making, promotes workplace harmony, and enhances employee happiness, ultimately driving productivity and long-term growth (Dongjie et al., 2024).

The Buddhist-inspired innovative leadership model draws inspiration from fundamental Buddhist doctrines, including the Four Divine Abidings (Brahmavihara) loving-kindness (Metta), compassion (Karuna), empathetic joy (Mudita), and equanimity (Upekkha) which cultivate a compassionate and supportive work environment. (Wei et al., 2020). These principles foster positive relationships, reduce conflict, and create a sense of belonging, all of which contribute to employee happiness. (Liu et al., 2020). Additionally, it incorporates the Four Noble Truths (Ariyasacca), which provide a framework for understanding and addressing workplace challenges through mindfulness, ethical responsibility, and problem-solving. (Worapongpat.2023c). By embedding these principles into leadership practices, organizations can foster a corporate culture that values ethical conduct, emotional intelligence, and innovation (Worapongpat.2023d).

At SCG GRAND Co., Ltd., where the core mission revolves around delivering health and beauty solutions, employee happiness is considered a cornerstone of organizational success. (Worapongpat. 2023e). A positive and supportive workplace culture contributes to employee

satisfaction, engagement, and retention, ultimately benefiting key stakeholders, including customers, business partners, and the broader community. (Worapongpat, 2023f). By exploring the Buddhist-inspired innovative leadership model and its impact on employee happiness (Yicheng et al., 2024). this study aims to provide valuable insights into how organizations can integrate ethical leadership and innovative management strategies to cultivate a thriving and resilient business environment. (Tao et al., 2024).

At SCG GRAND Co., Ltd., where the core mission revolves around delivering health and beauty solutions, employee happiness is considered a cornerstone of organizational success. (Gongjing et al., 2024). A positive and supportive workplace culture contributes to employee satisfaction, engagement, and retention, ultimately benefiting key stakeholders, including customers, business partners, and the broader community. (Worapongpat, 2024g). By exploring the Buddhist-inspired innovative leadership model and its impact on employee happiness, this study aims to provide valuable insights into how organizations can integrate ethical leadership and innovative management strategies to cultivate a thriving and resilient business environment. (Jianyu et al., 2024).

This research highlights the significance of compassionate and innovation-driven leadership in shaping a workplace that nurtures employee well-being while ensuring sustainable business growth. Understanding the intersection between Buddhist principles and modern leadership methodologies will serve as a guide for organizations seeking to enhance their internal culture, strengthen employee relationships, and build a sustainable, high-performing business ecosystem in the competitive health and beauty industry. Specifically, this study investigates the relationship between Buddhist-inspired innovative leadership practices and employee happiness within SCG GRAND Co., Ltd., providing a model for organizations seeking to foster both ethical leadership and employee well-being

RESEARCH OBJECTIVES

- 1 . To examine the level of Buddhist-inspired innovative leadership among entrepreneurs in the comprehensive health and beauty supplement manufacturing business.
- 2.To investigate the relationship between Buddhist-inspired innovative leadership among entrepreneurs and its impact on employee happiness at work.
- 3.To develop a predictive model of employee performance using Buddhist-inspired innovative leadership of entrepreneurs.

4. To study and develop a predictive model of Buddhist innovative leadership among entrepreneurs in relation to the work performance of employees in the comprehensive health and beauty supplement manufacturing business of SCG GRAND Co., Ltd. and its affiliates.

CONCEPTUAL FRAMEWORK

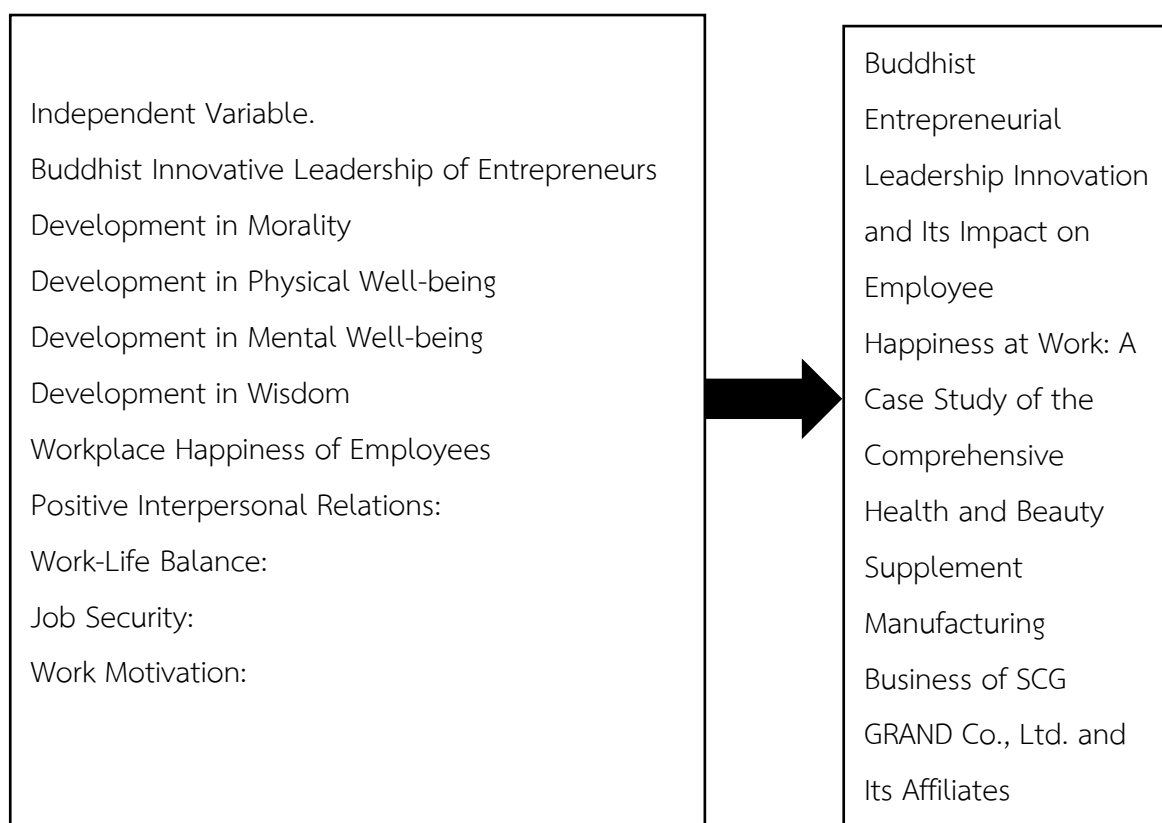


Figure 1. Conceptual framework of the research.

METHOD

Population and Sample

1.1 Population and Sample

The population and sample for this research consist of employees working in comprehensive health supplement and cosmetics manufacturing businesses located in the local administrative area of Samut Sakhon Province. Since the total population cannot be determined, the sample size was calculated using Cochran's formula (1977) for an unknown population. At a 95% confidence level and an allowable margin of error of 5%, with the proportion of the population characteristic of interest set at 0.5, the required sample size is 385. To mitigate potential errors during questionnaire collection, the researcher used a total

of 400 samples, selected through purposive sampling techniques. Data collection was conducted over five months, from January 1, 2024, to May 30, 2024.

1.2 Target Group

The target group includes: Experts (Connoisseurship): A total of 3 experts. Members of the Samut Sakhon Entrepreneurs Association: Specifically, 30 committee members involved in the food industry (Worapongpat, 2024h).

The research instruments include: Interviews Questionnaires Other tools

The quantitative data collection through questionnaires comprises the following details:

Part 1 : Basic information of the respondents (executives, employees, or stakeholders) using checklist and fill-in-the-blank questions covering five items: gender, age, position, educational qualification, and work experience.

Part 2: Questionnaire on the analysis of the Buddhist innovative leadership levels of entrepreneurs in the performance of employees in comprehensive health supplement and beauty product manufacturing businesses, including SCG GRAND Co., Ltd., and its affiliates, using a 5-point rating scale.

Part 3: Open-ended questions for additional opinions and suggestions to allow respondents to express their views freely.

Validation of Research Instruments

Questionnaire Refinement: The questionnaire was presented to advisors and revised according to their recommendations for accuracy and coverage.

Content Validation: The refined questionnaire was reviewed by three experts for content consistency using the Index of Item–Objective Congruence (IOC), which ranged between 0.80–1.00.

Pilot Testing: The questionnaire was piloted with a non-sample population of 30 individuals. Results showed discriminatory power between 0.25–0.75, and the reliability of the questionnaire, as measured using Cronbach's alpha, was 0.95.

Final Adjustments: The questionnaire underwent further adjustments based on expert feedback and advisor recommendations before being finalized and used for data collection.

Data Analysis

This research employed the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software to process and analyze the data using the following statistical methods:

Part 1: Descriptive statistics (frequency and percentage) were used to analyze general respondent information, including gender, age, educational level, business size, and work experience, presented in tables accompanied by narrative descriptions.

Part 2: Analysis of Buddhist innovative leadership levels among entrepreneurs was conducted using mean and standard deviation. Results were presented in tables, summarized by aspects and individual items, using a 5-point scale for interpretation.

Part 3: Employee performance analysis in comprehensive health supplement and beauty product manufacturing businesses was performed using mean and standard deviation, with findings presented in tables summarized by aspects and individual items, using a 5-point scale for interpretation.

Part 4: Hypothesis testing was conducted using Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient to examine the relationship between Buddhist innovative leadership levels and employee performance. Multiple regression analysis (Enter Method) was applied to identify the impact of at least one aspect of leadership on employee performance.

Statistical Methods

The statistical methods used in the research include: Instrument Validation: Index of Item–Objective Congruence (IOC): To check the consistency between questions and definitions.

Reliability Testing: Using Cronbach (1977) to assess the reliability of the questionnaire, which yielded a reliability coefficient of 0.98.

Data Analysis: Frequency, percentage, arithmetic mean, and standard deviation.

Hypothesis Testing: Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient. Multiple Regression Analysis (Enter Method).

RESEARCH RESULTS

Research on Buddhist Innovative Leadership of Entrepreneurs Affecting Employee Happiness in Comprehensive Health, Beauty, and Dietary Supplement OEM Businesses: SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates

1. Study of Employee Characteristics in the Comprehensive Health, Beauty, and Dietary Supplement OEM Businesses of SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates

Table 1: Number and Percentage of General Information of Respondents

Variable	Number (persons)	Percentage (%)
1) Gender		
(1) Male	108	27.00
(2) Female	292	73.00
Total	400	100.00
2) Education Level		
(1) Bachelor's Degree	251	62.75
(2) Higher than Bachelor's Degree	149	37.25
Total	400	100.00
3) Work Experience		
(1) Less than 5 years	104	26.00
(2) 5-10 years	125	31.25
(3) More than 10 years	171	42.75
Total	400	100.00
4) OEM Business Size		
(1) Small	58	14.50
(2) Medium	154	38.50
(3) Large	60	15.00
(4) Extra Large	128	32.00
Total	400	100.00

From Table 1, the data indicates the following

- Gender The majority of respondents were female (73.00%), while male respondents accounted for 27.00%.

- Education Level Most employees held a Bachelor's degree (62.75%), with 37.25% holding higher degrees.

- Work Experience Employees with more than 10 years of work experience made up the largest group (42.75%), followed by those with 5-10 years (31.25%), and less than 5 years (26.00%).

- OEM Business Size Most employees worked in medium-sized businesses (38.50%), followed by extra-large businesses (32.00%), large businesses (15.00%), and small businesses (14.50%).

2. Study of the Level of Buddhist Innovative Leadership of Entrepreneurs in Employee Work at SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates

Table 2: Analysis of the Level of Buddhist Innovative Leadership of Entrepreneurs in Employee Work in Comprehensive Health, Beauty, and Dietary Supplement OEM Businesses at SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates

Aspect of Buddhist Innovative Leadership	$\bar{x}$	S.D.	Level of Opinion
Development of Moral Discipline (Sīla Bhāvanā)	3.90	0.843	High
Development of Physical Practice (Kāya Bhāvanā)	3.95	0.862	High
Development of Mental Practice (Citta Bhāvanā)	3.92	0.851	High
Development of Wisdom (Paññā Bhāvanā)	3.91	0.832	High
Overall	3.92	0.847	High

From Table 2, it was found that the overall level of Buddhist innovative leadership of entrepreneurs in employee work was rated high ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 0.847). Among the four aspects evaluated

- Physical Practice (Kāya Bhāvanā) received the highest mean score ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.862), indicating a strong emphasis on fostering physical well-being.

- This was followed closely by Mental Practice (Citta Bhāvanā) ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 0.851) and Wisdom (Paññā Bhāvanā) ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.832).

- Moral Discipline (Sīla Bhāvanā) also scored highly ($\bar{x} = 3.90$, S.D. = 0.843), reflecting a focus on ethical behavior and discipline.

Table 3: Mean, Standard Deviation, and Components of Workplace Happiness of Employees in Comprehensive Health, Beauty, and Dietary Supplement OEM Businesses at SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates

No.	Components of Workplace Happiness	$\bar{x}$	S.D.	Level
1	Interpersonal Relations	4.05	0.87	High
2	Work-Life Balance	4.34	0.62	High
3	Job Security	4.44	0.61	Very High
4	Work Motivation	4.05	0.82	High
Overall		4.22	0.73	High

From Table 3, it was found that the overall level of workplace happiness among employees was rated as high ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.73). Among the components evaluated

- Job Security received the highest mean score ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = 0.61), indicating that employees feel very secure in their careers.

- Work-Life Balance followed closely with a high score ($\bar{x} = 4.34$, S.D. = 0.62), showing satisfaction with balancing work and personal life.

- Interpersonal Relations ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.87) and Work Motivation ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.82) were also rated highly, reflecting positive interactions and strong motivation among employees.

These findings emphasize the importance of job security, balance, and interpersonal connections in fostering happiness in the workplace.

Table 4: Correlation Analysis of the Relationship Between Entrepreneurial Buddhist Innovation Leadership and Employee Workplace Happiness in Comprehensive Health, Beauty, and Dietary Supplement OEM Businesses at SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates

Buddhist Innovation Leadership	Workplace Happiness Components
	X_1
X_1 (Development of Precepts)	1.00
X_2 (Development of Body)	0.37
X_3 (Development of Mind)	0.34
X_4 (Development of Wisdom)	0.40
Overall (X)	0.457

Note: Significant at the 0.01 level

From Table 4, it can be observed that there are significant positive correlations between the Buddhist innovation leadership dimensions (X_1 - X_4) and all components of employee workplace happiness (Y_1 - Y_4) at the 0.01 significance level. Specifically:

- Development of Precepts (X_1) correlates positively with all components of workplace happiness, with the strongest correlation found with Work-Life Balance (Y_2) at 0.583.

- Development of Body (X_2) shows positive correlations with workplace happiness, especially with Work Motivation (Y_4) (0.490).

- Development of Mind (X_3) shows strong positive correlations with workplace happiness, with Work Motivation (Y_4) being the highest at 0.557.

- Development of Wisdom (X_4) displays the strongest positive correlations, especially with Job Security (Y_3) (0.682) and Workplace Happiness Overall (Y) (0.777).

These findings suggest that all dimensions of Buddhist innovation leadership have a significant and positive impact on employee workplace happiness, with Development of Wisdom (X_4) showing the highest correlation.

Table 5: Results of the Standardized Regression Coefficients Analysis of Entrepreneurial Buddhist Innovation Leadership in Employee Work Performance at SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates

Variable	b	β	SE _x	t	P-value
Constant	1.319		0.262	8.452	0.000
Leadership in Precepts (Sīla) (X ₁)	0.276	0.267	0.057	3.965**	0.000
Leadership in Body (Kāya) (X ₂)	0.181	0.255	0.064	1.783	0.092
Leadership in Mind (Citta) (X ₃)	0.310	0.406	0.083	3.205**	0.002
Leadership in Wisdom (Paññā) (X ₄)	0.348	0.881	0.061	5.101**	0.000
R	0.776				
SE _x (estimation)	0.420				
F	129.64				
R ²	0.708				
α	1.519				

Note: Significant at the 0.01 level

From Table 5, the regression analysis reveals the following significant findings:

1. Leadership in Precepts (Sīla) (X₁) has a positive and significant effect on employee work performance with a standardized regression coefficient (β) of 0.267 and a p-value of 0.000, indicating a highly significant relationship at the 0.01 level.
2. Leadership in Body (Kāya) (X₂) shows a positive effect on work performance with a β of 0.255; however, the p-value of 0.092 indicates that it is not statistically significant at the 0.05 level.
3. Leadership in Mind (Citta) (X₃) has a significant positive effect with a β of 0.406 and a p-value of 0.002, showing a strong relationship at the 0.01 level.
4. Leadership in Wisdom (Paññā) (X₄) demonstrates a very strong positive effect with the highest β of 0.881 and a p-value of 0.000, indicating a highly significant impact at the 0.01 level.

The overall R² value of 0.708 indicates that the model explains 70.8% of the variation in employee work performance. The F-value of 129.64 suggests that the model as a whole is

statistically significant. The alpha value (α) of 1.519 represents the intercept in the regression model.

Thus, Leadership in Wisdom (Paññā) (X_4) has the most significant positive influence on employee work performance, followed by Leadership in Mind (Citta) (X_3) and Leadership in Precepts (Sīla) (X_1), while Leadership in Body (Kāya) (X_2) is not statistically significant.

DISCUSSION OF RESULTS

Objective 1 The findings indicate that Buddhist innovative leadership among entrepreneurs significantly influences employees' job happiness in the dietary supplements, health, and beauty manufacturing sector of SCG GRAND Co., Ltd. and its affiliated companies. The development of leadership qualities based on the Buddhist principles of morality (Sīla), physical well-being (Kāya), mental stability (Citta), and wisdom (Paññā) plays a pivotal role in enhancing employees' job satisfaction. This can be attributed to the integration of Buddhist leadership principles, which emphasize holistic development and work-life balance. These findings align with the theory of human mental development, which underscores the significance of mindfulness and spiritual growth in fostering job satisfaction (Worapongpat et al., 2023; Worapongpat, 2024i).

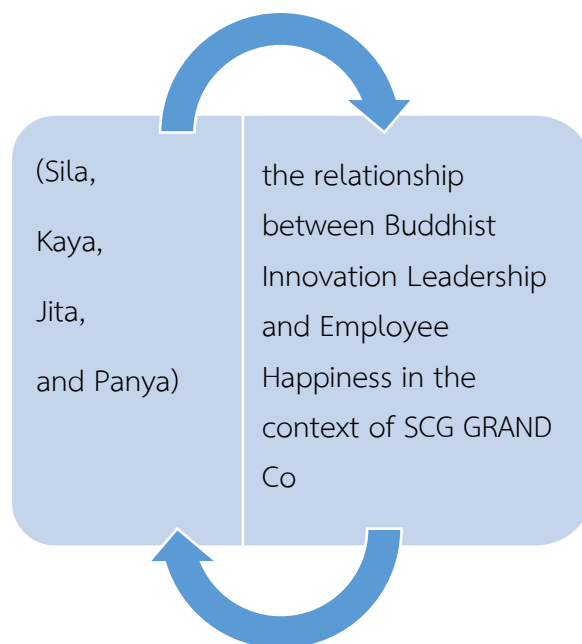
Objective 2 The study further reveals a significant positive relationship between interpersonal relations, job security, and job satisfaction. Employees who experience strong workplace relationships and job stability report higher levels of happiness at work. This can be explained by the essential role of positive workplace relationships in reducing stress and enhancing job satisfaction. These findings are consistent with the work of Worapongpat and Uttamavangso/Sendaranath (2024), and Worapongpat et al. (2025), who assert that relationship-building and job security are fundamental psychological needs that contribute to both personal development and workplace happiness.

Objective 3 The results also demonstrate that Buddhist innovative leadership has a direct and positive impact on job satisfaction among employees. The application of Buddhist leadership principles in management fosters a work environment where employees feel valued and supported in their professional growth. This leadership approach facilitates the development of critical skills necessary for achieving job happiness. These findings align with Daniel Goleman's Theory of Leadership (YongMing, C., Worapongpat, N., & Wongkumchai, T., 2024), which highlights the importance of leading with compassion and wisdom to optimize organizational outcomes.

Objective 4: The study contributes to the development of a predictive model for Buddhist innovative leadership among entrepreneurs, demonstrating its impact on employees' work performance (Worapongpat, 2024j; Worapongpat et al., 2023). The model highlights key factors such as ethical leadership, mindfulness, and skill development, which collectively enhance employee motivation and productivity. By integrating Buddhist leadership principles into organizational management, businesses can foster a more engaged and satisfied workforce. These findings align with contemporary leadership theories, emphasizing the role of ethical and mindful leadership in driving organizational success.

ACKNOWLEDGEMENTS

From the study of Buddhist Innovative Leadership of Entrepreneurs and Its Impact on Employee Happiness at Work: A Case Study of the Comprehensive Health and Beauty Supplement Manufacturing Business of SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates knowledge that can be summarized into a diagram.



Once again, the focus is on the Buddhist Innovative Leadership of Entrepreneurs and Its Impact on Employee Happiness at Work: A Case Study of the Comprehensive Health and Beauty Supplement Manufacturing Business of SCG GRAND Co., Ltd. and Its Affiliates.

Based on Figure 2, the following is a model diagram summarizing the relationship between Buddhist Innovative Leadership and Employee Happiness in the context of SCG GRAND Co., Ltd. and its affiliated companies. This visual representation illustrates the key leadership

components—*Sīla* (moral discipline), *Kāya* (physical action/leadership in practice), *Citta* (mental cultivation/emotional intelligence), and *Paññā* (wisdom)—and their influence on critical employee happiness factors: interpersonal relationships, work-life balance, job security, and work motivation.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

This research concludes that the application of Buddhist Innovative Leadership principles by entrepreneurs significantly enhances employee happiness in the dietary supplement, health, and beauty manufacturing sector of SCG GRAND Co., Ltd. and its affiliated companies. The development of morality (*Sīla*), physical action (*Kāya*), mental cultivation (*Citta*), and wisdom (*Paññā*) plays a pivotal role in fostering a positive and supportive work environment, ultimately leading to higher levels of job satisfaction.

The study further confirms that interpersonal relationships and job security are key determinants of employee happiness. These findings align with established theoretical frameworks such as Maslow's Hierarchy of Needs and Goleman's Leadership with Ethics, emphasizing the importance of creating a work environment where employees feel safe, appreciated, and connected.

Moreover, Buddhist Innovative Leadership directly influences job satisfaction by promoting a balanced and ethical leadership style that incorporates compassion, mindfulness, and moral integrity into everyday business practices. This holistic approach to leadership not only enhances employee well-being but also contributes to a more resilient organizational culture, improved productivity, and long-term success.

The findings underscore the significance of integrating ethical leadership models that support both individual fulfillment and organizational growth. By embracing leadership grounded in Buddhist principles, businesses can cultivate a culture of happiness, responsibility, and collective progress. This study offers valuable insights into the modern application of traditional values, highlighting their relevance in enhancing organizational effectiveness and employee well-being in the contemporary business context.

ACKNOWLEDGEMENTS

The research team would like to thank the CEO of SCG Grand Co., Ltd. and its subsidiaries, including the industrial network in the lower central region, as well as all stakeholders and employees who provided information for this study.

REFERENCES

- Cochran, W. G. (1977). Sampling techniques (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Dongjie.Z, Wongkumchai.T, Worapongpat, N. (2024). THE FACTORS AFFECTING EFFECTIVE ORGANIZATIONAL CULTURE MANAGEMENT: A CASE STUDY HONGFU COMPANY IN CHINA. *The Journal of International Buddhist Studies College (JIBSC)*, 10(1), 1-19.
- Jinlei.W, Worapongpat, N, Wongkumchai.T. (2024). The Investgation of the Guidelines of Appropriate Tax Strategy in Agricultural Industry in China. *International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies. (SITER)*, 2(1), 29-49.
- Jianyu.Z, Wongkumchai.T, Worapongpat.N. (2024). Reform of Enterprise Management Model in The Era of Digital Economy Case Study of a Chinese Exhibition Industry Company. Art and Science Great Mekong Subregion Research *Journal Khon Kaen University [oasjournal]*, 31(2), 54-69.
- Gongjing, Worapongpat.N, Wongkumchai.T. (2024). Developing a competitive strategy for in Alternative Energy powercompany: A Case Study of Taizhou Sanxin Co., Ltd. *Journal of Administration Management and Sustainable Development*, 2(1), 231-246.
- Liu.H , Niyomsilp.E , Worapongpat.N. (2020). , Impact of Perceived Value Dimensions on Purchase Intention for Intangible Cultural Heritage Souvenir: A Case of Xi'an City in China, *Journal of Management Innovation and Management (RCIM)*, 8(2), 54-60.
- Prayukvong, W., & Rees, B. (2010). A Buddhist economic approach to employee volunteer programmes. *Journal of Corporate Citizenship*, (38), 75-91.
- Sophon, T., & Worapongpat, N. (2025). A study of service quality affecting the re-use of services of those who use the services of the Internal Medicine Clinic, Department of Internal Medicine, Faculty of Medicine, Vajira Hospital, Navamindradhiraj University. *Journal of Education and Learning Reviews*, 2(1), 59–68.
- <https://doi.org/10.60027/jelr.2025.962>
- Tao.Q, Wongkumchai.T, Worapongpat.N. (2024). Factors Affecting Customers' Purchase Intentions Towards Organic food Products in Chengdu. Art and Science Great Mekong Subregion Research *Journal Khon Kaen University [oasjournal]*, 31(2), 70-85.

- Worapongpat.N. (2023a). - Study on employee satisfaction towards welfare of Global Consumer Public Company Limited. *Journal of Social Sciences and Humanities Kasetsart University*, 49(1), 103–114.
- Worapongpat, N. (2023b). Integrated Communication Marketing effect brand value Cosmetic factory in national metropolitan areas. *International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies*, 1(2), 1-11.
- Worapongpat N. (2023c). - Study on employee satisfaction towards welfare of Global Consumer Public Company Limited: -. *Journal of Social Sciences and Humanities Kasetsart University*, 49(1), 103–114.
- Worapongpat N. (2023d). - Service Marketing Strategies Affecting the Use of Contract Manufacturing Business Services, Dietary Supplements SCG Grand Co., Ltd.: -. *Journal of Management Science, Dhonburi Rajabhat University*, 5(1), 1–17.
- Worapongpat, N. (2023e). Quality Improvement Guidelines of Effective Service Management for the Services of the Support Department of Direct Business Members of the Health Food Business Group of the Thai Direct Selling Business Association after the Covid-19 Situation. *Journal of Liberal Arts RMUTT*, 4(1), 16–25.
- Worapongpat, N. (2023f). The service marketing mix affecting the use of contract manufacturing services for food supplement products at SCG Grand Co., Ltd. *Journal of Management Science Thonburi Rajabhat University*, 5(1), 1-17.
- Worapongpat, N. (2024g). The Impact of production management on the competitiveness of full-service supplement and beauty product manufacturing businesses: a case study of SCG Grand Co., Ltd. *Journal of Public and Private Issues*, 1(3), 159–171.
- Worapongpat, N. (2024i). Improving the production process and manpower to reduce labor costs in the closed factory chick farm industry in Chonburi Province. *Journal of the Ramkhamhaeng Logistics and Supply Chain Professional Association*, 1(1), 28-43.
- Worapongpat, N. (2024j). Marketing Management and Digital Marketing Jasmine Rice, Nong Hin Housewives Group, Ratchaburi. *International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies. (SITER)*, 2(1), 1-14.
- Wei.Y , Worapongpat.N, Prompanyo.M. (2020). Route Selection of Thai Fruit Maritime Logistics Between Thailand and Southern China, *Journal of Management Innovation and Management (RCIM)*, 8(2), 101-115 .
- Worapongpat, N., Limlertrid, T., Zangphukieo, N., Wongkumchai , T., & Muangmee, C. (2023). FACTORS INFLUENCING PRODUCTION ORDER DECISIONS PRODUCE AND CREATE HEALTH

SUPPLEMENT BRANDS THROUGH DIGITAL MEDIA OF SCG GRAND CO., LTD. *Journal of Social Innovation and Mass Communication Technology*, 6(1), 33–43.

<https://doi.org/10.14456/jsmt.2023.4>

Worapongpat.N, Junsuk.P. (2024). Personnel development of schools in Phaeng sub-district administrative organization. *Journal of Public and Private Issues: JPPI*, 1(1), 45-54.

Worapongpat, N., Chaiwiwat, U., Thavisin, N., & Sun, Q. (2025). Learning Management in Innovative Communities for Marketing and Digital Marketing of Agricultural Products: A Case Study of Date Palm Products, Rai Sukjai Project, Ban Hao, Ratchaburi Province. *Journal of Education and Learning Reviews*, 2(1), 69–82.

<https://doi.org/10.60027/jelr.2025.853>

Worapongpat, N., Limlertrit, T., Wat Saengphukhieo, N., Wongkhamchai, T., & Muangmee, C. (2023). Factors influencing the decision to order, manufacture, produce and create health supplement brands through the company's digital media. SCG Grand Company Limited. *Journal of Social Innovation and Mass Communication Technology*, 6(1), 33-43.

Worapongpat N., & Aekaraj, N. (2024). Construction Industry Administration Skills in The 21st Century According To The Four Pala Dhammas of The Executive Construction Industry Hemaraj RIL Industry Estate Rayong. *Journal Management Science of Public and Private Administration*, 2(1), 1–18.

Worapongpat, N., & (Narong Uttamavangso/Sendaranath) , P. (2024). Strategic Leadership According to the 4 Brahmavihāra Principles of Business Executives Producing Complete Dietary Supplements, Health and Beauty in Mueang District, Samut Sakhon. *Journal of Social Religion and Culture*, 5(2), 53–65.

Yicheng.W, Worapongpat.N, Wongkumchai.T. (2024). The College Graduate's on Employment City Selection Effecting the Housing Prices in Yangtze River Delta Region China. *Journal of Administration Management and Sustainable Development*, 2(1), 195-218.

YongMing.C, Worapongpat, N, Wongkumchai.T. (2024). Develop a Sustainable Competitive Advantage Strategy For Financial Business by using Blockchain in banking Industry. *International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies. (SITER)*, 2(1), 50-65.

Zhi Chao.H , Wongkumchai.T. Worapongpat, N. (2023). Rural Digital Model for Upgrade a Rural to an Efficient Digital Society case study economic of SMEs in Urumqi China, *International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies*, 1(3), 35-55.

แนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Economy ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

ธนวัฒน์ สุตจิตรสมโภชน์¹ ญาณินท์ สายหยุด^{1*} และ สัจจินดา อิ่มเงิน²

^{1*}สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

²สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Received: 10 May 2025 / Revised: 20 June 2025 / Accepted: 25 June 2025

บทคัดย่อ

บทความเรื่องแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Economy ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดและการรับรู้ของธุรกิจสีเขียวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ตามแนวคิด BCG Model และ 3) เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Model สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร รูปแบบวิจัย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และจัดกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี เช่น การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านกลยุทธ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลการศึกษาจาก SWOT Analysis และ TOWS Matrix พบว่า ผลลัพธ์ของกลุ่มเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่รักษาสິงแวดล้อม และมีการใช้ทรัพยากรชีวภาพและเทคโนโลยีเพิ่มมูลค่าอย่างเหมาะสม การอบรมช่วยเพิ่มทักษะด้านการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างง่าย สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ชุมชนมีความเห็นว่าแนวทางธุรกิจสีเขียวช่วยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดย 97.83% เห็นว่าช่วยดึงดูดลูกค้าใหม่ และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งที่ไม่ใช้ธุรกิจสีเขียว

คำสำคัญ : แนวคิดเศรษฐกิจ BCG, ธุรกิจสีเขียว, ผลลัพธ์ชุมชน, วิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10

*Corresponding Author: thanawat.su@rmutp.ac.th

The Green Business Implementation Approach Based on the BCG Economy Concept of the Precha 10 Community Enterprise Group, Min Buri District, Bangkok

Thanawat Sudjidsomphote¹ Yanin Saiyood^{1*} and Sujinda Imngoen²

^{1*}Department of Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of
Technology Phranakorn

²Department of Accounting, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of
Technology Phra nakorn

ABSTRACT

This article, titled "The Green Business Implementation Approach Based on the BCG Economy Concept of the Precha 10 Community Enterprise Group, Min Buri District, Bangkok," aims to: 1) explore the concept and perception of green business within the community enterprise group; 2) assess the group's potential based on the BCG (Bio-Circular-Green) Economy Model; and 3) develop a green business implementation approach aligned with the BCG Model for the enterprise. A mixed-methods research was employed, utilizing interviews, questionnaires, and capacity-building activities such as community potential analysis, strategic development workshops, and packaging design training. Based on SWOT Analysis and TOWS Matrix, the study found that the group's products are rooted in local wisdom and environmentally friendly practices, with the use of biological resources and technology to enhance value. The community perceived the green business approach as a means of establishing a positive and environmentally friendly image, improving resource utilization, and supporting environmental sustainability. It's interesting to note that 97.83% of respondents acknowledged that these initiatives assist the business attract new customers and differentiate itself from its non-green competitors.

Keywords: BCG economy model, Green business, Community product, Preecha 10 community enterprise

*Corresponding Author: thanawat.su@rmutp.ac.th

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2578) มีเป้าหมายหลักเพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ราชกิจจานุเบกษา, 2561) อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังเผชิญความท้าทายทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการบริหารภาครัฐ อาทิ การขาดนวัตกรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไม่สอดคล้องกับตลาดแรงงาน และการเข้าถึงบริการสาธารณะที่ยังไม่ทั่วถึง อีกทั้งยังต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องมีแผนยุทธศาสตร์ที่รอบคอบเพื่อรองรับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต (ฝ่ายสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร (CBC), 2563) ซึ่งประกอบกับ (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) เป็นฉบับแรกที่จัดทำภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยมีบทบาทเป็นกรอบกำหนดแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการในช่วง 5 ปีถัดไปท่ามกลางความผันผวนจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ อาทิ ผลกระทบจากโควิด-19 และข้อจำกัดเชิงโครงสร้างในประเทศ แผนฉบับนี้มุ่งยกระดับการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับสังคมที่ทันสมัยและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในและนำประเทศไปสู่เป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติอย่างมั่นคง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

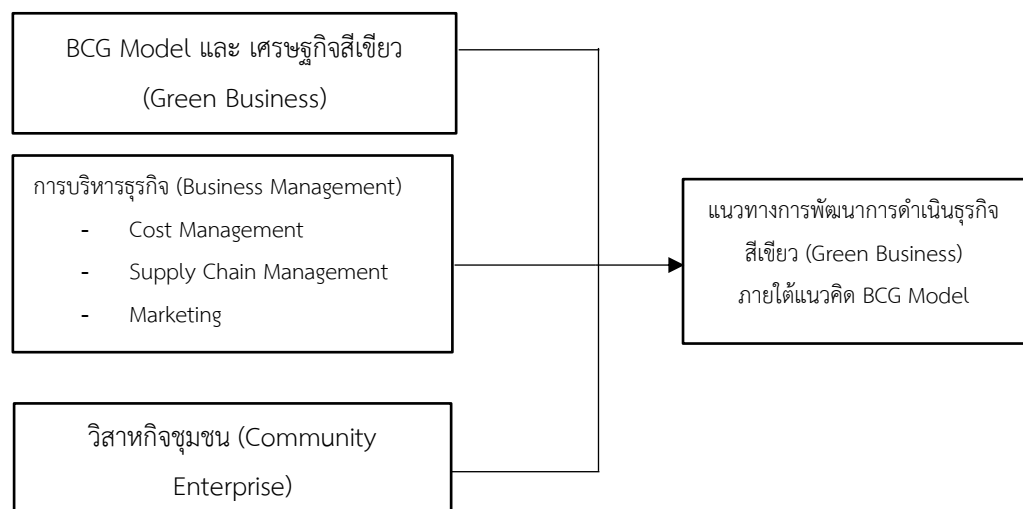
การพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับสังคมที่สมานฉันท์และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ได้นำหลัก BCG Economy (Bio-Circular-Green Economy) มาใช้เป็นแนวทางสำคัญ โดยเน้นการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถของ 4 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้แก่ เกษตรและอาหาร พลังงานและวัสดุ สุขภาพและการแพทย์ และการท่องเที่ยว (สำนักพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, ม.ป.ป.) BCG ยังส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น การออกแบบที่ลดของเสีย การใช้ซ้ำ และการรีไซเคิล เพื่อลดทรัพยากรและสร้างมูลค่าเพิ่ม แตกต่างจากระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมที่เน้นการใช้แล้วทิ้ง โดย BCG มีมูลค่าทางเศรษฐกิจถึง 3.4 ล้านล้านบาท หรือร้อยละ 21 ของ GDP และมีศักยภาพเพิ่มเป็น 4.4 ล้านล้านบาทใน 5 ปี (สำนักงานสภาพัฒนาการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, ไม่ระบุปี) การพัฒนาแบบบูรณาการทั้ง People-Planet-Profit จะนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดในระยะยาว

วิสาหกิจชุมชน (SMCE) ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 และฉบับแก้ไข พ.ศ. 2562 เป็นกิจการที่เกิดจากการรวมตัวของคนในชุมชนที่มีวิถีชีวิตร่วมกัน เพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน โดยใช้ทรัพยากร ทุน แรงงาน และภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นหลัก สมาชิกต้องมีตั้งแต่ 7 คนขึ้นไปและไม่ใช่ครอบครัวเดียวกัน วิสาหกิจชุมชนถือเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548, 2548) อย่างไรก็ตาม ในยุคที่เศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และตอบโต้ตามยุทธศาสตร์ชาติ คณะผู้วิจัยจึงศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Economy ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมินบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 ให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิด BCG Economy (พรพจน์ ศรีตัน, 2564 และทิชากร เกษรบัว, 2558)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดและการรับรู้ของธุรกิจสีเขียวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ตามแนวคิด BCG Model
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Model สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยมีลักษณะเป็นงานวิจัยประยุกต์เชิงพัฒนา (R&D) มุ่งวางแผนทางพัฒนารูปแบบสีเขียวของวิสาหกิจชุมชนให้บริหารทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและรักษาสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคมและชุมชน ใช้กรอบแนวคิด BCG Model ที่พัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ, เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว เพื่อการเติบโตที่สมดุลและยั่งยืน (ชล บุนนาค, 2559) โดยเน้นศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาการดำเนินธุรกิจสีเขียว บริหารทรัพยากรให้ถูกใช้ไปอย่างคุ้มค่า (ศิริดา นวลประดิษฐ์, 2561) เคียงคู่ไปกับการพยายามรักษาสิ่งแวดล้อมซึ่งให้เกิด

ประโยชน์ต่อธุรกิจด้วย มีภาพพจน์ที่เป็นมิตรที่ดีต่อสังคม ชุมชน โดยกระบวนการศึกษาจะอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดตามทฤษฎี BCG Model และการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งจดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร ภายใต้รหัส 1-10-10-01/1-0028 ประกอบด้วยสมาชิก 10 คน ประกอบด้วย ประธาน (1 คน) รองประธาน (1 คน) เลขานุการ (1 คน) ผู้ช่วยเลขานุการ (1 คน) เภรณิก (1 คน) ผู้ช่วยเภรณิก (1 คน) ประชาสัมพันธ์ (1 คน) และกรรมการ (3 คน) เพื่อถอดบทเรียนหลังดำเนินกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (นงคราญ ไชยเมือง และสุตาภัทร คงเกิด, 2562) พร้อมติดตามผลการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ตามแนวทาง BCG Economy เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับกลุ่มอย่างแท้จริง เก็บข้อมูลศักยภาพของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ โดยมีประเด็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา ข้อจำกัด ความต้องการ โครงสร้างกลุ่ม รูปแบบผลิตภัณฑ์ การใช้ฉลาก/ตรา (ฉัตรยาพร เสมอใจ และรัตนันท์ วารวณิช, 2551) เทคโนโลยี นวัตกรรม การจัดการวัตถุดิบ-ขยะ (ปิยาภรณ์ อาสาทรงธรรม, 2554) ต้นทุน-กำไร และการจัดจำหน่ายที่ผ่านมา (จตุพร อภิโชติภูตินันท์ และคณะ, 2561) และถอดบทเรียนหลังพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นความพึงพอใจ การนำความรู้ไปใช้ ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และแนวทางการจัดจำหน่ายที่ได้รับการพัฒนาแล้ว (จิรเกียรติ์ อภิบุญโยภาส และปานแก้วตา ลัคนาวาณิช, 2563)

และได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มีการคัดเลือกโดยการเลือกเจาะจง ซึ่งผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดสัดส่วนประชากร (P) เท่ากับ 0.40 ระดับความเชื่อมั่น (Z) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (d) เท่ากับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 369 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview questionnaire) โดยใช้ในการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Questionnaire) ตามแนวทางของสุจินต์ สิมารักษ์ และสุเกศินี สุทธิระ (2530) ครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับโครงสร้างกลุ่มผลิตภัณฑ์ รูปแบบการจัดจำหน่าย จุดแข็ง/จุดอ่อน ปัญหา และข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา รวมถึงการประเมินผลการนำแนวทางที่ได้ไปปรับใช้ในภายหลัง

2. เครื่องมือการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ (SWOT Analysis and TOWS Matrix) ประกอบด้วย SWOT Analysis และ TOWS Matrix โดยวิเคราะห์ศักยภาพภายในของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) รวมถึงศักยภาพภายนอก ได้แก่ โอกาส (Opportunities) และอุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threats) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนและกำหนดกลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG เพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน (Promsaka Na Sakolnakorn, 2014)

3. แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งพัฒนาจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจภายในชุมชน ตามแนวคิดของ (Barney, J.,1991) จำนวน

31 ข้อ คำถามวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นมาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึงระดับที่ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ผ่านการพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิและแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ และทำการเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป จากข้อคำถามทั้งหมด (กิตติพงษ์ พิพิธกุล, 2561) ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดลอง (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.838 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป โดยรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดและการรับรู้ของธุรกิจสีเขียวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 มีความเข้าใจในแนวคิดธุรกิจสีเขียว (Green Business) ในระดับมาก และนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ เช่น การใช้น้ำมะขามเปียก ดอกอัญชัน และผักขาว เป็นวัตถุดิบหลักในผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่ายเน้นการลดของเสีย และการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า โดยมีการนำน้ำหมักจากเปลือกผลไม้เหลือใช้มาเป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้า รวมถึงคนในชุมชนกว่า 80% เข้าใจแนวคิดธุรกิจสีเขียว และมองว่าเป็นประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์ของกลุ่ม ทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าทั้งเก่าและใหม่ได้ดี โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

1.1 ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลสภาพการดำเนินงานที่แท้จริงเกี่ยวกับปัจจัยทรัพยากรพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน

ด้านกายภาพ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 มีทำเลเหมาะสม ใช้ทรัพยากรในชุมชนได้อย่างยั่งยืน แต่พบว่า ยังขาดความเชี่ยวชาญและงบประมาณในการใช้เทคโนโลยี เครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์มาใช้ในการกระบวนการผลิต แต่มีการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคที่เป็นปัจจัยในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านทรัพยากรมนุษย์ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 มีความรู้ความสามารถ และร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น เมี่ยงคำ โดยใช้วัตถุดิบในชุมชน และจำหน่ายในงานเทศกาล และงานในหน่วยงานภายนอกต่าง ๆ วางจำหน่ายในสวนสาธารณะ เป็นต้น และทุกคนมีความพึงพอใจในบทบาท หน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

ด้านแหล่งทุน พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 เข้าถึงข้อมูลการเงินได้ โปร่งใส มีการระดมทุนและจ่ายเงินปันผลให้กับสมาชิกทุกคนในกลุ่มพร้อมรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และมีการบริหารจัดการเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านความรู้ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 กลุ่มแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ ฝนภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการพัฒนาทักษะฝีมือ และความรู้เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีมหาวิทยาลัยฯ ต่าง ๆ จัดอบรมพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

1.2 ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลสภาพการดำเนินงานที่แท้จริงเกี่ยวกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

ด้านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกลยุทธ์ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 มีการกำหนดกลยุทธ์ทิศทางการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ และพันธกิจของวิสาหกิจชุมชน มีการสนับสนุน และส่งเสริมให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถนำรูปแบบกลยุทธ์ไปปฏิบัติให้เป็นจริงได้

ด้านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 เปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าและบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพิ่มช่องทางใหม่ๆ เพื่อความสะดวกในการซื้อ และการใช้บริการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการสร้างความแตกต่างและโดดเด่นในผลิตภัณฑ์บริการ ให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมมือกับผู้วิจัย ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สินค้ามีความน่าซื้อ ฉลากสินค้าชัดเจนมากขึ้น

ด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและนวัตกรรม พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 ยังขาดความชำนาญในการนำเทคโนโลยีมาสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุนกระบวนการบริหารจัดการ เพราะเทคโนโลยีและนวัตกรรมสามารถช่วยให้ผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนดีขึ้นได้

1.3 ผลการสัมภาษณ์แนวคิดและรูปแบบของธุรกิจสีเขียว

พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว (Green Business) การบริหารทุกทรัพยากรให้ถูกใช้ไปอย่างคุ้มค่า เคียงคู่ไปกับการพยายามรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ มีภาพพจน์ที่เป็นมิตรที่ดีต่อสังคม ชุมชน สินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะได้วัตถุดิบจากธรรมชาตินำมาเป็นส่วนผสมในการทำผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาล้างจานสูตรมะขาม ครีมนวดผมจากดอกอัญชัน ครีมอาบน้ำฝักบัว เป็นต้น

ธุรกิจสีเขียว คือ การดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการต่าง ๆ เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดส่ง และการทำงานในสำนักงาน โดยมุ่งลดมลพิษของเสียและขยะอันตราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 ถือเป็นธุรกิจสีเขียว เนื่องจากใช้วัตถุดิบธรรมชาติในการผลิตผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม และสบู์เหลว โดยมีส่วนผสมจากมะขามเปียก สับปะรด และฝักบัว ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

2. เพื่อศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหมู่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ตามแนวคิด BCG Model ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 ด้วยเครื่องมือ SWOT Analysis และ TOWS Matrix พบว่า จุดแข็ง (Strengths) ของกลุ่มคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านและส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนจุดอ่อน (Weaknesses) ได้แก่ ความขาดแคลนในด้าน

ทักษะและเทคโนโลยีแปรรูปเพิ่มมูลค่า รวมถึงการขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่ชัดเจน ขณะที่อุปสรรค/ภาวะคุกคาม (Threats) ที่สำคัญคือการเพิ่มขึ้นของคู่แข่งในตลาด การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ควรมุ่งพัฒนาทรัพยากรและเพิ่มความร่วมมือในองค์กร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 TOWS Matrix ภายใต้การวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10

	Weaknesses	Strengths
Threats	กลยุทธ์เชิงรับ (W+T) การลดต้นทุนการผลิตผ่านเศรษฐกิจหมุนเวียน	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S+T) การสร้างความหลากหลายและความโดดเด่นในผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
Opportunities	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W+O) การเสริมทักษะและความรู้ที่ง่ายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	กลยุทธ์เชิงรุก (S+O) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชาวบ้านและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างโอกาสร่วมมือกับองค์กรภายนอก

ภาพที่ 2 การออกแบบและสร้างกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

จากการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์สำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยใช้วิธีวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix คณะผู้วิจัยจึงได้มีการวางแผนดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) คือการนำทรัพยากรชีวภาพและเทคโนโลยีมาช่วยยกระดับและเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนและมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ในการนี้ ผู้วิจัยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมทักษะและความรู้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย โดดเด่น และดึงดูดลูกค้า ผ่านการฝึกใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างง่าย และการระดมสมองเพื่อสร้างต้นแบบตราสินค้าฉลาก และบรรจุภัณฑ์

เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คือการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยสามารถนำของเสียจากกระบวนการผลิตกลับมาใช้ใหม่ได้ ผู้วิจัยร่วมสังเกตการณ์พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 มีการทำน้ำหมักจากเปลือกมะนาวและเปลือกสับปะรดที่เหลือทิ้งจากการขายอาหารในตลาดหน้าหมู่บ้าน โดยนำมาผลิตน้ำยาซักผ้า ซึ่งเป็นการแปรรูปขยะให้เกิดการใช้ซ้ำอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับหลักการ “C” ของเศรษฐกิจหมุนเวียน

เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ โดยการจัดการของเสียให้เป็นศูนย์ ในกระบวนการผลิตกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 พยายามลดการเกิดของเสียให้มากที่สุด โดยวางแผนการผลิตอย่างรอบคอบ เช่น การเลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในการผลิตน้ำยาทำความสะอาด เช่น น้ำยาล้างจานสูตรมะขามและมะนาว ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3. เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Model สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 มีการดำเนินกิจกรรมภายใต้แนวคิด BCG ดังนี้ 1) Bio Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ) มีการอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และฉลาก ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีคุณค่าเพิ่ม 2) Circular Economy (เศรษฐกิจหมุนเวียน) มีการนำน้ำหมักจากเปลือกมะนาว/สับปะรดมาใช้ซ้ำในกระบวนการผลิต ลดของเสียในชุมชน และ 3) Green Economy (เศรษฐกิจสีเขียว) มีวางแผนการผลิตด้วยวัตถุดิบธรรมชาติ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เน้นการจัดการของเสียให้เป็นศูนย์ โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจภายในชุมชน

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์	4.04	0.78	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีความปลอดภัยสารปนเปื้อน	4.30	0.58	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น	4.26	0.71	มาก
บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์มีคุณภาพและทันสมัย	4.06	0.79	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมี กลิ่น สี ที่เหมาะสม	4.35	0.76	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์	4.30	0.76	มาก
รวม	4.22	0.73	มาก

ตารางที่ 2 จากการสำรวจความคิดเห็นของชาวบ้านเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบว่า โดยรวมแล้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่เหมาะสม เช่น กลิ่นและสีมีค่าเฉลี่ย 4.35 ความปลอดภัยจากสารปนเปื้อนมีค่าเฉลี่ย 4.30 มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ 4.30 เอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ย 4.26 และชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ด้านราคา

ด้านราคา	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.20	0.75	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีการแสดงรายละเอียดของราคาอย่างชัดเจน	4.19	0.67	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีวิธีการชำระเงินหลากหลาย	4.38	0.67	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านสามารถต่อรองราคาได้	4.24	0.83	มาก
รวม	4.25	0.73	มาก

ตารางที่ 3 จากการสำรวจความคิดเห็นของชาวบ้านเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ในด้านราคา พบว่า โดยรวมแล้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีวิธีการชำระเงินหลากหลายมีค่าเฉลี่ย 4.38 สามารถต่อรองราคาได้ 4.24 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 4.20 และมีการแสดงรายละเอียดของราคาอย่างชัดเจน 4.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งเห็นได้อย่างชัดเจน/หาง่าย	4.25	0.72	มาก
ความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	4.27	0.67	มาก
มีสินค้าพร้อมสำหรับการจำหน่ายอยู่เสมอ	4.31	0.85	มาก
มีวิธีแสดงการผลิตให้ลูกค้าชม	4.32	0.77	มาก
รวม	4.28	0.75	มาก

ตารางที่ 4 จากการสำรวจความคิดเห็นของชาวบ้านเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า โดยรวมแล้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.28 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีวิธีแสดงการผลิตให้ลูกค้าชมมีค่าเฉลี่ย 4.32 มีสินค้าพร้อมจำหน่ายอยู่เสมอ 4.31 ความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ 4.27 และความเหมาะสมของสถานที่ตั้ง 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่นโปสเตอร์ นิตยสาร สื่อมัลติมีเดีย	4.24	0.81	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.25	0.75	มาก
การให้ส่วนลดจากราคาปกติ	4.30	0.79	มาก
มีการจัดทำโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์พิเศษประจำเดือน	4.22	0.90	มาก
รวม	4.27	0.81	มาก

ตารางที่ 5 จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยรวมแล้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.27 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การให้ส่วนลดจากราคาปกติมีค่าเฉลี่ย 4.30 ความรวดเร็วในการให้บริการ 4.25 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นโปสเตอร์ นิตยสาร สื่อมัลติมีเดีย 4.24 และการจัดทำโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์พิเศษประจำเดือน 4.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ด้านกระบวนการผลิต

ด้านกระบวนการผลิต	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
ชุมชนของท่านนำวัสดุดิบจากแหล่งชุมชนหรือใกล้เคียงมาใช้ในการผลิต	4.25	0.77	มาก
วิสาหกิจชุมชนของท่านสามารถใช้เทคโนโลยี เครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์การผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.25	0.83	มาก
วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมในชุมชน ทำให้สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างยั่งยืน	4.26	0.88	มาก
วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภคที่เป็นปัจจัยในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.36	0.72	มาก
วิสาหกิจชุมชนของท่านได้มีระบบควบคุมคุณภาพด้านการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีประสิทธิภาพ	4.28	0.80	มาก
วิสาหกิจชุมชนมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการควบคุม ตรวจสอบ ในทุกขั้นตอน	4.29	0.81	มาก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ด้านกระบวนการผลิต	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง	4.26	0.84	มาก
วิสาหกิจชุมชนของท่านได้มีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการบริหารสินค้าคงคลัง ที่มีประสิทธิภาพ	4.27	0.83	มาก
ชาวบ้านในชุมชนของท่านเป็นส่วนหนึ่งของระบบควบคุมคุณภาพด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพ	4.27	0.84	มาก
รวม	4.29	0.83	มาก

ตารางที่ 6 จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ในด้านกระบวนการผลิต พบว่า โดยรวมแล้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าวิสาหกิจชุมชนของท่านมีการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคที่เป็นปัจจัยในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.36 วิสาหกิจชุมชนมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการควบคุม ตรวจสอบในทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ย 4.29 วิสาหกิจชุมชนของท่านได้มีระบบควบคุมคุณภาพด้านการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.28 วิสาหกิจชุมชนของท่านได้มีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ วัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการบริหารสินค้าคงคลัง ที่มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.27 และชาวบ้านในชุมชนของท่านเป็นส่วนหนึ่งของระบบควบคุมคุณภาพด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.27 ตามลำดับ

3.2 ความรู้ความเข้าใจเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business) สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 ความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชนเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business)

ความรู้ความเข้าใจเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business)	เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ	ไม่เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ
ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว (Green Business)	296	80.22	73	19.78

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business)	เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ	ไม่เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านมีการบริหารทุกทรัพยากรให้ถูกใช้ไปอย่างคุ้มค่า เคียงคู่ไปกับการพยายามรักษาสิ่งแวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจด้วย มีภาพพจน์ที่เป็นมิตรที่ดีต่อสังคม ชุมชน ที่ควรพึงได้รับการจัดการที่ดีขึ้นควบคู่กันไป	363	98.37	6	1.62
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านลดการใช้ (Reduce) ทรัพยากรต่างๆ โดยการใช้ทรัพยากรให้เกิดคุณค่าและใช้อย่างคุ้มค่ากับราคาให้มากที่สุด	359	97.28	10	2.77
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านมีการนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และการนำไปใช้งานด้านอื่นที่ผ่านกระบวนการจัดการใหม่ก่อนนำไปใช้งาน (Recycle)	356	96.47	13	3.53
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านมีการทำให้ทรัพยากรมีใช้อย่างเพียงพอด้วยการฟื้นฟู หรือการหาทางเลือกใหม่ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือมีผลกระทบให้น้อยที่สุด (Replenish)	348	94.30	21	5.70
ท่านคิดว่า Green Business ส่งผลดีกับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่าน	361	97.83	8	2.17

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business)	เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ	ไม่เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ
Green Business เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในทางบวก เพราะการอนุรักษ์ต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนสังคม	359	97.28	10	2.71
Green Business ทำให้ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านมีชื่อเสียง ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าใหม่เกิดความศรัทธา ส่วนกลุ่มลูกค้าเดิมก็จะมีความรักดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	361	97.83	8	2.17
Green Business เป็นวิธีการดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้มีจำนวน เพิ่มขึ้นในกลุ่มที่มีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม	355	96.20	14	3.80
Green Business สามารถสร้างความโดดเด่น เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจคู่แข่งที่ไม่ได้รับการรับรองการเป็นธุรกิจสีเขียว	354	95.93	15	4.07
ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ของท่านสามารถเป็นผลิตภัณฑ์ใน Green Business	346	93.76	23	6.24

ตารางที่ 7 จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของชาวบ้านในชุมชนเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business) สามารถสรุปได้ดังนี้

พบว่า คนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว (Green Business) จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 80.22 และไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียวจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.78

พบว่า ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนมีการบริหารจัดการทรัพยากรให้คุ้มค่า พร้อมกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจและสร้างภาพพจน์ที่เป็นมิตรต่อสังคมและชุมชน โดยมีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 98.37 และไม่เห็นด้วยจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.62

พบว่า ผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชนมีการลดการใช้ทรัพยากร (Reduce) โดยใช้ทรัพยากรให้เกิดคุณค่าและคุ้มค่ากับราคา มีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 97.28 และไม่เห็นด้วยจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.77

พบว่า ผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชนมีการนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และนำไปใช้งานด้านอื่นหลังผ่านกระบวนการจัดการใหม่ (Recycle) มีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 96.47 และไม่เห็นด้วยจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.53

พบว่า ผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชนมีการทำให้ทรัพยากรมีใช้อย่างเพียงพอโดยการฟื้นฟู หรือการหาทางเลือกใหม่ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือมีผลกระทบให้น้อยที่สุด (Replenish) มีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 94.30 และไม่เห็นด้วยจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70

พบว่า Green Business ส่งผลดีกับผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชน มีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 97.83 และไม่เห็นด้วยจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.17

พบว่า Green Business เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในทางบวก เพราะการอนุรักษ์ต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน สังคม มีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 97.28 และไม่เห็นด้วยจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.71

พบว่า Green Business ทำให้ผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชนมีชื่อเสียง ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าใหม่เกิด ความศรัทธา ส่วนกลุ่มลูกค้าเดิมมีความภักดีต่อผลลัพธ์และบริการ โดยมีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 97.83 และไม่เห็นด้วยจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.17

พบว่า Green Business เป็นวิธีการดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้มีจำนวน เพิ่มขึ้นในกลุ่มที่มีความใส่ใจต่อ สิ่งแวดล้อม เห็นด้วย จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 96.20 ไม่เห็นด้วย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

พบว่า Green Business สามารถสร้างความโดดเด่น เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจคู่แข่งที่ไม่ได้ การรับรองการเป็นธุรกิจสีเขียว เห็นด้วย จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 95.93 ไม่เห็นด้วย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.07

พบว่า ผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชน สามารถเป็นผลลัพธ์ใน Green Business เห็นด้วย จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 93.76 ไม่เห็นด้วย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.24

1.3 ความรู้ความเข้าใจเรื่อง BCG Model สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8 ความรู้ความเข้าใจเรื่อง BCG Model ของคนในชุมชน

ความรู้ความเข้าใจเรื่อง BCG Model	เห็นด้วย	คิดเป็นร้อยละ	ไม่เห็นด้วย	คิดเป็นร้อยละ
ท่านคิดว่าธุรกิจ (วิสาหกิจชุมชน) ของท่านอยู่ในมิติของเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) หรือไม่	341	92.41	28	7.59
ท่านคิดว่า BCG Model สามารถสร้างอาชีพให้ชุมชน (วิสาหกิจชุมชน) ของท่าน	357	96.74	12	3.26
ท่านคิดว่า BCG Model เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ (วิสาหกิจชุมชน) ของท่าน	359	97.28	10	2.72

ตารางที่ 8 จากการสำรวจ พบว่า คนในชุมชนเห็นด้วยกับความคิดเห็นว่าธุรกิจ (วิสาหกิจชุมชน) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอยู่ในมิติของเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) จำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 92.41 ไม่เห็นด้วย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.59 มีความคิดเห็นด้วยว่า BCG Model สามารถสร้างอาชีพให้ชุมชน (วิสาหกิจชุมชน) ของกลุ่มวิสาหกิจ จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 96.74 ไม่เห็นด้วย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.26 และมีความคิดเห็นด้วยว่า BCG Model เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ (วิสาหกิจชุมชน) ของกลุ่มวิสาหกิจ จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 97.28 ไม่เห็นด้วย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.72

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยการพัฒนาธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Economy ของวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 มีความรู้ความเข้าใจในแนวคิด ธุรกิจสีเขียว (Green Business) และสามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงในการดำเนินธุรกิจ เช่น การเลือกใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น มะขามเปียก ดอกอัญชัน และฝักข้าว มาใช้ผลิตน้ำยาทำความสะอาด ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกต่อผู้บริโภค และมีความคิดเห็นว่าการใช้แนวคิดธุรกิจสีเขียวช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ดึงดูดลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพิ่มความภักดีของลูกค้าเก่า และเสริมสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทางธุรกิจ สิ่งนี้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่าง

ยั่งยืนของชุมชน และตอบโจทย์แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 จากการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis และ TOWS Matrix พบว่า กลุ่มมีจุดแข็ง ได้แก่ การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นหลัก แต่ยังมีจุดอ่อน เช่น ขาดเทคโนโลยีในการแปรรูปความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย โอกาสที่พบคือการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ในขณะที่อุปสรรคคือจำนวนคู่แข่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ซึ่งอาจลดความสามารถในการแข่งขัน โดยการวิเคราะห์นี้ช่วยให้กลุ่มสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น การสร้างความหลากหลาย และการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทชุมชน ทั้งนี้สะท้อนถึงความเข้าใจในแนวทางของ BCG Model ที่เน้นการพัฒนาแบบองค์รวม ทั้งในด้านเศรษฐกิจชีวภาพ หมุนเวียน และสีเขียว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การดำเนินกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด BCG Model ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 ประกอบด้วย 1) ด้าน Bio Economy มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ โดยเน้นการใช้วัตถุดิบชีวภาพเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น น้ำหมักชีวภาพ 2) ด้าน Circular Economy การใช้ของเสียจากกระบวนการผลิต เช่น น้ำหมักจากเปลือกผลไม้ ช่วยลดขยะและใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด 3) ด้าน Green Economy การวางแผนการผลิตให้ลดของเสีย เน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อชุมชน ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ คือ กลุ่มมีความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจมากขึ้น เกิดการเรียนรู้ใหม่ ๆ ที่สามารถต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต และวางรากฐานไปสู่การขอรับรองมาตรฐานสินค้าชุมชน แนวทางการพัฒนาดังกล่าวสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และมีศักยภาพในการขยายผลสู่กลุ่มอาชีพอื่นในพื้นที่หรือพื้นที่ใกล้เคียง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. หน่วยงานรัฐในพื้นที่ควรนำแนวคิดเศรษฐกิจ BCG มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแผนการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยขยายผลในระดับอำเภอและจังหวัด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดอบรมให้ความรู้และทักษะ การให้คำปรึกษาภาคสนาม รวมถึงการสนับสนุนด้านโครงการและทุนงบประมาณ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง

2. ควรส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ไปยังกลุ่มอาชีพหรือวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ทั้งในและนอกพื้นที่ โดยการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนด้านอาชีพ การจัดเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการจัดตลาดนัดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ/กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้และขยายการเข้าถึงตลาด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยต่อยอดเพื่อยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ตั้งแต่ระดับต้นน้ำ (Upstream) - กลางน้ำ (Midstream) - ปลายน้ำ (Downstream) ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การผลิต การแปรรูป ไปจนถึงการจัดจำหน่าย เพื่อเพิ่มมูลค่าและประสิทธิภาพในทุกขั้นตอนของกระบวนการ
2. ควรสนับสนุนการวิจัยต่อยอดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG เพื่อให้สามารถได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น มาตรฐานสินค้า โอท็อป (OTOP) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างความเชื่อมั่น และขยายการรับรู้ในวงกว้างต่อตลาดผู้บริโภค ส่งผลดีต่อความสำเร็จและการเติบโตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงษ์ พิพิธกุล. (2561). คุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม : Validity กับ Reliability ในการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 8(2), 104-110.
- จตุพร อภิโชติภูตินันท์และคณะ. (2561). *การใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสมุนไพรในเขตภาคใต้* [รายงานผลการวิจัย]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- จีรเกียรติ อภิบุญโยภาส และ ปานแก้วตา ลัคนาวานิช. (2563). การพัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจหมู่บ้านท่ามาค้าขายวิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวคุณค่าชาวนาคุณธรรม จังหวัดยโสธร. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*. 12(2). 101-118.
- ฉัตยาพร เสมอใจ, ดร., และรัตนันท์ วารีนิช, ดร. (2551). *หลักการตลาด Principle of Marketing*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชล บุนนาค. (2559). *นิยามของเศรษฐกิจสีเขียว: จุดร่วม จุดต่าง และความหลากหลาย*. เข้าถึงได้จาก <https://progreencenter.org/2016/02/25/นิยามของเศรษฐกิจสีเขียว/> วันที่สืบค้นข้อมูล 22 พฤษภาคม 2565.
- ชุตินพงศ์ คงสันเทียะ และชฎาล นาคใหม่. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG: กรณีวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วย ตำบลนาจิว อำเภอสังขม จังหวัดหนองคาย. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 40(1), 130-151.
- ทิชากร เกษรบัว. (2558). แนวทางการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) เพื่อการส่งออกในตลาดอาเซียน. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 30(2), 155-174.
- นงคราญ ไชยเมือง และสุตภาภักดิ์ คงเกิด. (2562). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนบนฐานเศรษฐกิจเชิงชีวภาพ: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนชีวิติ ตำบลน้ำเกี๋น จังหวัดน่าน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 13(2), 10-25.

ปิยาภรณ์ อาสาทรงธรรม. (2554). การบริหารสินค้าคงคลังเพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์. *วารสารนักบริหาร*, 6, 145-151.

พรพจน์ ศรีตัน. (2564). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการนวัตกรรมทางสังคมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ภายใต้ แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy).

กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. (2548). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ราชกิจจานุเบกษา. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580). สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2566. จากเว็บไซต์ https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF?fbclid=IwAR3PlzqAK5fH03zJD7JoK_I_piMmrPdRgRoPvGvv-SUu4ErQO0PNhKz1NGkA.

ศิรดา นวลประดิษฐ์. (2561). การพัฒนาระบบการจัดทำบัญชีและการคำนวณต้นทุนทุนผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชนข้าวสังข์หยด: กรณีศึกษากันเขากลาง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 35(2), 27-54.

สำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *โมเดลเศรษฐกิจบีอีจี*.

สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2566. จากเว็บไซต์ <https://www.nxpo.or.th/th/bcg-economy/>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566 - 2570)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2566. จากเว็บไซต์

https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20230307173518.pdf

สุจินต์ สิมารักษ์ และ สุเกศินี สุภธีระ. (2530). *การประเมินสภาวะชุมชนแบบเร่งด่วน*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Barney, J. (1991). Firm resource and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.

Promsaka Na Sakolnakorn, T. & Sungkharat, U. (2014). Development guidelines for small and micro community enterprises in Songkhla lake basin. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(1), 97-122.

ภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคมที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ช่วงปี พ.ศ. 2564 ถึง พ.ศ. 2565

อำนาจ เอี่ยมสำอางค์^{1*} สาธิต ทรงทรัพย์¹

วิไลลักษณ์ ตางาม¹ รติรัตน์ ภูญแจทอง¹ และ อาทิตย์ ศรีจันทร์¹

^{1*}สาขาวิชาภาษาไทยประยุกต์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Received: 4 February 2025 / Revised: 6 May 2025 / Accepted: 14 May 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคมที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ในด้าน 1. ภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับสังคม 2. ภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และ 3. ภาพสะท้อนและแนวคิดด้านการเมือง โดยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนำมาจากคอลัมน์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ซึ่งตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับประจำวันอาทิตย์ ตลอดปี พ.ศ. 2564 – กันยายน พ.ศ. 2565 และการสัมภาษณ์ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เชิงลึกแบบไม่เป็นทางการ

ผลการวิจัยพบภาพสะท้อนและแนวคิด 1. ด้านสังคม สะท้อนมุมมองของกวีต่อวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมไทยที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สำคัญในช่วงเวลานั้น 2. ด้านเศรษฐกิจ สะท้อนภาพการพัฒนาเศรษฐกิจไทย ด้านการค้าระหว่างประเทศ การเกษตร และการพัฒนาแรงงาน และ 3. ด้านการเมือง แม้กวีจะมีได้วิพากษ์วิจารณ์การเมืองอย่างตรงไปตรงมา แต่ก็ปรากฏการสะท้อนภาพทางการเมืองในช่วงเหตุการณ์สำคัญบางช่วงผ่านบทกวีเช่นกัน โดยกวีแทรกคติธรรมทางพุทธศาสนามาใช้ประกอบการนำเสนอแนวคิด

คำสำคัญ: เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, ภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคม, ข้างคลองคั่นนายาว, กวีนิพนธ์

*Corresponding Author: amnat.i@rmutp.ac.th

The Social Reflections and Concepts Presented in the Poetry

“Khang Khlong Kannayao” (2021-2022)

Amnat Iamsumang^{1*} Sathit Songsup¹

Wilailuk Tangam¹ Ratirat Kunjaetong¹ and Artit Srijin¹

^{1*}Division of Applied Thai Language, Faculty of Liberal Arts,

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Abstract

This research aims to analyze the reflections and social concepts presented in the poetry “Khang Khlong Kannayao” by Naowarat Pongpiboon as following; 1. Reflections and ideas on society, 2. Reflections and ideas on the economy, and 3. Reflections and ideas on politics. The data used in this research were drawn from the column 'Khang Khlong Kannayao,' published in the Sunday edition of the Daily News newspaper from 2021 to September 2022 and additionally, informal in-depth interviews were conducted with Naowarat Pongpaiboon.

The research findings revealed that: 1. The social reflections in the poems highlight issues affecting individuals and significant events of the period. 2. The reflections and concepts related to the economy encompass international trade, agriculture, and labor development. 3. Political themes are also present in the poetry. Although the poet does not directly criticize politics, he reflects on political events from key periods through his poems by adding Buddhist principles to convey his ideas.

Keywords: Naowarat Pongpaiboon, Social Reflection, Khang Khlong Kannayao, Poem

*Corresponding Author: amnat.i@rmutp.ac.th

บทนำ

กวีนิพนธ์เป็นวรรณกรรมที่มีความสำคัญในการสะท้อนภาพเหตุการณ์และสภาพสังคมในแต่ละยุคสมัย โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคม ดังที่ บรรจง บรรเจิดศิลป์ (2523) กล่าวไว้ในหนังสือศิลปวรรณคดีกับชีวิตว่า “วรรณกรรมนั้นเป็นคั่นฉ่องแห่งสภาพความเป็นจริงของยุคและสังคม ไม่ว่าความเป็นจริงนั้นจะเป็นความจริงที่เลวที่สุด หรือดีที่สุกก็ตาม” การใช้วรรณกรรมเพื่อบันทึกและสะท้อนภาพความเป็นจริงจึงมีความสำคัญในการช่วยให้ผู้คนได้ตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงในสังคม

เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เป็นกวีที่มีผลงานกวีนิพนธ์ที่สะท้อนภาพสังคมไทยได้อย่างลึกซึ้ง มีบทกวีหลายชิ้นที่ได้รับการยกย่องและได้รับรางวัลต่าง ๆ เช่น “เพียงความเคลื่อนไหว” ซึ่งได้รับรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน (ซีไรต์) ใน พ.ศ. 2523 และยังได้รับการยกย่องเป็น “กวีรัตนโกสินทร์” ได้รับการเชิดชูเกียรติจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม ให้เป็น “ศิลปินแห่งชาติ สาขาวรรณศิลป์” ประจำปี พ.ศ. 2536 ซึ่งทำให้ผลงานของเขาได้รับการยอมรับในวงกว้าง ดังที่ ศุภชัย อาริ รุ่งเรือง ผู้ออกแบบนิทรรศการกวีนิพนธ์ “แปดทศวรรษ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์” ให้สัมภาษณ์ถึง เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ในไทยโพสต์ (2562: ออนไลน์) ว่า “...เด็กเยาวชน แม้กระทั่งคนตาบอด มีเนาวรัตน์ เป็นแรงบันดาลใจในการเขียนบทกวี การทำงานของเนาวรัตน์ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ สมัยวัยรุ่นจนเข้าเรียนธรรมศาสตร์ เป็นกลุ่มความรัก นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นมาเป็นกลุ่มสังคม-การเมือง และช่วงปัจจุบันเป็นกลุ่มธรรมะ-ธรรมชาติ...” สอดคล้องกับที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ พบว่า เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้นำหลักธรรมมาใช้ในการเขียนกวีนิพนธ์ ทำให้กวีนิพนธ์มีความลึกซึ้ง เช่น การใช้ชั้น 5 (รูป เวทนา สัญญา สังขาร และวิญญาณ) และอุปมาทวน 4 (หมายถึง ความยึดมั่นในสิ่งต่าง ๆ อันได้แก่ ความยึดมั่นในกาม ความยึดมั่นในทิฐิ คือ ความเห็น ความยึดมั่นในศีลพรต และความยึดมั่นในวาทะว่ามีอัตตา) (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539) เพื่อสะท้อนถึงความเข้าใจในธรรมะที่สอดแทรกในเนื้อหาของบทกวี

ในช่วงที่ผ่านมา มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลงานของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ที่ศึกษาและวิเคราะห์ทั้งด้านวรรณศิลป์และด้านเนื้อหา เช่น งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารอัตลักษณ์ดุริยกวีในกวีนิพนธ์ของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ โดย ธนสิน ชุตินธรรานนท์ (2562) ได้วิเคราะห์การใช้กลวิธีการสื่อสารผ่านความรู้ด้านดนตรีไทยในบทกวีของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการใช้ดนตรีเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ของกวีไทยโบราณ ผลการวิจัยพบว่า เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ มีความรู้ทั้งในด้านดุริยางคศิลป์ไทยและวรรณศิลป์ ทำให้บทกวีมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากกวีร่วมสมัย การสื่อสารอัตลักษณ์นี้สะท้อนการใช้ดนตรีไทยเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความรู้สึกและเนื้อหาที่ลึกซึ้งในบทกวี และงานวิจัยเรื่อง การศึกษาด้านเนื้อหาที่สะท้อนความรุนแรงในกวีนิพนธ์ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ในบทความวิจัยเรื่อง ความรุนแรงในกวีนิพนธ์เรื่องเพียงความเคลื่อนไหว โดย ไพลิน อินคำ, พิทยา ดวงตาดี และ พรพรมชนก สุวรรณพันธ์ (2564) พบว่า บทกวีเพียงความเคลื่อนไหว ซึ่งเผยแพร่เมื่อ พ.ศ. 2516 - 2522 และพิมพ์รวมเล่มครั้งแรก พ.ศ. 2517 สะท้อนถึงความคิดเห็นทางการเมืองของผู้ประพันธ์ โดยเฉพาะต่อเหตุการณ์วันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบอย่างมากต่อสังคมไทย การถ่ายทอดอารมณ์และความรู้สึกในบทกวีจึงสะท้อนถึงความรุนแรงทั้งในแง่ของความรุนแรงทางตรงที่กระทบต่อจิตใจ และความรุนแรงในเชิงโครงสร้างและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในสังคมไทย

เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ มีผลงานกวีนิพนธ์เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง หนึ่งในผลงานนั้น คือ กวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ซึ่งเผยแพร่เป็นประจำทุกสัปดาห์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 จนถึงปัจจุบัน โดยเริ่มตีพิมพ์ในนิตยสารชีวิตต้องสู้ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ฉบับวันอาทิตย์ เป็นผลงานกวีนิพนธ์ในรูปแบบโครง ฉันท กาพย์ กลอน และมีฉันทลักษณ์พื้นบ้านผสมผสาน (สำนักข่าวอิศรา, 2560) จะเห็นได้ว่ากวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสังคม การเมือง และเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยในแง่มุมต่าง ๆ ผ่านมุมมองของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ที่สะท้อนสภาพสังคมไทยโดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ที่สำคัญ ๆ

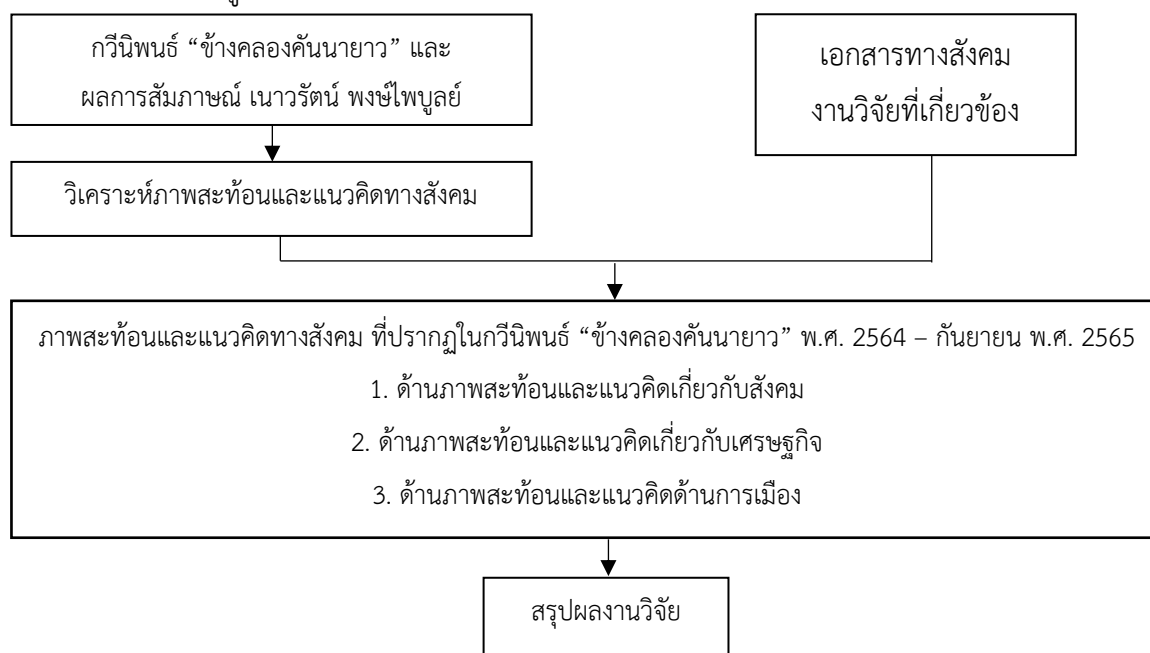
ปี พ.ศ. 2564 – กันยายน พ.ศ. 2565 เป็นช่วงที่เกิดสถานการณ์ทางการเมือง เกิดกระแสการต่อต้านรัฐบาล การเรียกร้องการแก้ไขรัฐธรรมนูญ การปฏิรูปโครงสร้างองค์กรที่สำคัญ และการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ช่วงเวลาดังกล่าวเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เขียนกวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” สะท้อนสังคมไทยอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่พบว่ามีการศึกษาวิเคราะห์กวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ในช่วงเวลานั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจวิเคราะห์กวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” เพื่อให้ทราบถึงภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคมที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ในทัศนะของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคมที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ช่วง พ.ศ. 2564 – กันยายน พ.ศ. 2565 ในด้านภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับสังคม ภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และภาพสะท้อนและแนวคิดด้านการเมือง

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคมที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ช่วงปี พ.ศ. 2564 - 2565 ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมุ่งศึกษาภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคมที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและผู้ให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง วิธีดำเนินการวิจัย มีดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูลและวิเคราะห์จากทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยมีขั้นตอนการเก็บข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมกวีนิพนธ์ข้างคลองคั่นนายาวจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับประจำวันอาทิตย์ ตลอดปี พ.ศ. 2564 – กันยายน 2565 จำนวน 91 ฉบับ
2. ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างไม่เป็นทางการจากสัมภาษณ์ เยาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ จำนวน 3 ครั้ง
3. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ นำมาเรียบเรียงเพื่อให้ได้คำตอบและข้อสรุปทั้งหมดตามวัตถุประสงค์ และอภิปรายผลกับเอกสารทางสังคมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้มี 2 ชิ้น คือ 1) แบบบันทึกเอกสารเพื่อศึกษาบทกวีนิพนธ์ ข้างคลองคั่นนายาว ของ เยาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ จากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับวันอาทิตย์ ตลอดปี พ.ศ. 2564 – กันยายน 2565 และ 2) แบบไม่เป็นทางการสำหรับใช้สัมภาษณ์ เยาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ (สัมภาษณ์ส่วนตัว, 16 กุมภาพันธ์ 2564; 15 กุมภาพันธ์ 2565; 16 เมษายน 2565)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคมที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ช่วงปี พ.ศ. 2564 - 2565 ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ 3 ด้าน คือ 1. ภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับสังคม 2. ภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และ 3. ภาพสะท้อนและแนวคิดด้านการเมือง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับสังคม

กวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ตั้งแต่ช่วงเวลาระหว่าง พ.ศ. 2564 - กันยายน พ.ศ. 2565 พบว่า เยาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้สะท้อนภาพสังคมไทยที่กระทบต่อบุคคลโดยทั่วไปและเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น ๆ โดยสอดแทรกคติธรรมทางพุทธศาสนาเข้าไป เพื่อให้เห็นความเชื่อมโยงของวิถีชีวิตของคนในสังคมตลอดเวลา การสะท้อนภาพสังคมไทยของเยาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ในทุกสัปดาห์ จึงเสมือนได้อ่านบทสรุปเรื่องราวทางสังคมในสัปดาห์นั้น ๆ ผ่านมุมมองของกวี และจากการสัมภาษณ์กวีพบว่ามีการนำหลักธรรมมาขยายและบรรยายความไว้มากมาย เช่น ชัน 5 (รูป เวทนา สัญญา สังขาร และวิญญาณ) ซึ่งทำให้บทกวีมีความลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2564 - 2565 เป็นช่วงที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ โควิด-19 อย่างหนักในประเทศไทย เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้สะท้อนภาพเกี่ยวกับสถานการณ์ โควิด-19 เอาไว้ในข้างคลองคันนายาวอยู่หลายประเด็น เช่น เรื่องการใช้วัคซีน การแจกจ่ายวัคซีน การปรับตัวในสถานการณ์โควิด-19

จากการวิเคราะห์ภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับสังคมที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ข้างคลองคันนายาว ตั้งแต่ในช่วงเวลาระหว่าง พ.ศ. 2564 - กันยายน พ.ศ. 2565 เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ได้หยิบยกเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อสังคมในช่วงนั้นอย่างชัดเจน เช่น เหตุการณ์ตำรวจใช้ถุงดำคลุมศีรษะผู้ต้องหาและทำร้ายจนถึงแก่ความตาย สะท้อนภาพออกมาในบทกวีนิพนธ์ “ถุงดำ”

ปฏิรูป ปฏิกล้า	ถูกถุงดำ อันดำดี
ใช้คลุม และใช้คลี	มีอะไร ในถุงดำ
อำนาจแห่งบาทใหญ่	เอาบทเหยียบเอาบาทยำ
ยกอธรรม ขึ้นเป็นธรรม	อำนาจเถื่อน จึงอ้าง
พิทักษ์ธรรมสันติราษฎร์	สันติราษฎร์ ประชาประสงค์
ป้องกัน ปลอดภัย	กลับเป็นภัย ไปเสียเอง
ใช้ชั่ว เข้าปราบชั่ว	ก็ชั่วได้ ไม่ต้องเกรง
อลวน จึง อลเวง	จะพอกถ่าน ด้วยอันใด
ปฏิรูป ปฏิกล้า	ก็กล้ากล้า ตามกันไป
โอ้อว ประเทศไทย	เหมือนถูกคลุม ด้วยถุงดำ

วันอาทิตย์ที่ 5 กันยายน พ.ศ 2564

เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้ยกเหตุการณ์กรณีของนายตำรวจที่ใช้ถุงดำครอบศีรษะผู้ต้องหา แล้วบังคับให้สารภาพจนถึงแก่ความตาย ซึ่งเมื่อสืบต่อไปทำให้ทราบว่านายตำรวจผู้นี้มีพฤติกรรม เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบในหลายกรณี ทั้งยังร้ายรวมมาก เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อสังคม จึงทำให้เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ สะท้อนภาพถึงผู้มีอำนาจซึ่งหมายถึงตำรวจที่ใช้อำนาจเถื่อนมาทำให้ประชาชนเดือดร้อน มากกว่าจะดูแลพี่น้องประชาชนให้มีความสุข แต่ตำรวจกลับเป็นภัยสังคมเสียเอง

จากกวีนิพนธ์เรื่อง “ถุงดำ” กวีใช้กลวิธีทางภาษาในการเสียดสีนโยบายการปฏิรูปสำนักงานตำรวจแห่งชาติที่ยังไม่สามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จ ผ่านเหตุการณ์ตำรวจทำร้ายผู้ต้องหาที่กวีใช้คำที่มีเสียงคล้ายคลึงกันกับคำว่า “ปฏิรูป” ว่า “ปฏิรูป ปฏิกล้า” ซึ่งเป็นการเสียดสีอย่างมีนัยว่าเป็นการปฏิรูปแบบไม่จริงจังหรือผิวเผิน ไม่พบทิศทางการปฏิรูปอย่างแท้จริง และหนทางที่จะสำเร็จยังคงมืดมน เหมือนกับประเทศที่ถูกถุงดำคลุมไว้จนมองไม่เห็นแสงสว่าง ทำให้เกิดความหมายโดยนัยสะท้อนสภาพสังคมตำรวจว่ามีกระบวนการหรือการทำงานที่ตรงข้ามกับอำนาจหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน นอกจากนี้ กวียังใช้กลวิธีทางภาษาในการขับเน้นความหมายของกวีนิพนธ์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งการใช้คำคู่ตรงข้ามอย่าง “ยกอธรรม ขึ้นเป็นธรรม” และการซ้ำคำ เช่น “ป้องกัน ปลอดภัย กลับเป็นภัย ไปเสียเอง”

นอกจากนี้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้นำเสนอผ่านบทกวี ทั้งเรื่องการจ่ายแจกวัคซีนป้องกันเชื้อโควิด-19 ใน “อยู่กับมัน” เพื่อสะท้อนให้เห็นสภาพสังคมที่ต้องเผชิญกับ ปัญหาโควิด-19 ที่ระบาดอย่างหนักในช่วงเวลานั้น

เหมือนจะพ่ายแต่ไม่พ่ายและไม่แพ้ เราจะแก้วิกฤตเป็นโอกาส

ท่าโหมให้โควิดวัดวัดว่าด

เราสามารถที่จะอยู่...สู้กับมัน

เราผ่านโลกโศกสุขผ่านยุคสมัย

เราผ่านภัยผ่านพาลก็ต้านกัน

คนยังคงอยู่สู้ด้วยกัน

เรามีวันเช่นวันนี้ก็วันแล้ว

ทั้งผีตาชอหิวาต์ท่าลงท้อ

ล้วนรู้ฟองรู้พานรู้ผ่านแล้ว

ยังร่วมอยู่ร่วมสู้ร่วมรู้แนว

ยังแน่นแฉวตระหนกอยู่ยังสู้ซ้ำ

ให้ได้ซึ่งสัจธรรมความเป็นมนุษย์

มีที่ สุดสองข้างทั้งสูงต่ำ

ให้รู้ใช้ปัญญามาชี้นำ

มันท้าทายให้กระทำด้วยความรู้

มันท้าทายโลกนี้ด้วยวิกฤต

ให้รู้ผิดรู้ชอบรู้รอบรู้

มันตั้งใจให้เราเฝ้าตามดู

ได้รู้อยู่รู้สู้...อยู่กับมัน!

วันอาทิตย์ที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2564

เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้สะท้อนภาพสังคมที่ต้องมีความร่วมมือกันในการผ่านปัญหาไปให้ได้ ดังเช่นที่เคยผ่านมาในหลาย ๆ เหตุการณ์ โดยกล่าวถึงโรคระบาดที่เกิดขึ้นในอดีตเพื่อเน้นย้ำถึงสิ่งที่เคยเกิดขึ้นและผ่านมาได้ สังคมต้องเรียนรู้ที่จะปรับตัวและใช้องค์ความรู้เพื่อต่อสู้กับโควิด-19 กวีได้สอดแทรกคติธรรมในกวีนิพนธ์ สะท้อนให้เห็นสัจธรรมของการดำรงอยู่ว่า บนโลกใบนี้ไม่มีอะไรที่ยั่งยืนและคงอยู่โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง โดยต้องรู้จักเรียนรู้ ดังนั้นจึงควรเตือนตัวเองอยู่เสมอว่าความเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นนิรันดร์ ไม่ควรยึดติดความเป็นตัวกูของกู และความตายคือการสิ้นสุด

จากกวีนิพนธ์เรื่อง “อยู่กับมัน” กวีใช้กลวิธีทางภาษาในการเสริมกำลังใจให้ปรับตัวและฝ่าฟันปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 เช่น การใช้สรรพนามแสดงเพื่อแยกกลุ่มอย่างคำว่า “มัน” ที่ใช้เรียกแทนเชื้อโควิด-19 กับคำว่า “เรา” ที่ใช้เรียกแทนประชาชน ซึ่งปรากฏในกวีนิพนธ์เป็นจำนวนมาก เป็นการเน้นย้ำถึงการร่วมกันผ่านปัญหาดังกล่าวไปให้ได้ นอกจากนี้ ยังมีการซ้ำคำเพื่อเน้นย้ำถึงสิ่งที่ต้องการสื่อสารกับผู้อ่าน เช่น “ยังร่วมอยู่ร่วมสู้ร่วมรู้แนว” และ “ให้รู้ผิดรู้ชอบรู้รอบรู้” เป็นต้น

2. ภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

ช่วงระยะเวลาระหว่าง พ.ศ. 2564 - กันยายน พ.ศ. 2565 หลังช่วงเวลาสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในประเทศหลายด้าน ทั้งด้านการท่องเที่ยว การส่งออกสินค้า รวมถึงการจ้างงาน ซึ่งเป็นผลจากสถานการณ์การระบาดหลายแห่งหันมาใช้ระบบออนไลน์มากขึ้น เพื่อลดต้นทุนค่าจ้างและสร้างผลกำไรในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อย่างไรก็ดีประเทศไทยยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อต่อการประกอบอาชีพ ดังเช่น ภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ข้างคล่องคันทนายาว ตั้งแต่ในช่วงเวลาระหว่าง พ.ศ. 2564 - กันยายน พ.ศ. 2565 เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ได้สะท้อนภาพด้าน

เศรษฐกิจของสังคมไทยที่อาศัยผลิตผลทางการเกษตรในการสร้างรายได้ให้กับประเทศในบทกวีนิพนธ์ “ทุนไทย”

ดีใจกับ "ทุเรียนใต้-ลำไยเหนือ"
เป็นโอชะแผ่นดินบันดาลคล
ได้เลี้ยงโลกลองลิ้ม รู้ชิมรส
ดกสะพรั่งทั้งปีได้มีกิน
กล้วยฝรั่งมังคุดละมุดส้ม
ทั้งมะพร้าว น้ำหอมพร้อมลูกตาล
จึงขึ้นชื่อลือถิ่น แผ่นดินทอง
ไม่อัปจนขั้นแค่นแสนทวี
ถอดรหัส "ทุเรียนใต้-ลำไยเหนือ"
ทรัพย์ในดินถิ่นไทย ได้ชื่นชม

ช่วยกูลเกื้อเศรษฐกิจด้วยผลิตผล
ได้เลี้ยงตน เลี้ยงแดน เลี้ยงแผ่นดิน
ผลไม้ไทยสด ไม่หมดสิ้น
เป็นอาภินิหารประจำอยู่ ฤดูกาล
เงาะมะยมส้มโอแดงโมหวน
ทุกหย่อมย่านบ้านสวนล้วนมากมี
แผ่นดินไทยเอยของถ่องวิถึ
แม่ธรณี กรุณา มาให้נם
การกูลเกื้อจัดการ ผสานสม
ความอุดมสมบูรณ์...คือทุนไทย!

วันอาทิตย์ที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2564

ในบทกวีนิพนธ์ “ทุนไทย” เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ สะท้อนถึงความอุดมสมบูรณ์ของประเทศไทย ไม่ว่าจะพืชผักผลไม้ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในทุกช่วงฤดูกาล สามารถใช้เป็นตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจได้ เนื่องจากพืชผักผลไม้ต่าง ๆ เป็นที่ต้องการของตลาดเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งพืชผักผลไม้เหล่านี้ได้มาจากผืนแผ่นดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ในประเทศไทย จึงเปรียบเสมือนเป็นทรัพยากรที่จะสามารถเป็นทุนให้แก่ประเทศได้

นอกจากนี้ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ยังสะท้อนถึงคนชนชั้นแรงงานในสังคมที่แฝงด้วยคติธรรมในการทำงานที่ทำได้เพื่อตนเองหรือทำเพื่อส่วนรวม สะท้อนภาพผ่านบทกวีนิพนธ์เรื่อง “แรงงาน”

ถามกับ หนึ่งคนงาน	ว่า.. "ท่านกำลังทำอะไร"
"ก็ ก่ออิฐอยู่นี่ไง..	..เราก่ออิฐ อยู่นะซี"
คำถาม คำเดียวกัน	อีกคนพลันตอบทันที
"เรากำลัง สร้างเจดีย์-	นุสรณ์ศรี ศรีท้าวชาญ"
หนึ่งสมอง กับสองมือ	ยังยื้อแย่ง ยังแตกหน
คนหนึ่ง ยังติดตน	อีกคนพ้นจากตนตัว
ไฉน ที่ปิดกัน	เป็นชนชั้น อยู่พ้นพั
ไฉน คือหมอกมัว	ทั้งมือสมอง มีอาภส
ปลดปล่อย และพัฒนา	ให้คุณค่า ได้บันด
หยาดเหงื่อ และแรงงาน	สร้างสรรค์โลก ทั้งโลกจ

วันอาทิตย์ที่ 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2564

บทประพันธ์ดังกล่าวเผยแพร่ในช่วงเวลาใกล้เคียงกับ “วันแรงงานแห่งชาติ” เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์นำเสนอแง่คิดผ่านมุมมองของแรงงานในรูปแบบของผลต่างทางความคิด การมีมุมมองคนละรูปแบบ สะท้อนภาพและแนวคิดในเรื่องของความแตกต่างทางความคิด “ความยึดติด” ทางพุทธศาสนา เรียกว่า “อุปาทาน” โดยจำแนกเป็น 4 ประการ คือ กามอุปาทาน (ยึดมั่นด้วยความเป็นกามหรือของรักของใคร่ทั่วไป) ทิฏฐอุปาทาน (ยึดติดเป็นทิฐิหรือความคิดเห็นที่ตนมีอยู่เดิม) สลัปปัตตอุปาทาน (ยึดติดเป็นวัตรปฏิบัติที่มุ่งหมายผิดทาง) และอัตตวาทุอุปาทาน (ยึดมั่นโดยความเป็นตัวเป็นตน) เมื่อนำมาขยายความจะมองเห็นถึงความลุ่มลึกในการสะท้อนภาพสังคมและให้แง่คิดไปพร้อมกัน ที่สามารถอธิบายความถึงการนึกคิดไปคนละทาง ซึ่งจะทำให้งานออกมาไม่ได้ดังที่หมาย จึงต้องมีการลดอุปาทานเพื่อสร้างงานที่เป็นที่ชัดเจนและไปในทิศทางเดียวกัน

จากวินิพนธ์เรื่อง “แรงงาน” กวีใช้กลวิธีทางภาษาในการสร้างความสมจริงของบทประพันธ์ ด้วยการเล่าเรื่องแบบสอดแทรกบทสนทนา ถาม-ตอบ ระหว่างตัวกวีเองที่เป็นผู้เล่าเรื่อง (ผู้ถาม) กับตัวละครอีกตัว (ผู้ตอบ) ทำให้ผู้อ่านจินตนาการการพูดคุยสื่อสารกันของตัวละครในวินิพนธ์ สอดแทรกเรื่องราวความแตกต่างทางความคิด และทิ้งท้ายให้ข้อคิดในการให้ความสำคัญและการพัฒนาแรงงาน ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

3. ภาพสะท้อนและแนวคิดด้านการเมือง

ช่วงเวลาระหว่าง พ.ศ. 2564 - กันยายน พ.ศ. 2565 มีสถานการณ์ทางการเมืองเกิดขึ้นมากมาย และเป็นช่วงเวลาที่ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ดำรงตำแหน่งสมาชิกวุฒิสภา การสะท้อนมุมมองทางการเมืองได้อย่างเด่นชัดและยังคงสอดแทรกคติธรรมต่าง ๆ ไว้ เพื่อให้เกิดแง่คิดในมุมมองต่าง ๆ ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น บทกวีนิพนธ์ สาม “ป.”

สาม “ป.” ต้องเป็นใหญ่	ต้องเป็นใหญ่ เป็นให้จริง
ใช้เป็น เพื่อช่วงชิง	อำนาจประชาธิปไตย
ป.หนึ่ง คือ “ประโยชน์”	ประโยชน์สุข ต้องเป็นใหญ่
ส่วนรวม ของคนไทย	ไม่ทิ้งใคร ไว้ข้างหลัง
ป.สอง คือ “ประชา”	ประชาชน คือพลัง
ช่องว่าง ฟังระว่าง	ว่า ชนชั้น ไขชั้นชน
ป.สาม คือ “เป็นใหญ่”	ต้องเป็นหลัก สัมฤทธิ์ผล
สำคัญอันบันดล	บันดาลยุติธรรมมา
สาม “ป.” ต้องเป็นใหญ่	ต้องเป็นไท ไม่ชักช้า
หนึ่ง “ประโยชน์” สอง “ประชา” สาม “เป็นใหญ่” เป็นใหญ่จริง!	
วันอาทิตย์ที่ 12 กันยายน พ.ศ 2564	

เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้นำบุคคลทางการเมืองที่มีบทบาทสำคัญในสังคมไทยในขณะนั้นคือ “3 ป.” ซึ่งเป็นคำเรียกกลุ่มนายทหาร 3 นายพล ได้แก่ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา พล.อ.ประวิตร วงษ์สุวรรณ และ พล.อ.อนุพงษ์ เผ่าจินดา ที่มีชื่อเล่นว่า “ป๊อก” ซึ่งดำรงตำแหน่งทั้งในรัฐบาลของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) หลังการรัฐประหารเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557 และในคณะรัฐมนตรี ชุดที่ 62 จากการ

เลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 (10 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 - 20 มีนาคม พ.ศ. 2566) ซึ่งนายพลทั้งสามคนต่างเคยดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการทหารบกและใน “บ้านทหารเสือ” หรือ กรมทหารราบที่ 21 รักษาพระองค์ (ร.21 รอ.) ค่ายนวมินทราชินี ต.บ้านสวน อ.เมือง จ.ชลบุรี หรือที่เรียกว่า “บุรพาพยัคฆ์” มาก่อนเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมือง 3 ป. เป็นฉายาทางการเมืองของนายพลทั้งสามซึ่งเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป แต่กวีนำ 3 ป. มาตีความใหม่เป็น “ประโยชน์ ประชา เป็นใหญ่” เพื่อเป็นหลักในการบริหารประเทศ

กวีนำ 3 ป. มาเปรียบเทียบว่า หากจะทำให้ประเทศมีความสุขสงบอย่างแท้จริง จะต้องนำ 3 ป. นี้ มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ คือ ป. ที่ 1 “ประโยชน์” เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงต่อคนส่วนรวม ป. ที่ 2 “ประชา” คือ ประชาชนที่เป็นกำลังสำคัญ และ ป. ที่ 3 “เป็นใหญ่” คือผู้นำที่ต้องเป็นหลักและเป็นใหญ่อย่างแท้จริง จึงจะนำพาประเทศให้เจริญก้าวหน้าไปได้ ไม่ได้เข้ามาเพื่อช่วงชิงอำนาจเพียงอย่างเดียว อีกทั้งการเสียดสีผู้นำทหารในช่วงเวลาดังกล่าว ทำให้เกิดภาพสะท้อนที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวมีเหตุการณ์ทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการลงคะแนนเสียงในที่ประชุมรัฐสภา สะท้อนผ่านกวีนิพนธ์เรื่อง “ปักเลน”

จบสิ้น	กระบวนการ
ทุกขั้นตอน	ตามกติกา
ไปควร	จะค้างคา
ให้ค้างคา	อยู่คาใจ
วิจารณ์	ญาณ
วิญญูชน	คนส่วนใหญ่
ยอมเห็น	และเป็นไป
สะท้อนเจตน์	จำนงตน
คำถาม กับ	คำตอบ
รับผิดชอบ	ด้วยเหตุผล
ชอบกล	ไม่ชอบกล
ก็ควรครบ	กระบวนการ
ก่อร่าง	ขึ้นรูปแล้ว
จะต่อแนว	ตั้งตำนาน
ต่อรูป	ลงรอนราน
ฤกษ์รูป	ให้ดำรง
ไปควร	จะค้างคา
ให้ค้างคา	คาใจจง
จบเรื่อง	ระเรื่องปลง
ไม่เป็นหลัก	ไปปักเลน

วันอาทิตย์ที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2564

จากบทกวีนิพนธ์ “ปักเลน” มีเหตุการณ์การลงมติว่าการแก้ไขรัฐธรรมนูญมาตรา 256 และเพิ่มเติมหมวด 51/1 จากที่ประชุมรัฐสภา โดย เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้สะท้อนภาพของจิตสำนึกของนักการเมือง ที่มีคำถามแฝงอยู่ภายในตลอดเวลาถึงการกระทำ และการกระทำแต่ละครั้ง เหมือน การดึงเข้าดึงออก ไม่เป็นหลักให้ประเทศโดยเปรียบเหมือนไม้หลักปักเลน

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคมที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ข้างคล่องคันทายาว ของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ช่วง พ.ศ. 2564 – กันยายน พ.ศ. 2565 มีผลการศึกษาดังนี้

1. ภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับสังคม ได้สะท้อนภาพสังคมไทยที่กระทบต่อบุคคลโดยทั่วไป และเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น ๆ พร้อมทั้งสอดแทรกคติธรรมทางพุทธศาสนาเข้าไป ทำให้เห็นความเชื่อมโยงของวิถีชีวิตของคนในสังคม ในการสะท้อนภาพสังคมของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ในทุกสัปดาห์

2. ภาพสะท้อนและแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ได้สะท้อนภาพเศรษฐกิจของไทยที่กำลังเร่งพัฒนาด้านการนำเข้าและส่งออกสินค้า ผลผลิตทางการเกษตร รวมถึงชี้ให้เห็นความสำคัญของการพัฒนาฝีมือและบ่มเพาะทัศนคติที่ดีแก่แรงงาน ซึ่งเป็นกำลังสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

3. ด้านการเมือง แม้ว่าจะมิได้วิพากษ์วิจารณ์การเมืองโดยตรงไปตรงมา แต่ก็ปรากฏการสะท้อนภาพทางการเมืองในช่วงเหตุการณ์สำคัญบางช่วงผ่านบทกวีเช่นกัน โดยกวีแทรกคติธรรมทางพุทธศาสนามาใช้ประกอบการนำเสนอแนวคิด

ทั้ง 3 แนวคิดได้อธิบายความเกี่ยวกับแนวคิดทางสังคม ซึ่งในแนวคิดทางสังคมได้ประสาน ธรรมะเข้าไปในเกือบทุกบทเพื่อเป็นการชี้แนะและชี้ให้เห็นภาพสะท้อนทางสังคมได้ชัดเจนยิ่งขึ้นและเมื่อนำคติธรรมเข้าไปผสมผสาน ทำให้มีความลุ่มลึกในกวีนิพนธ์มากยิ่งขึ้น และยังทำให้สามารถสื่อสารได้ชัดเจน จากบทกวีสู่ภาพสะท้อนสังคมที่เป็นอยู่ในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ในด้านสังคม เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ยังหยิบยกเหตุการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในทุก ๆ สัปดาห์ นำมาร้อยเรียงในกวีนิพนธ์ เสมือนเป็นการบันทึกเรื่องราวในสังคมแต่ละสัปดาห์เอาไว้โดยผ่านกวีนิพนธ์ที่มีความลุ่มลึกและประณีตทำให้ผู้อ่านเกิดประโยชน์ในการอ่านกวีนิพนธ์มากยิ่งขึ้น ด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากลักษณะสังคมและการเมืองในช่วงดังกล่าว และเมื่อมีข้อมูลถึงขั้นแรงงาน ได้อธิบายความและให้ข้อคิดเกี่ยวกับการทำงานเอาไว้ ในด้านการเมือง เนื่องจากตัว เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้รับตำแหน่งเป็นสมาชิกวุฒิสภา จึงสามารถมองเห็นบทบาทหน้าที่การทำงานในด้านการเมืองได้เป็นอย่างดี จึงมีการสะท้อนออกมาได้อย่างชัดเจนและไม่ลืมนำคติธรรมเข้าไป เพื่ออธิบายความด้านการเมืองได้อย่างแยบคายมากยิ่งขึ้นและ ในด้านสังคมที่ได้กล่าวไปแล้ว ในช่วง เวลาดังกล่าว ยังเป็นช่วงที่มีสถานการณ์โควิด-19 อย่างหนักที่เกิดขึ้นทั่วโลก ทั้งยังสะท้อนลักษณะของการแจกจ่ายวัคซีน การทุจริตด้านวัคซีนนำมาเขียนตีแผ่ไว้ในกวีนิพนธ์เพื่อให้ผู้อ่านบทกวีได้มีความเข้าใจในมิติที่หลากหลายจากการเสพข่าวของทางราชการมากยิ่งขึ้น

กวีนิพนธ์ของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ มีความลุ่มลึกในการสะท้อนภาพสังคมเศรษฐกิจการเมือง ที่ผสมผสานกลมกลืนกับบทคติธรรมได้เป็นอย่างดี โดยบันทึกความเป็นไปของสังคมในด้านเศรษฐกิจ ศาสนา วัฒนธรรม บทบาทของบุคคลทางการเมือง ตลอดจนการศึกษาและค่านิยมต่าง ๆ ซึ่งทำให้เห็นภาพสะท้อน

และแนวคิดทางสังคมในช่วงเวลาดังกล่าวได้ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิพงศ์ ญาณธีโร, พระปลัด และ จิรัฐิพร ไทยสูงเหลือม (2568) เรื่อง ศึกษาภาพสะท้อนสังคมในกวีนิพนธ์ รางวัลซีไรต์ ประจำปี 2565 เรื่อง “จนกว่าโลกจะโอบกอดเราเอาไว้” ของปาลิตา ผลประดับเพ็ชร ซึ่งผลการศึกษาปรากฏภาพสะท้อนในด้าน ค่านิยมเรื่องการมองมนุษย์เป็นวัตถุ ด้านปัญหาโรคระบาด ที่สะท้อนความกังวลของสังคม และงานวิจัยของ ณัฐกฤตา นามมนตรี (2566) เรื่อง ภาพสะท้อนทางสังคมในบทเพลงช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (COVID-19) ซึ่งผลการศึกษาปรากฏภาพสะท้อนในด้านในด้านภาพสะท้อนด้านวิถีชีวิต เศรษฐกิจ การบันเทิง หรือบอกเล่าเรื่องราวเหตุการณ์ การให้กำลังใจปลอบใจ จากงานวิจัยข้างต้นซึ่งศึกษาวรรณกรรมที่เผยแพร่ในช่วงเวลาใกล้เคียงกับกวีนิพนธ์ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา สนับสนุนให้เห็นว่ากวีนิพนธ์ “ข้างคลองคั่นนายาว” ปรากฏภาพสะท้อนและแนวคิดทางสังคมที่เกิดขึ้นจริงในสังคมในช่วงเวลานั้น

วรรณกรรมยังคงทำหน้าที่สะท้อนสังคม ซึ่งสอดคล้องกับ สุพิศ เอื้องชะ และคณะ (2560) ได้กล่าวไว้ว่า วรรณกรรมเป็นผลงานการสร้างสรรค์ของมนุษย์ วรรณกรรมและมนุษย์ต่างเป็นผลผลิตของสังคม จึงสามารถศึกษาสังคมได้จากวรรณกรรม ตามที่ตรีศิลป์ บุญขจร (2523) กล่าวว่า วรรณกรรมสะท้อนประสบการณ์ชีวิต ในยุคสมัย ไม่ว่านักเขียนจะตั้งใจสะท้อนสังคมหรือไม่ก็ตาม

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษากวีนิพนธ์ของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ อย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้เห็นภาพสะท้อนทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศในแต่ละช่วงเวลา
2. ควรศึกษาภาพสะท้อนด้านธรรมะที่ปรากฏในกวีนิพนธ์ของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์
3. ควรศึกษาการใช้โวหารภาพพจน์ในการแสดงความหมายโดยนัยในกวีนิพนธ์ของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ที่สัมพันธ์กับแนวคิดทางการเมือง

เอกสารอ้างอิง

ณัฐกฤตา นามมนตรี. (2566). ภาพสะท้อนทางสังคมในบทเพลงช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (COVID-19).

วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, 8(3), 70-83

ตรีศิลป์ บุญขจร. (2523). นวนิยายกับสังคมไทย พ.ศ. 2475 – 2500. กรุงเทพฯ: บางกอกการพิมพ์.

ไทยโพสต์. (2562). ครึ่งแรกนิทรรศการกวีนิพนธ์ “แปดทศวรรษ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์”. ไทยโพสต์.

ธนสิน ชุตินธรานนท์. (2562). การสื่อสารอัตลักษณ์ดุริยางค์ในกวีนิพนธ์ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์. วารสาร

ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่, 11(1), มกราคม - มิถุนายน.

เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์. (2564-2565). “ข้างคลองคั่นนายาว”. เดลินิวส์. หน้า 27.

เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, อำนาจ เอี่ยมสำอางค์ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ธนาคารกรุงเทพ

สำนักงาน ผ่านฟ้า เมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2564.

เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, อำนาจ เอี่ยมสำอางค์ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่รัฐสภา

เมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2565

เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, อำนาจ เอี่ยมสำอางค์ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่รัฐสภา

เมื่อ 16 เมษายน 2565

บรรจง บรรเจิดศิลป์. (2523). *ศิลปวรรณคดีกับชีวิต*. กรุงเทพฯ : ประดิษฐ์การพิมพ์.

ไพลิน อินคำ, พิทยา ดวงดำ และพรพรหมชนก สุวรรณพันธ์. (2564). *ความรุนแรงในกวีนิพนธ์เรื่อง “เพียงความเคลื่อนไหว” ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์*. *วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษาและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์*, 11(2), 79-89.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สิทธิพงศ์ ญาณธีโร, พระปลัด และจิรัฐพร ไทยงูเหลือม. (2568). ศึกษาภาพสะท้อนสังคมในกวีนิพนธ์ รางวัลซีไรต์ ประจำปี 2565 เรื่อง “จนกว่าโลกจะโอบกอดเราเอาไว้” ของปาลิตา ผลประดับเพ็ชร. *วารสารเสียงธรรมจากมหายาน*, 11(1), 230-238

สุพิศ เอื้องแซะ, สนิท สัตโยภาส และนราวัลย์ พูนพิพัฒน์. (2560). ภาพสะท้อนสังคมและกลวิธีการนำเสนอเรื่องสั้นในนิตยสาร “คู่สร้างคู่สม”. *วารสารบัณฑิตวิจัย*, 8(2), 129-144.

สำนักข่าวอิศรา. (2560). *เปิดตัวหนังสือ 30 ปี ข้างคลองคั่นนายาว สะท้อนสังคม ย้อนประวัติศาสตร์ไทย*. สำนักข่าวอิศรา.

การจัดการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

เมริกา พลังเดช¹ และ ปาริชาติ ช้วนรักษธรรม^{1*}

^{1*}สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Received: 13 May 2025 / Revised: 22 June 2025 / Accepted: 25 June 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี และ 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยกตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) วิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOTs กลุ่มเป้าหมายคือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน และบุคลากรภาครัฐในพื้นที่ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 15 คน และเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไป จำนวน 400 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี มีอาชีพหลักจำหน่ายข้าวเกรียบ โดยมีกระบวนการผลิตการแปรรูปจากเห็ดนางฟ้า และพืชผลทางการเกษตร มีศักยภาพด้านผู้นำ มีการส่งเสริมสนับสนุนให้สมาชิกเกิดความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทาง เป้าหมายการดำเนินงานรวมถึงการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานของกลุ่ม พบว่า จุดอ่อนของกลุ่ม คือ การส่งเสริมการตลาดยังขาดสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสมาชิกกลุ่มขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ และส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ตามหลัก 8P พบว่า ตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก และเมื่อพิจารณา รายด้านพบว่าด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการใช้พลัง

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาด, วิสาหกิจชุมชน, จังหวัดนนทบุรี

*Corresponding Author: parichat.c@rmutp.ac.th

Product Management of Community Enterprise for Agricultural and Processed Products, Ban Sam Yake, Lam Pho Subdistrict, Bang Bua Thong Distric, Nonthaburi Province

Merica Palungdech¹ and Parichart Chuanrakthum^{1*}

^{1*}Department of Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phranakorn

Abstract

This research aims: 1) to study the environment of the Ban Sam Yaek agricultural product and processing community enterprise in Lam Pho Subdistrict, Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province; and 2) to examine the marketing mix factors influencing purchasing decisions related to products from the Ban Sam Yaek agricultural product and processing community enterprise in Lam Pho Subdistrict, Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province. The research employs a mixed-methods approach, incorporating qualitative methods through SWOT analysis of the environment. The qualitative sample comprises 15 individuals, including community enterprise members and government personnel in the Lam Pho Subdistrict, Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province. For the quantitative component, a sample of 400 members of the general public will be selected using purposive sampling. Data will be analyzed using descriptive statistics, calculating means (Mean) and standard deviations (Standard Deviation). The research findings reveal that.

The Ban Sam Yaek agricultural product and processing community enterprise, located in Lam Pho Subdistrict, Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province, primarily engages in the sale of rice crackers. Their production process involves processing oyster mushrooms and agricultural produce. They possess strong leadership capabilities, actively promoting cooperation and participation among members in defining operational guidelines, goals, and in analyzing problems, obstacles, product development, and overall group operations. A key weakness identified within the group is the lack of consistent marketing and promotional materials, coupled with a lack of knowledge among members regarding online marketing strategies on online platforms. An analysis of the product marketing mix using the 8Ps framework revealed that respondents placed a high level of importance on it overall. Further examination of individual components indicated that consumers rated "Product" as the most important, followed by "Price", and "Promotion", respectively. The component with the lowest mean score was "Power".

Keywords: Marketing Mix, Community Enterprise, Nonthaburi Province

*Corresponding Author: parichat.c@rmutp.ac.th

บทนำ

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) นับเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ สร้างรายได้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2565) วิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร สร้างงาน และกระจายรายได้สู่เกษตรกรในชุมชน อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการจัดการผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของวิสาหกิจ และวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพง อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เป็นหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างรายได้ให้กับชุมชน แม้ว่ากลุ่มจะมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ข้าวเกรียบเห็ดนางฟ้า และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพืชผลทางการเกษตรอื่น ๆ แต่ยังคงประสบปัญหาในด้านการจัดการผลิตภัณฑ์อย่างครบวงจร ตั้งแต่การวางแผน การผลิต การควบคุมคุณภาพ การตลาด และการสร้างแบรนด์

จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลพบว่าสภาพปัญหาของการจัดการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพง อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เช่น การวางแผนผลิตภัณฑ์ ขาดการวางแผนระยะยาว ทำให้ไม่สามารถปรับตัวตามความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าอาจไม่ชัดเจน ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารทางการตลาดไม่ตรงจุด การตลาดและการขาย ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจมีจำกัด พึ่งพิงช่องทางเดิม ๆ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ได้ การส่งเสริมการตลาดอาจไม่เพียงพอ ขาดการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์น้อย รวมถึง การสร้างแบรนด์ยังไม่แข็งแกร่ง ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง

จากที่กล่าวมา วิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยกยังพบปัญหาในหลายด้าน ตั้งแต่การวางแผน การผลิต การตลาด ไปจนถึงการจัดการวิสาหกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของวิสาหกิจ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการจัดการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพง อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยในบทความนี้จะเน้นที่การศึกษาสภาพแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนและการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพง อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี
- 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยกตำบลลำโพง อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

การดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นการคิดและสร้างสรรค์โดยชุมชนที่พิจารณาทรัพยากรในท้องถิ่นผสมเข้ากับวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของชุมชนอื่น ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนเป็นการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ภายใต้ฐานภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านภูมิปัญญา เพื่อการเพิ่มมูลค่าและการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เข้าสู่ตลาด ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องคือ การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ และการพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น สี กลิ่น รส เนื้อสัมผัส เป็นต้น

ธนภณ นิธิขาวกุล (2562) สถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้ได้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งสามารถทำได้ 2 ลักษณะ คือ 1) การระดมความคิดร่วมกัน กล่าวคือ การให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มาร่วมกันทำการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นและสรุปผลจากข้อมูลที่มีออกมาเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจการ 2) การระดมความคิดแบบสรุปประเด็น กล่าวคือ การให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละคนทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจการจากข้อมูลที่มีและหลัง จากนั้นมาระดมความคิดสรุปประเด็นความเหมือนและแตกต่างออกมาเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกิจการ จากที่กล่าวมาข้างต้น ทั้ง 2 วิธีการ เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่นิยมนำมาใช้ในการวิเคราะห์ SWOT Analysis ซึ่งในบางครั้งผลของการวิเคราะห์ดังกล่าว พบว่า มีจำนวนข้อของการวิเคราะห์จำนวนมากและไม่สามารถเลือกตัดข้อใดออกได้ทำให้สิ่งที่ได้จากการวิเคราะห์ไม่สอดคล้องกับศักยภาพของกิจการส่งผลต่อการวิเคราะห์ในลำดับถัดไป

กมลวรรณ เทพสุวรรณ (2560) ได้สรุปเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของหลักการ 8P คือ การบริหารธุรกิจซึ่งมีอยู่มากมายมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจแต่ละประเภทโดยเฉพาะธุรกิจ ออนไลน์ที่มีการแข่งขันกันสูงเพราะปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ในชีวิตประจำวันของคนเราในทุก ๆ ด้านกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพเท่านั้นที่จะทำให้อธุรกิจออนไลน์ประสบความสำเร็จได้ง่ายและเร็วขึ้น ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจออนไลน์มีมือใหม่หรือคนที่กำลังคิดจะเริ่มต้นทำธุรกิจออนไลน์ได้เลือกกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพเมื่อนำมาใช้แล้วสามารถเห็นผลได้อย่างชัดเจน แนะนำให้ศึกษาความหมายของกลยุทธ์ 8P คือ ซึ่งประกอบไปด้วย

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์สำคัญต่อธุรกิจ โดยเฉพาะร้านค้าออนไลน์ ต้องคำนึงถึงกระบวนการผลิต บรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง การเลือกสินค้าจำหน่ายต้องวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียอย่างถี่ถ้วน เพื่อให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและตอบโจทย์ความต้องการลูกค้า ข้อมูลที่ได้จะนำไปพัฒนาสินค้าต่อไป

(2) ด้านราคา (Price Strategy) คือ การกำหนดราคาสินค้าที่คำนวณจากต้นทุนในการผลิตบวกกับกำไรที่เราต้องการจะได้ คำว่าต้นทุนการผลิตในส่วนของร้านค้าออนไลน์ที่ทำธุรกิจ แบบซื้อมาขายไป โดยไม่ได้มีการ

ผลิตสินค้าออกมาขายเองต้นทุนคือราคาทุนของสินค้าบวกค่าใช้จ่าย และบวกด้วยผลกำไรที่ต้องการจะได้แล้วนำมากำหนดเป็นราคาขาย กลยุทธ์สำคัญในการกำหนดราคา จะตั้งราคาสูงหรือราคาต่ำ

(3) ด้านการจำหน่าย (Place Strategy) ปัจจุบันมีช่องทางจำหน่ายสินค้าหลัก 2 รูปแบบ 1) ขายตรงผ่านร้านค้าออนไลน์ ได้กำไรสูงแต่ลูกค้าอาจจำกัด 2) ขายผ่านตัวแทน ได้กำไรน้อยกว่าแต่ขยายฐานลูกค้าได้กว้างขึ้น ทั้งสองวิธีมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของธุรกิจ

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดออนไลน์มุ่งกระตุ้นความต้องการสินค้าด้วยโปรโมชั่นต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม ต้องเหมาะสมกับสินค้าและกลยุทธ์อื่น ๆ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ 1) กระตุ้นลูกค้าโดยตรง เช่น ชื้อ 3 ชิ้นลดราคา 2) กระตุ้นตัวแทนด้วยส่วนลด ของแถม หรือเป้ายอดขาย เพื่อเพิ่มยอดขายโดยรวม

(5) ด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging Strategy) กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์สำคัญต่อการสร้างความประทับใจให้ลูกค้า ทั้งร้านค้าทั่วไปและออนไลน์ ต้องออกแบบให้สวยงามโดดเด่นกว่าคู่แข่ง สำหรับออนไลน์ การจัดส่งสินค้าก็เป็นส่วนสำคัญต้องเลือกบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสม หีบห่ออย่างเรียบร้อย เขียนรายละเอียดครบถ้วน เพื่อสร้างความประทับใจและรักษารฐานลูกค้า

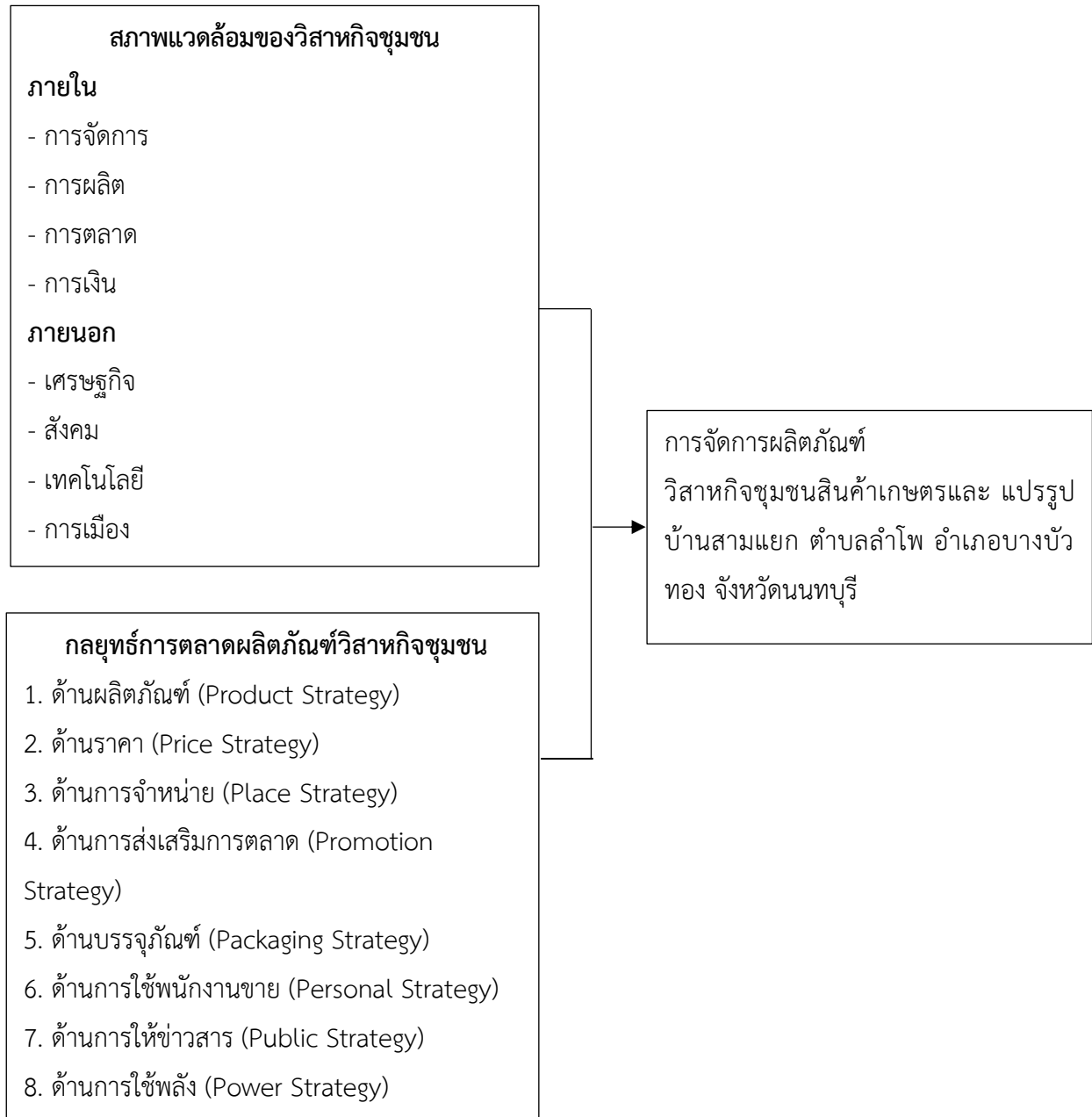
(6) ด้านการใช้พนักงานขาย (Personal Strategy) กลยุทธ์การใช้พนักงานขายมุ่งเพิ่มยอดขายและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ครอบคลุมการจ้างงานการบริหาร การเสนอขายและบริการหลังการขาย สำหรับร้านค้าออนไลน์ พนักงานขายเน้นตอบคำถามและให้ข้อมูลสินค้าอย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า

(7) ด้านการให้ข่าวสาร (Public Strategy) กลยุทธ์การให้ข้อมูลข่าวสารสำคัญในยุคดิจิทัล การขายสินค้าออนไลน์สามารถใช้ช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ประกาศฟรี หรือเว็บบอร์ดเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

(8) ด้านการใช้พลัง (Power Strategy) กลยุทธ์การใช้พลังต่อรองในร้านค้าออนไลน์มีหลายรูปแบบ เช่น การสร้างเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อสินค้าในราคาส่ง หรือการกำหนดราคาขายปลีกที่แตกต่างกันตามจำนวนสินค้าที่สั่งซื้อ เพื่อเพิ่มยอดขายและให้ลูกค้าได้สินค้าในราคาที่คุ้มค่า

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจึงนำทฤษฎีกลยุทธ์ทางการตลาด 8P ไม่ได้มีผู้คิดค้นเพียงคนเดียว แต่เป็นการพัฒนาต่อยอดจากแนวคิด 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) โดย Kotler, P. and Armstrong, G. (1997) และ McCarthy, E. Jerome & Perreault William D, Jr. (1990) ซึ่งแนวคิด 8P ได้เพิ่มเติมองค์ประกอบสำคัญอื่นๆ เข้าไป เพื่อให้ครอบคลุมการทำการตลาดในยุคดิจิทัล



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเพื่อให้ทราบแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูป บ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาดทั้ง ภายใน-ภายนอก แล้วนำข้อมูลที่ได้ศึกษามาทำการ SWOT analysis เพื่อหาแนวทางจัดการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจ ชุมชนได้อย่างเหมาะสม จึงดำเนินการวิจัยในแต่ละขั้นตอนแยกตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การศึกษาสภาพแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชน

ประชากรที่ศึกษาคือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน และบุคลากรภาครัฐในพื้นที่ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน จำนวน 15 คน แบ่งออกเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจำนวน 10 คน บุคลากรภาครัฐจำนวน 5 คน ประกอบด้วยสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล นักพัฒนาชุมชน ผู้อำนวยการโรงเรียน รวมจำนวน 15 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2. ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยกตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไปซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไปและเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

โดย

n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

Z คือ ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

$Z = 1.96$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ($\alpha = 0.05$)

d คือ ระดับความเชื่อมั่น 95%

สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

แทนค่าจากสูตรดังกล่าว

$$n = \frac{(.05)(1-.5)1.96^2}{.05^2} = 384.16$$

ได้ ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน โดยมีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างต้องไม่น้อยกว่าจำนวนที่คำนวณได้จากสูตร ดังนั้นเพื่อให้เป็นตัวเลขจำนวนเต็ม ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ประชากรที่ศึกษา ต้องมีคุณลักษณะที่สามารถให้คำตอบสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาได้อย่างแท้จริง โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. การศึกษาสภาพแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชน

ผู้วิจัยสร้างแบบสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือการวิจัย โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ และ 2) ข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชน

การทดสอบเครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่มีการร่างข้อคำถามไว้เบื้องต้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเหมาะสม จำนวน 3 ท่าน

2. ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยกตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัยสร้างแบบสร้างแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือการวิจัย โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน แบบสอบถามมีโครงสร้างแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดตามหลัก 8P สำหรับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 3 แสดงความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ (เพิ่มเติม)

การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

- ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามและตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยตรวจสอบจากความถูกต้อง ของเนื้อหา เป็นการตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามมีความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ แนวคิดทฤษฎี และกรอบแนวความคิดในการวิจัย

- นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน โดยหาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ด้วยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Congruence: IOC) โดยได้ค่า IOC พบว่าทุกข้อมีค่าคะแนน 0.60 ขึ้นไป

- ทำการทดสอบแบบสอบถาม (try-Out) และหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84

การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาสภาพแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชน

ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสร้างข้อสรุปและทำความเข้าใจความหมายและความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

2. ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยกตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

เก็บรวบรวมข้อมูลผ่าน Google Form และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถรายงานแยกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

ผลศึกษาสภาพแวดล้อมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พบว่า วิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน คือ ข้าวเกรียบจากการแปรรูปวัตถุดิบทางการเกษตร เช่น ข้าวเกรียบจากเห็ดนางฟ้า ข้าวเกรียบมันม่วง ข้าวเกรียบจากฟักทอง ฯลฯ มีจุดแข็งหลายด้าน เช่น วัตถุดิบที่ใช้เป็นวัตถุดิบจากแหล่งผลิตในชุมชน ซึ่งมีคุณภาพและปลอดภัย รวมถึง เป็นวัตถุดิบออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะ การตั้งราคาขายที่เหมาะสมกับผู้บริโภคทุกกลุ่ม สมาชิกองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเป็นผู้ดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสมาชิกในชุมชนแลหน่วยงานราชการ แต่ยังคงขาดการตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ยังไม่ดึงดูดและยากต่อการขนส่งเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ซึ่งข้าวเกรียบที่เสียหายได้ง่าย และยังคงขาดงบประมาณในการลงทุนเครื่องจักรและเทคโนโลยีสำหรับบรรจุภัณฑ์ การขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจสำหรับโอกาสของผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์หรือผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกกำลังเติบโตและได้รับความนิยมจากผู้บริโภค รวมถึงการเติบโตและโอกาสในการขยายช่องทางการตลาดสู่ออนไลน์ และการได้สนับสนุนจากนโยบายของภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ ส่งเสริมการสร้างแบรนด์สินค้าของชุมชนและการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่ก็ยังพบว่ามียุทธศาสตร์ต่าง ๆ เช่น การแข่งขันสูงจากสินค้าเกษตรและแปรรูปจากแหล่งชุมชนอื่น ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีจำนวนมากและหลากหลายทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าเกษตรที่มีการผันผวนตลอดเวลา สภาพอากาศที่อาจส่งผลกระทบต่อการผลิตเนื่องจากผู้ผลิตใช้แดดในการตากข้าวเกรียบ นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคเองที่มีการเปลี่ยนแปลงและต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยกตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

จากการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยกตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ข้อมูลส่วนนี้ ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาใน 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ตามหลัก 8P พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, $SD = 0.76$) และเมื่อพิจารณา รายด้านพบว่าด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.63$, $SD = 0.53$) รองลงมาคือ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.53$, $SD = 0.55$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.51$, $SD = 0.51$) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการใช้พลัง ($\bar{X} = 3.37$, $SD = 0.87$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ตามหลัก 8P สำหรับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

ด้าน	รายการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)	4.63	0.53	มากที่สุด
2	ด้านราคา (Price Strategy)	4.53	0.55	มากที่สุด
3	ด้านการจำหน่าย (Place Strategy)	3.62	0.84	มาก
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)	4.51	0.51	มากที่สุด
5	ด้านการให้ข่าวสาร (Public Strategy)	4.46	0.57	มาก
6	ด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging Strategy)	4.42	0.58	มาก
7	ด้านการใช้พนักงานขาย (Personal Strategy)	3.57	0.81	มาก
8	ด้านการใช้พลัง (Power Strategy)	3.37	0.87	มาก
รวม		3.61	0.76	มาก

ประเด็นที่ 2 การพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นการนำผลการศึกษาศวส่วนประสมทางการตลาดมาพัฒนาช่องทางการตลาดเพิ่มเติม

ช่องทางออนไลน์ การพัฒนาเว็บไซต์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีรูปภาพสวยงาม ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน มีระบบการสั่งซื้อออนไลน์ที่ง่ายและสะดวก พัฒนาโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram หรือ Line Official Account ในการโปรโมทสินค้า ให้รายละเอียดสินค้า รวมถึงสร้างคอนเทนต์เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ เช่น คลิปวิดีโอแนะนำกระบวนการผลิต รีวิวสินค้าจากลูกค้า และการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นต่าง ๆ นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนควรมีการตอบกลับข้อความและการสอบถามจากลูกค้าอย่าง

รวดเร็ว และการนำสินค้าเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ เช่น Shopee Lazada tiktok เป็นต้น และควรเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและประเภทสินค้า



ภาพที่ 2 ตัวอย่างช่องทางการตลาดออนไลน์ที่ได้พัฒนา

ช่องทางออฟไลน์ ซึ่งเป็นช่องเดิมที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีอยู่แล้วบางส่วนโดยการร่วมงานแสดงสินค้าตลาดนัดชุมชน และงานเทศกาลต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้ลองชิม สัมผัส และซื้อสินค้าโดยตรง และควรมีการออกแบบบูธที่ดึงดูดลูกค้า หรือการฝากขายที่ร้านค้าปลีกในพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียง โดยการติดต่อประสานร้านค้าปลีกใน เช่น ร้านขายของชำ ร้านอาหาร และร้านค้าของฝาก เพื่อวางจำหน่ายสินค้าโดยอาจมีการเจรจาเงื่อนไขการฝากขายที่เหมาะสม รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลสำนักงานเกษตรอำเภอ และภาคเอกชน เช่น ห้างสรรพสินค้าเพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายและการตลาดต่อไป

สรุปและอภิปรายผล

สภาพแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีได้ตั้งนี้ จุดแข็ง วัตถุดิบมาจากแหล่งผลิตในชุมชน มีคุณภาพและปลอดภัยผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะ ราคาเหมาะสม สมาชิกมีความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และถ่ายทอดความรู้ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและหน่วยงานราชการ จุดอ่อน ขาดการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ บรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดใจและไม่ป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์ ขาดงบประมาณลงทุนด้านเครื่องจักรและเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ โอกาส ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกเติบโต โอกาสขยายช่องทางการตลาดสู่ออนไลน์ ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐในการสร้างแบรนด์และเชื่อมโยงการท่องเที่ยว อุปสรรค การแข่งขันสูงจากผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ ความผันผวนของราคาสินค้าเกษตร

สภาพอากาศที่ส่งผลต่อการผลิต พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ตำบลลำโพงเป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้มีวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีคุณภาพดี ใกล้แหล่งน้ำมีแหล่งน้ำที่เอื้อต่อการทำการเกษตร ทำให้สามารถผลิตสินค้าเกษตรได้อย่างต่อเนื่อง สินค้าเกษตรสด มีสินค้าเกษตรสดหลากหลายชนิด เช่น ผัก ผลไม้ และสมุนไพร ที่มีคุณภาพดีและปลอดภัย การผลิตแบบดั้งเดิม มีการผลิตแบบดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา ทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์และมีเรื่องราว ซึ่งสอดคล้องกับ ชวนชม มงคลธวัช จินดา ขลิบทอง เณริศศักดิ์ ตุ่มหิรัญ (2564) ซึ่งได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอองไกรลาค จังหวัดสุโขทัย พบว่ากลยุทธ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามระดับต่าง ๆ กลุ่มระดับดี เชียงรุ๊ก (SO) พัฒนาผลิตภัณฑ์หลากหลาย ขอบมาตรฐาน ขยายช่องทางออนไลน์ เป็นแหล่งเรียนรู้ เชียงแก้ไข (WO) ร่วมกับภาครัฐพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย เชียงป้องกัน (ST) พัฒนาความรู้สมาชิกด้านการตลาดออนไลน์และบัญชี เชียงรับ (WT) สร้างเอกลักษณ์สินค้า ติดตามสภาพอากาศกลุ่มระดับปานกลาง เชียงรุ๊ก (SO) ลดต้นทุนการผลิต ให้ความรู้การตลาดออนไลน์ เชียงแก้ไข (WO) พัฒนาระบบการผลิต ใช้เทคโนโลยีลดต้นทุนแรงงาน เชียงป้องกัน (ST) พัฒนาความรู้สมาชิกด้านบัญชี เชียงรับ (WT) ติดตามสภาพภูมิอากาศ กลุ่มระดับปรับปรุง เชียงรุ๊ก (SO) บริหารจัดการกลุ่ม รับสมาชิกรุ่นใหม่ ถ่ายทอดความรู้การผลิต เชียงแก้ไข (WO) ร่วมกับภาครัฐพัฒนาสินค้าและช่องทางจัดจำหน่าย เชียงป้องกัน (ST) ฝึกอบรมพัฒนาสินค้า ส่งเสริมการเก็บออม เชียงรับ (WT) ให้ความรู้บัญชีเบื้องต้น รวมกลุ่มซื้อวัตถุดิบลดต้นทุน และ Thom, M. (2016) ได้กล่าวว่าผู้ประกอบการควรนำความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างมูลค่า และควรเรียนรู้ทักษะจำเป็น 7 ประการ คือ 1) ทักษะด้านความคิด 2) ทักษะด้านโอกาส 3) ทักษะด้านการคิดเชิงกลยุทธ์ 4) ทักษะด้านการคิดสร้างสรรค์ 5) ทักษะด้านการเป็นผู้นำ 6) ทักษะด้านการบริหารการเงิน และ 7) ทักษะด้านการตลาด

ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ตามหลัก 8P มุมมองของผู้บริโภค พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก และเมื่อพิจารณา รายด้านพบว่าด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการใช้พลัง ทั้งนี้ อาจเนื่องจากผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาบางอย่าง เช่น ซื้ออาหารเพื่อความอยู่รอดและความน่าสนใจ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งมีความแปลกใหม่จึงเลือกให้ความสำคัญกับตัวผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก ทั้งนี้ ผู้บริโภคบางคนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้วยตัวเองโดยไม่ได้นัดใจว่าจะมีการแนะนำจากผู้ขายหรือมีพลังสนับสนุนอะไรบางอย่าง ซึ่ง ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน และคณะ (2566) ทำการศึกษาการส่งเสริมปัจจัยทางการตลาดสินค้าชุมชนที่ตอบโจทย์พฤติกรรม ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าชุมชนจังหวัดชุมพรผ่านระบบออนไลน์ และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าชุมชนจังหวัดชุมพรผ่านระบบออนไลน์ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัย 8Ps ในระดับมาก ปัจจัยด้านเพศ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคทุกด้านที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ .05 ทุกปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของ ผู้บริโภคทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ประกอบการชุมชนสามารถนำ ปัจจัย 8Ps ไปปรับใช้ในการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนผ่านโซเชียลมีเดีย อีคอมเมิร์ซ และ เพิ่มช่องทางการชำระเงินปลายทางเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น และช่องทางการตลาดสำหรับ

ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสินค้าเกษตรและแปรรูปบ้านสามแยก ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ควรมีทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การทำตลาดผ่านเพจเฟซบุ๊กหรือ IG รวมไปถึงการออกบูธตามงานต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร เพชรรัตน์กุล ชัชวาล แสงทองล้วน กาญจนา พันธุ์เอี่ยม และ อธิษฐ์ สิริวิศรา (2566) ศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนในกลุ่มประเภทอาหารแปรรูป จากสับปะรด ในเขตภาคกลางตอนล่าง กลุ่ม 2 สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps สำหรับวิสาหกิจชุมชนในกลุ่มประเภทอาหารแปรรูปจาก สับปะรดในเขตภาคกลางตอนล่าง กลุ่ม 2 พบว่า 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เชิงรุก จัดการความรู้พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เชิงป้องกัน พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ 2. ราคา (Price) เชิงป้องกัน พัฒนาเครือข่ายการตลาด, ยกระดับสู่มาตรฐานสากล 3. สถานที่ (Place) เชิงแก้ไข พัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายรองรับการท่องเที่ยว 4. ส่งเสริมการขาย (Promotion) เชิงรุก พัฒนาศักยภาพการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง เชิงแก้ไข พัฒนาศักยภาพการจัดการตลาดรูปแบบใหม่ 5. บุคลากร (People) เชิงรับ พัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่ม 6. กระบวนการ (Process) เชิงแก้ไข จัดการระบบฐานข้อมูลตลอดห่วงโซ่อุปทาน เชิงรับ กำหนดนโยบายสาธารณะ แผนการผลิต/การตลาดรองรับสังคมสูงวัย เชิงป้องกัน จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม 7. องค์ประกอบทางกายภาพ (Physical) เชิงแก้ไข พัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยวิสาหกิจชุมชนบ้านสามแยกสามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ควรสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านของคุณภาพ รสชาติ บรรจุภัณฑ์ และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภคมากขึ้น โดยเน้นวัตถุดิบธรรมชาติ ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และรวมไปถึงช่องทางการตลาด สร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

2. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ควรสนับสนุนด้านจัดสรรงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิต การตลาด และการจัดการของวิสาหกิจชุมชน ให้คำปรึกษา แนะนำ และฝึกอบรมแก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขาย และขยายช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

3. สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนควรเพิ่มเติมองค์ความรู้ต่าง ๆ ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ หรือช่องทางการตลาดต่าง ๆ ทั้ง ออฟไลน์และออนไลน์

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาเปรียบเทียบการจัดการผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนบ้านสามแยกกับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ทั้งในและนอกจังหวัดนนทบุรี เพื่อค้นหาแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ

2. พัฒนาชุดฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นสำหรับสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ เทพสุวรรณ. (2560). *การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่น*. สารนิพนธ์. ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน และคณะ.(2566). การส่งเสริมปัจจัยทางการตลาดสินค้าชุมชนที่ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 10(2) : 181-210.
- ธณณ นิธิเชาวกุล. (2562). *การจัดการการตลาด*. เอกสารคำสอน. ชลบุรี: คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชวนชม มงคลธวัช จินดา ขลิบทอง เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ .(2564). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดสกลนคร. *การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11,วันศุกร์ที่ 26 พฤศจิกายน 2564 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*, 2097-2109.
- สุภาพร เพชรรัตน์กุล ชัชวาล แสงทองล้วน กาญจนา พันธุ์เอี่ยม และ อธิษฐ์ สิริวิศรา. (2566). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนในกลุ่มประเภทอาหารแปรรูป จากสับปะรด ในเขตภาคกลางตอนล่าง กลุ่ม 2. *วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน*, 5(1) : 64-82.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). *รายงานประจำปี 2565 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- Cochran, W.G. 1953. *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (1997). *Marketing An Introduction*. 4 thed. New Jersey. Prentince Hall International.
- McCarthy, E. Jerome &. Perreault William D, Jr. (1990). *Basic Marketing*. 10th ed. Illinois. Ridchard D. Irwin, Inc.

Gamification in Education and Beyond: Mechanisms, Impact and Challenges

**Piyathida Sereebenjapol^{1*} Tanonrat Naktang¹ Sutthirak Suwandecha¹
and Steven John Bodley¹**

^{1*}Department of English for Business Communication, Faculty of Science and Arts,
Burapha University Chanthaburi Campus

Received: 12 March 2025 / Revised: 19 April 2025 / Accepted: 7 May 2025

Abstract

This academic article explores the concept of gamification as an innovative strategy that enhances learning and engagement across educational and professional contexts. Drawing from psychological theories and motivational frameworks, the article examines how gamification—through elements such as points, badges, leaderboards, and storytelling—can improve learning outcomes, foster motivation, and support knowledge retention. It also discusses the emotional and social dimensions of gamified environments, including the roles of narrative, competition, and collaboration. While the benefits of gamification are well-documented, this article also highlights key challenges such as inconsistent effectiveness, overreliance on extrinsic rewards, and technological limitations. Finally, it considers emerging trends such as AI-driven personalization and immersive technologies, which point to promising future directions. By analyzing both the potential and limitations of gamification, this article contributes to a more comprehensive understanding of its role in education, training, and organizational development.

Keywords: Gamification, Motivation, Learning Engagement, Knowledge Retention, Educational Technology

*Corresponding Author: piyathida.se@go.buu.ac.th

INTRODUCTION

Gamification refers to the integration of game-like elements into non-game contexts, particularly in education, to enhance engagement and motivation. This approach has gained prominence as a transformative pedagogical tool, leveraging interactive and enjoyable experiences to improve knowledge retention. By incorporating game mechanics such as points, badges, and leaderboards, gamification fosters an engaging learning environment that enhances memory recall and supports long-term knowledge retention (Dichev & Dicheva, 2017, Li, Ma, & Shi, 2023).

Empirical studies suggest that gamified learning can significantly improve retention rates, with some findings indicating up to a 90% increase compared to traditional instructional methods (Koss, 2024). This improvement is attributed to mechanisms such as immediate feedback, adaptive learning paths, and reinforcement through repetition, all of which strengthen cognitive processing (Barney, 2023; Dichev & Dicheva, 2017; Koss, 2024). Additionally, gamification has been shown to encourage positive behavioral changes by rewarding achievements, thereby aligning learners with institutional goals and fostering a culture of continuous learning. The ability to personalize learning experiences and provide real-time progress tracking further enhances its effectiveness in catering to diverse learner needs (Jaramillo-Mediavilla, Basantes-Andrade, Cabezas-González, & Casillas-Martín, 2024).

Despite its advantages, the implementation of gamification presents challenges. Its effectiveness varies across educational contexts, raising concerns about best practices for incorporating game elements. Moreover, critics argue that an overreliance on extrinsic rewards may undermine intrinsic motivation, emphasizing the need for a balanced approach that fosters deep, self-driven engagement (Landers, Bauer, Callan, & Armstrong, 2015). These concerns highlight the importance of systematic research to refine gamification strategies and ensure they contribute meaningfully to learning outcomes.

Beyond education, gamification has demonstrated potential in workplace productivity, health promotion, and social initiatives, underscoring its versatility as a tool for driving engagement and behavioral change. As technology advances, future developments in gamification are expected to create more immersive and adaptive learning experiences, further solidifying its role in modern educational and professional environments.

THEORETICAL FOUNDATIONS

Gamification, the integration of game-like elements into non-game contexts, is rooted in various motivational theories that explain why individuals engage in certain activities. At the core of this discussion is the distinction between intrinsic and extrinsic motivation. Intrinsic motivation arises from personal satisfaction and the inherent enjoyment of an activity, whereas extrinsic motivation is driven by external rewards or incentives (Dichev & Dicheva, 2017; Li, Ma, & Shi, 2023). Self-Determination Theory (SDT), proposed by Ryan and Deci, posits that individuals have fundamental psychological needs for competence, autonomy, and relatedness—key factors in fostering intrinsic motivation (Dichev & Dicheva, 2017; Koss, 2024).

In the context of gamification, video games exemplify how these motivational principles are successfully applied. Well-designed games inherently satisfy players' psychological needs, encouraging prolonged engagement. This principle extends to gamified learning environments, where game design elements—such as explicit goals, clear rules, feedback systems, and voluntary participation—can be leveraged to enhance student motivation and engagement (Li, Ma, & Shi, 2023).

Various gamification frameworks incorporate psychological principles to optimize learning outcomes. For instance, Chou's framework emphasizes the role of fundamental human instincts, such as social influence and the need for purpose, in creating engaging experiences. Other models draw from established theories, such as Maslow's hierarchy of needs and Reiss' 16 basic desires, to inform the design of gamified elements that enhance motivation (Koss, 2024).

Despite the increasing adoption of gamification in education, there remains a lack of standardization in measuring its effectiveness across different learning environments. This inconsistency poses challenges in identifying which specific game elements and configurations yield the most significant benefits for student motivation and learning outcomes (Li, Ma, & Shi, 2023). A more systematic and experimental approach is necessary to bridge the gap between theoretical insights and practical applications in gamified learning.

Moreover, gamification facilitates a shift from a teacher-centered to a student-centered learning approach, promoting greater autonomy in knowledge acquisition. Research by Matyakhan, Chaowanakritsanakul, and Santos (2024) found that students who had the ability to select their own reading materials within a gamified setting

demonstrated higher motivation and deeper engagement with the content. This finding aligns with SDT, which suggests that autonomy in learning enhances intrinsic motivation and fosters long-term knowledge retention.

MECHANISM OF GAMIFICATION

Gamification incorporates game design elements and principles into nongame contexts to enhance engagement, motivation, and performance (Van, 2023). By integrating components such as badges, leaderboards, and points, gamification transforms routine tasks into interactive and rewarding experiences. This approach has been widely applied in education, workplaces, and other settings to encourage active participation and sustained engagement (Barney, 2023).

Game Design Elements

Badges

Badges serve as visual indicators of achievement, signifying players' accomplishments and reinforcing their progress within a gamified system. They act as both goals and status symbols, providing immediate feedback that encourages learners or employees to persist in their tasks. By rewarding specific behaviors, badges can shape user engagement and foster a sense of achievement.

Leaderboards

Leaderboards rank participants based on their performance, introducing a competitive dynamic that can influence motivation. When players compete against others of similar skill levels, leaderboards can drive engagement by fostering a sense of challenge. However, they may also have negative effects, as lower-ranked individuals may feel discouraged or demotivated if the gap between them and top performers is too wide. Thus, the effectiveness of leaderboards depends on how they are structured and perceived by participants (Jaramillo-Mediavilla et al., 2024).

Points

Points are a fundamental aspect of gamification, representing progress and performance in completing designated tasks. They provide continuous feedback and facilitate goal tracking, reinforcing engagement. Different types of points—such as experience points (XP), redeemable points, and reputation points—serve distinct purposes in gamified systems, enabling users to monitor their achievements and maintain motivation over time.

Emotional Connection and Learning

Beyond cognitive engagement, gamification fosters emotional connections that enhance learning experiences. The release of dopamine following achievements creates a sense of pleasure, reinforcing motivation and encouraging continued participation. This neurological response plays a crucial role in memory retention by activating the hippocampus, which is responsible for processing and storing information.

Research has shown that gamified learning environments can reduce stress and increase student engagement. For instance, in Vathanalaoha's (2022) study, students described gamified English classes as more enjoyable and interactive, which alleviated learning anxiety and increased motivation. Visually engaging elements, such as customizable avatars and game-like quests, contributed to a lower-stress learning atmosphere, making students more willing to take risks and participate actively. Similarly, Matyakhan et al. (2024) found that students who initially viewed reading as dull or challenging became more confident and interested in reading activities after gamification was introduced. By incorporating digital interaction and game mechanics, the learning environment became less intimidating, allowing students to process and retain information more effectively.

Narrative Contexts

The integration of storytelling elements into gamification can further enhance engagement and retention. Meaningful narratives provide context and purpose to learning tasks, transforming them from abstract exercises into compelling experiences. This “narrative overlay” not only enhances motivation but also strengthens knowledge retention by making information more personally relevant and memorable (Landers et al., 2015).

Social Influences

Social interaction plays a vital role in gamified environments, leveraging competition and collaboration to enhance learning outcomes. Healthy competition, facilitated through leaderboards or achievement-based rewards, can push individuals to improve their performance. Meanwhile, collaborative elements—such as team-based challenges or cooperative problem-solving tasks—promote essential skills such as communication, critical thinking, and conflict resolution. By fostering both competitive and cooperative dynamics, gamification creates an engaging and socially supportive learning environment (Jaramillo-Mediavilla et al., 2024).

IMPACT OF GAMIFICATION ON KNOWLEDGE RETENTION

Gamification has emerged as a transformative approach in educational settings, significantly enhancing knowledge retention through interactive and engaging mechanisms.

Enhanced Knowledge Retention

Research suggests that gamification can improve learning retention by up to 90% compared to traditional educational methods (Huseman, 2023). This substantial improvement is primarily due to the interactive nature of gamified learning, which incorporates key game mechanics such as instant feedback, repetition, and reinforcement. These elements strengthen neural connections, enhance memory recall, and ensure long-term retention of knowledge and skills (Neelakandan, 2023).

Empirical studies further support this claim. For instance, Vathanalaoha (2022) examined the impact of the gamified learning platform *Winner English* in Thai secondary schools. The study found that students using the platform demonstrated a 35.8% improvement in learning development, whereas those in the control group, who followed traditional learning methods, exhibited only a 16.1% improvement. This finding underscores the effectiveness of gamification in promoting engagement and active participation, both of which are crucial for knowledge retention.

The integration of digital gamification tools, such as Kahoot and Quizizz, has also proven effective in enhancing learning outcomes. Matyakhan et al. (2024) found that students responded positively to these platforms, which provided instant feedback, fostered peer collaboration, and introduced a healthy competitive environment. These gamified elements align with emerging trends in educational technology, reinforcing interactive learning experiences that contribute to long-term knowledge retention.

Behavioral Reinforcement and Motivation

Beyond its impact on retention, gamification plays a crucial role in promoting desired behaviors among learners. By incorporating reward-based systems—such as points, badges, and leaderboards—gamified learning environments create a sense of accomplishment that motivates learners to stay engaged. This reinforcement not only encourages continued participation but also fosters a culture of continuous learning, where learners are driven to achieve mastery and persist in their educational pursuits.

Personalized and Adaptive Learning

Another significant advantage of gamification is its ability to accommodate diverse learning styles and preferences. Gamified platforms often incorporate adaptive learning pathways, allowing learners to progress at their own pace based on their strengths and areas for improvement. This personalized approach enhances engagement by aligning educational content with individual learning needs, ultimately increasing retention and comprehension (Neelakandan, 2023).

Immediate Feedback and Progress Tracking

The effectiveness of gamification is further reinforced by its emphasis on immediate feedback and progress tracking. By providing learners with real-time assessments and performance insights, gamified systems sustain motivation and encourage continuous improvement. Timely feedback helps learners identify areas requiring reinforcement, making the learning process more efficient and impactful (Neelakandan, 2023).

Cultivating an Engaging Learning Culture

The integration of gamification into educational and corporate training programs has led to a strategic shift toward more dynamic and engaging learning environments. By transforming traditional instruction into interactive experiences, organizations can mitigate issues related to information overload, making it easier for learners to retain critical knowledge. This shift not only improves learning outcomes but also contributes to the development of a more skilled and engaged workforce, ultimately driving organizational success.

ADVANTAGES OF GAMIFICATION

Gamification offers a range of benefits that enhance learning experiences and drive engagement across various domains, particularly in education and corporate training. By incorporating game elements such as points, badges, leaderboards, and rewards, gamification transforms conventional learning into an interactive and motivating process.

Increased Engagement and Motivation

One of the most significant advantages of gamification is its ability to enhance user engagement and motivation. Traditional learning environments often struggle to maintain learners' attention, whereas gamified systems leverage competition,

achievement, and immediate feedback to create a more stimulating experience. Research indicates that gamification can increase engagement by up to 83% compared to conventional training methods, leading to higher knowledge retention and improved overall performance (Neelakandan, 2023).

Gamification strengthens both intrinsic and extrinsic motivation by integrating structured reward systems. For instance, Vathanalaoha (2022) found that students exhibited greater engagement when gamified elements such as points, badges, and leaderboards were incorporated into their learning. These elements not only encouraged participation but also transformed passive learners into active participants by fostering goal-oriented behavior and providing real-time feedback. This aligns with Deci and Ryan's Self-Determination Theory, which posits that autonomy and competence are key drivers of motivation in learning.

Furthermore, motivation plays a crucial role in knowledge retention. A study by Matyakhan et al. (2024) on Thai EFL students revealed that learners in gamified environments reported significantly higher motivation levels across all engagement dimensions, including autonomy, real-world interaction, and peer collaboration. The integration of game mechanics such as rankings, rewards, and social interaction contributed to an increase in reading engagement and overall comprehension.

Enhanced Learning Outcomes

Gamification has been shown to improve learning outcomes by fostering a sense of achievement and progression. Studies suggest that gamified learning environments can lead to a 19% increase in success rates compared to online learning and a 14% increase compared to traditional learning methods. The incorporation of immediate feedback mechanisms encourages learners to refine their understanding and correct mistakes in real time, reinforcing long-term retention and mastery of concepts (Dichev & Dicheva, 2017; Lampropoulos, & Sidiropoulos, 2024; Neelakandan, 2023).

Promotion of Social Interaction and Teamwork

Gamification also enhances social interaction and teamwork by integrating cooperative and competitive elements into learning experiences. Features such as team-based challenges and leaderboards promote collaboration and camaraderie among learners, motivating them to work collectively toward shared goals. This aspect is particularly valuable in both educational and corporate settings, as it fosters communication skills, problem-solving abilities, and a sense of community (Gupta, 2023).

Improved Information Retention

The structured reward system within gamification plays a crucial role in information retention. By making the learning process more engaging and enjoyable, gamification ensures that learners remain invested in the material over an extended period (Gupta, 2023; Kärpuk, 2024). Active participation in gamified learning environments enhances cognitive processing, making it easier for individuals to recall and apply acquired knowledge. The reinforcement of positive learning patterns through rewards and recognition further solidifies information retention (Neelakandan, 2023; Singh, 2023).

Fostering Creativity and Innovation

Beyond engagement and knowledge acquisition, gamification encourages creativity and innovation by prompting learners to think critically and explore novel solutions. Problem-solving challenges, interactive simulations, and scenario-based learning activities push learners to experiment with different approaches and refine their analytical skills. This dynamic learning environment nurtures innovation and adaptability—both of which are essential in academic and professional contexts (Gupta, 2023; Huseman, 2023).

CHALLENGES AND CRITICISMS

Despite the increasing adoption of gamification in educational settings, its effectiveness and implementation remain subjects of debate. Several challenges and criticisms have emerged, highlighting the complexity of integrating game-based elements into learning environments.

Variability in Effectiveness

A primary concern is the inconsistent effectiveness of gamification across different educational contexts. Research indicates that various factors such as the combination of game elements, the nature of learning activities, and student demographics significantly influence outcomes (Dichev & Dicheva, 2017). These variations complicate efforts to identify universally effective gamification strategies. Furthermore, fundamental contextual differences hinder the transferability of best practices between learning environments. To address this challenge, more systematic experimental studies are needed to validate gamification's impact across diverse educational settings.

User Types and Motivation

Another critical issue relates to the diverse responses of learners to gamification. Studies suggest that the impact of gamification is moderated by learner characteristics, with younger students generally exhibiting higher engagement levels than older students. For instance, research has found that elementary school students respond more positively to gamified learning compared to their secondary school counterparts (Li, Ma, & Shi, 2023). This discrepancy raises important questions about how to tailor gamification strategies to different age groups and learning styles to maximize effectiveness.

Reward Systems and Engagement

Gamification often incorporates reward systems to enhance motivation; however, reliance on extrinsic rewards has been met with criticism. Neuroscientific findings indicate that while rewards can drive engagement, poorly designed reward structures may lead to hyperbolic discounting, where learners prioritize immediate rewards over long-term learning benefits (Ruth, 2023). Additionally, if rewards are distributed unevenly, they may alienate certain students, diminishing overall engagement. To ensure sustainable motivation, gamification strategies should balance extrinsic incentives with intrinsic engagement mechanisms (McCarthy, 2021).

Need for Long-Term Studies

Existing literature suggests that the duration of gamified interventions plays a crucial role in determining their effectiveness. Studies indicate that longer implementations typically extending beyond one semester yield more substantial improvements in student engagement and knowledge retention (Li, Ma, & Shi, 2023). This underscores the need for longitudinal research to evaluate gamification's long-term educational impact and inform best practices for sustained implementation.

Balancing Game Elements

An ongoing challenge in gamification design is determining the optimal combination of game elements. Questions persist regarding whether incorporating more game mechanics enhances learning outcomes or if an excessive number of elements may dilute educational objectives. Striking a balance between points, rewards, and intrinsic motivation remains a critical area of investigation. Without clear guidelines and systematic experimentation, designing effective gamified learning environments remains a complex task (Dichev & Dicheva, 2017; (Li, Ma, & Shi, 2023).

Technological and Infrastructural Challenges

While gamification offers numerous benefits, its effectiveness is contingent on contextual factors such as technological accessibility and educator preparedness. Vathanalaoha (2022) found that students in rural areas faced barriers such as limited internet access, which hindered their participation in gamified learning activities. Additionally, teachers in the study reported difficulties adapting to digital tools, highlighting the need for comprehensive training and support. Similarly, Matyakhan et al. (2024) observed that students unfamiliar with gamified platforms required orientation and technical assistance before effectively engaging with these tools. Moreover, access to stable internet and digital resources significantly influenced participation rates. These findings underscore the importance of ensuring infrastructure readiness and providing adequate professional development for educators when integrating gamification into educational programs.

In summary, despite its potential to enhance learning, gamification presents significant challenges that must be addressed to maximize its impact. Future research should focus on refining gamification strategies, ensuring equitable access to technology, and developing pedagogically sound implementations that cater to diverse learner needs.

FUTURE OF GAMIFICATION

The future of gamification holds substantial promise for enhancing diverse domains, particularly education and workplace engagement. As the integration of game elements into non-game contexts continues to expand, the potential for gamification to transform learning experiences and improve motivation becomes increasingly evident (Li et al., 2023).

Trends and Growth

Gamification is projected to grow at an average annual rate of 28% until 2030, underscoring its rising recognition and effectiveness across various applications, especially in education (Verma, 2023). Recent studies indicate an expanding body of research examining gamification's impact on motivation and academic performance, addressing critical gaps identified in systematic reviews of studies published between 2016 and 2022. The use of systematic literature review methodologies ensures the inclusion of recent insights, providing a comprehensive understanding of gamification's effectiveness across different contexts.

Research Directions

Future research should focus on longitudinal studies that assess the sustained impact of gamification on motivation, learning, and performance. Such studies could identify key factors that contribute to long-term positive effects, enabling the refinement of gamification strategies tailored to specific educational environments. Moreover, comparative analyses across different learner demographics and educational settings could provide deeper insights into the conditions under which gamification is most effective.

Technological Advancements

Advancements in technology will be pivotal in shaping the future of gamification. The integration of artificial intelligence (AI), augmented reality (AR), and virtual reality (VR) into gamified experiences is expected to create more engaging and immersive learning environments. For instance, VR-based virtual science labs can enable students to conduct experiments that may be impractical in traditional classroom settings, thereby enhancing experiential learning and conceptual understanding (Jaramillo-Mediavilla et al., 2024). Additionally, AI-driven adaptive gamification could personalize learning experiences, dynamically adjusting challenges and rewards based on individual progress (Huseman, (2023).

Broader Applications

Beyond education, gamification is increasingly being utilized in workplace productivity and project management to enhance employee engagement, foster collaboration, and incentivize task completion. Additionally, its application in sustainability initiatives demonstrates its versatility as a tool for encouraging eco-friendly behaviors and promoting social responsibility. These diverse applications highlight gamification's potential to drive positive behavioral change across multiple industries.

As gamification continues to evolve, both researchers and practitioners must adopt innovative methodologies and frameworks that ensure its effective and contextually relevant implementation (Landers et al., 2015). By leveraging emerging technologies and refining engagement strategies, gamification is poised to redefine learning, productivity, and behavioral motivation in an increasingly digital world.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

This article emphasizes the importance of gamification in educational and training contexts, highlighting its ability to enhance learning effectiveness through cognitive and motivational mechanisms. Rather than being a fleeting pedagogical trend, gamification represents a structured approach that aligns with established principles of learning science. By fostering intrinsic motivation, emotional engagement, and adaptive learning experiences, well-designed gamification strategies can facilitate information encoding, retrieval, and long-term retention.

Given the growing integration of gamification in various educational settings, continued exploration of its theoretical foundations and practical applications is essential. Further academic discussion should center on improving gamification frameworks, evaluating their adaptation across disciplines, and addressing potential limitations. As the field evolves, a deeper understanding of the interplay between gamification elements and cognitive processes will contribute to more effective instructional strategies, ultimately enhancing both learner engagement and knowledge acquisition.

REFERENCES

- Barney, N. (2023, September). *What Is Gamification? How It Works and How to Use It*. HR Software. Retrieved from <https://www.techtarget.com/searchhrsoftware/definition/gamification>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01.
- Dichev, C., & Dicheva, D. (2017). Gamifying education: What is known, what is believed and what remains uncertain: A critical review. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 14(1), Article 9. <https://doi.org/10.1186/s41239-017-0042-5>
- Gupta, D. (2023, February 3). *Gamification in corporate training in 2025 (+Benefits, examples)*. Whatfix. Retrieved from <https://whatfix.com/blog/gamification-in-training/>
- Huseman, T. (2023). *Leveraging gamification for effective knowledge retention*. Acadecraft. Retrieved from <https://www.acadecraft.com/blog/leveraging->

gamification-for-effective-knowledge-retention/

Jaramillo-Mediavilla, L., Basantes-Andrade, A., Cabezas-González, M., & Casillas-Martín, S.

(2024). Impact of gamification on motivation and academic performance: A systematic review. *Education Sciences*, 14(6), 639.

<https://doi.org/10.3390/educsci14060639>

Kärpuk, K. (2024, July 16). *Gamification in training: How-to guide with examples*. Adact.

Retrieved from <https://adact.me/blog/gamification-in-training/>

Koss, H. (2024, May 31). *Gamification: What It Is and How It Works (With 8 Examples) /*

Built In. BuiltIn.com. <https://builtin.com/articles/gamification>

Landers, R. N., Bauer, K. N., Callan, R. C., & Armstrong, M. B. (2015). Psychological theory

and the gamification of learning. In T. Reiners & L. C. Wood (Eds.), *Gamification in education and business* (pp. 165–186). Springer International Publishing.

https://doi.org/10.1007/978-3-319-10208-5_9

Lampropoulos, G., & Sidiropoulos, A. (2024). Impact of Gamification on Students’

Learning Outcomes and Academic Performance: A Longitudinal Study Comparing Online, Traditional, and Gamified Learning. *Education Sciences*, 14(4), 367. <https://doi.org/10.3390/educsci14040367>

Li, M., Ma, S., & Shi, Y. (2023). Examining the effectiveness of gamification as a tool

promoting teaching and learning in educational settings: a meta-analysis.

Frontiers in Psychology, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1253549>

McCarthy, J. (2021, December 13). *Using gamification to ignite student learning*.

Edutopia. Retrieved from <https://www.edutopia.org/article/using-gamification-ignite-student-learning>

Matyakhan, T., Chaowanakritsanakul, T., & Santos, J. A. L. (2024). Implementing

Gamification to Enhance Reading Engagement and Reading Comprehension of Thai EFL University Students. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 17(1), 121–239. retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/LEARN/article/view/270383>

Neelakandan, N. (2023, December 7). *Unlocking knowledge: The power of*

gamification in education. eLearning Industry. Retrieved from

<https://elearningindustry.com/unlocking-knowledge-the-power-of-gamification-in-education>

- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000a). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54-67.
<https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000b). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68.
- Ruth, M. (2023). *Simulation and its effects on knowledge retention and critical thinking skills*. *International Journal of Nursing and Health Care Research*, 6, Article 1426. <https://doi.org/10.29011/2688-9501.101426>
- Singh, K. (2023, August 16). *Gamification in education: Advancing 21st-century learning*. eLearning Industry. Retrieved from <https://elearningindustry.com/gamification-in-education-advancing-21st-century-learning>
- Van, D. (2023, November 6). *Gamification has emerged as a powerful tool in corporate training*, <https://www.linkedin.com/pulse/power-gamification-corporate-training-boosting-david-thvde>
- Vathanalaoha, K. (2022). Effects of Gamification in English Language Learning: The Implementation of Winner English in Secondary Education in Thailand. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 15(2), 830–857. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/LEARN/article/view/259953>
- Verma, N. (2023, February 19). *How effective is gamification in education? 10 case studies and examples*. Axon Park. Retrieved from <https://axonpark.com/how-effective-is-gamification-in-education-10-case-studies-and-examples/>

คำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับ

รูปแบบการเขียนบทความ

1. บทความที่รับพิจารณาตีพิมพ์เป็นบทความภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ โดยมีจำนวนหน้าของเนื้อหาและบรรณานุกรมรวมทั้งสิ้น 8-15 หน้า ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษขนาด A4 ตั้งค่าน้ำกระดาษ และระยะขอบ ดังนี้

ระยะขอบบน	2.54 ซม.	ระยะขอบล่าง	2.00 ซม.
ระยะขอบซ้าย	2.54 ซม.	ระยะขอบขวา	2.00 ซม.
หัวกระดาษ	1.25 ซม.	ท้ายกระดาษ	1.25 ซม.

2. องค์ประกอบของบทความ

หัวข้อ/ส่วนประกอบ	คำอธิบาย
ชื่อบทความ	ระบุชื่อบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 20 พอยท์ ตัวหนา ไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
ชื่อผู้เขียน	ระบุชื่อผู้นิพนธ์ ผู้นิพนธ์ร่วม (ถ้ามี) ทุกคนทั้งภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ โดยไม่ต้องระบุค่านำหน้าชื่อ ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ และใส่ * ที่ผู้นิพนธ์หลัก
สังกัดผู้เขียน	เขียนไว้ส่วนท้ายของบทความย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 12 พอยท์ • สำหรับอาจารย์/นักวิชาการ ระบุตำแหน่งทางวิชาการ(ถ้ามี) สาขาวิชา คณะ สถาบันการศึกษา ที่สังกัด สถานที่ทำงาน • สำหรับนักศึกษา ระบุนักศึกษาปริญญาตรี โทหรือนักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชา คณะ/สถาบันการศึกษา • อีเมลให้ระบุผู้นิพนธ์หลักเท่านั้น
บทคัดย่อ	บทคัดย่อต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษมีความยาวไม่เกิน 200 คำ หากเป็นบทความภาษาไทยให้เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หากเป็นบทความภาษาอังกฤษ ให้เขียนบทคัดย่อเป็นภาษาอังกฤษ (หรืออาจมีบทคัดย่อภาษาไทยด้วยหรือไม่ก็ได้) โดยเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหา เช่น วัตถุประสงค์ วิธีการศึกษา ผลงาน และการวิจารณ์อย่างต่อเนื่องกัน
คำสำคัญ	ระบุคำสำคัญ 3-5 คำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไว้ท้ายบทคัดย่อ

เนื้อหา	• หัวข้อใช้ขนาดตัวอักษร 16 พอยท์ ตัวหนา วางไว้ชิดขอบซ้าย ส่วนรายละเอียดใช้ขนาดตัวอักษร 16 พอยท์ ปกติ การเขียนบทความแต่ละประเภทมีรายละเอียดดังนี้ 1. บทความวิจัย ประกอบด้วย 1.1 บทนำ 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย 1.3 สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) 1.4 กรอบแนวคิด (ถ้ามี) 1.5 วิธีดำเนินการวิจัย - ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง - เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย - การเก็บรวบรวมข้อมูล - การวิเคราะห์ข้อมูล 1.6 ผลการวิจัย 1.7 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย 1.8 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย 1.9 กิตติกรรมประกาศ(ถ้ามี) 1.10 เอกสารอ้างอิง 2. บทความวิชาการ บทวิจารณ์หนังสือ และบทความปริทัศน์ ประกอบด้วย 2.1 บทนำ 2.2 เนื้อเรื่อง 2.3 บทสรุป 2.4 เอกสารอ้างอิง
ตารางและกราฟ (ถ้ามี)	ตารางที่แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล
รูปภาพ (ถ้ามี)	• รูปภาพประกอบให้ส่งต้นฉบับเป็นภาพถ่ายที่มีความคมชัดและส่งจัดไฟล์รูปภาพเป็นนามสกุล JPEG หรือ PNG • กรณีภาพถ่ายที่คัดลอกจากแหล่งอื่นให้อ้างอิงแหล่งที่มาของภาพด้วย
อ้างอิง	• การอ้างอิงในเนื้อหาเป็นระบบนาม-ปี โดยระบุชื่อผู้เขียน ปีพิมพ์ และเลขหน้าของเอกสาร ไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังของข้อความที่ต้องการอ้างอิง เช่น เมทิกา พ่วงแสง (2562 : 15) หรือ (เมทิกา พ่วงแสง, 2562 : 8-17) * ทั้งนี้ หากมีผู้เขียนไม่เกิน 6 คน ให้ใส่ครบทุกคน และหากมีผู้แต่งมากกว่า 6 คน ให้ใส่ผู้แต่งคนแรกตามด้วย “และคณะ”

	• อ้างอิงท้ายบทความใช้รูปแบบการเขียนอ้างอิงตามระบบ APAเรียงลำดับอักษร ตามอักษรตัวแรกที่ปรากฏ ไม่ว่ารายการนั้นจะขึ้นต้นด้วยชื่อผู้แต่ง ชื่อบทความ ชื่อเรื่อง หรือชื่อเอกสารและสิ่งอ้างอิง โดยไม่แยกประเภท และไม่ต้องใส่เลขกำกับ ให้เริ่มด้วยรายการอ้างอิงและบรรณานุกรมภาษาไทยจนหมดก่อน จึงตามด้วยรายการอ้างอิงและบรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ และหากมีผู้เขียนไม่เกิน 6 คน ให้ใส่ชื่อให้ครบทุกคน แต่หากมีมากกว่า 6 คน ให้ใส่ชื่อ 6 คน หลังจากคนที่ 6 ให้ตามด้วย “และคณะ” หรือ “et al.”		
การใช้ตัวย่อ	ม.ป.ท.	แทนคำว่า	ไม่ปรากฏสถานที่พิมพ์
	N.P.	แทนคำว่า	no Place of publication
	ม.ป.พ.	แทนคำว่า	ไม่ปรากฏสำนักพิมพ์
	n.p.	แทนคำว่า	no publisher
	(ม.ป.ป.)	แทนคำว่า	ไม่ปรากฏปีพิมพ์
	(n.d.)	แทนคำว่า	no date
	(บ.ก.)	แทนคำว่า	บรรณาธิการ
	(Ed.) หรือ (Eds.)	แทนคำว่า	Editor หรือEditors

การอ้างอิงท้ายบทความ

ตัวอย่าง 1 หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). *ชื่อหนังสือ*. พิมพ์ครั้งที่ (ถ้ามี). สถานที่พิมพ์ (เมือง) : สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

สุวิมล ว่องวานิช. (2563). *การวิจัยการออกแบบทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ตัวอย่างที่ 2 วารสาร

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). *ชื่อบทความ*. *ชื่อวารสาร*, ปีที่ (ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

เมธิกา พ่วงแสง และวิศุตา วรรณห้วย. (2562). การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการจัดการข้อมูลงานวิจัย

ในยุคดิจิทัลมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชชมงคลพระนคร. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 4(1), 8-17.

ตัวอย่างที่ 3 วารสารออนไลน์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). *ชื่อบทความ*. *ชื่อวารสาร*[ออนไลน์], ปีที่(ฉบับที่), ค้นเมื่อ วัน เดือน ปี, จาก: URL.

เมธิกา พ่วงแสง และหญิง มัทนัง. (2563). แนวทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีบ้านบึง

ตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*[ออนไลน์], 12(2), ค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2563, จาก: <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/index>.

ตัวอย่างที่ 4 หนังสือพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์, วัน เดือน). *ชื่อบทความ*. *ชื่อหนังสือพิมพ์*, หมายเลขหน้า.

ดวงพร อุดมทิพย์. (2563, 27 ตุลาคม). ปฏิบัติการดีอีเอส. *ไทยรัฐ*, น.6

ตัวอย่างที่ 5 หนังสือพิมพ์ออนไลน์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อบทความ*. *ชื่อหนังสือพิมพ์*[ออนไลน์], ค้นเมื่อ วัน เดือน ปี, จาก: URL.

โคทม อารียา. (2563). ช่วยกันหาทางออกจากวิกฤติ. *มติชน*[ออนไลน์], ค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2563,

จาก: <https://www.matichon.co.th>

ตัวอย่างที่ 6 เว็บไซต์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). *ชื่อเรื่อง*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ วัน เดือน ปี, จาก: URL.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2563). *กินดีเพื่อสุขภาพในวัยสูงอายุ*[ออนไลน์].

ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2563, จาก: <https://www.thaihealth.or.th/Content/53121-กินดีเพื่อสุขภาพ%20ในวัยสูงอายุ.html>.

ตัวอย่างที่ 7 รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). *ชื่อบทความ*. *รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ (ชื่อเอกสาร)*, วัน เดือน ปี สถานที่ จัด, หน้าแรก - หน้าสุดท้าย.

พงษ์รัชต์ธวัช วิวังสุ, อรจิรา ธรรมไชยงกูร, แก้วตะวัน ศิริลักษณ์นันท์. (2562). รูปแบบการพัฒนาความมั่นคง

ในชีวิตแม่วัยรุ่นที่ตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์. *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชชมงคล ครั้งที่ 11*, 24-26 กรกฎาคม 2562 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบพระชนมพรรษา, 149 – 158.

ตัวอย่างที่ 8 วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). *ชื่อวิทยานิพนธ์*. ระดับปริญญาของวิทยานิพนธ์, ชื่อมหาวิทยาลัย.

อรจิรา ธรรมไชยากร. (2563). *การพัฒนารูปแบบการสร้างสรรค์สมรรถนะการประเมินของผู้บริหารระดับต้นของ*

มหาวิทยาลัย: การประยุกต์ใช้แนวคิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุฏฐบัณฑิต

สาขาวิชาการวัดและประเมินผลการศึกษา คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ตัวอย่างที่ 9 รายงานการวิจัย

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). *ชื่องานวิจัย*(รายงานการวิจัย). สถานที่(เมือง), ชื่อมหาวิทยาลัย.

ทรงสิริ วิชิรานนท์, ณรงค์ โพธิ์พฤชานันท์, ธนพรรณ บุญยรัตกลิน และเมธิกา พ่วงแสง. (2563). *การจัดการความรู้*

ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ความยั่งยืน(รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชชมงคลพระนคร.

หนังสือขอส่งบทความเพื่อพิจารณาการตีพิมพ์

วารสารศิลปศาสตรรัชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) :

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)

ชื่อผู้เขียน (ทุกคน) : ใส่ “*” ตรงชื่อผู้เขียนหลัก

กรณีนักศึกษาให้ระบุชื่ออาจารย์ด้วย

1. ชื่อ-สกุล (ไทย)

(อังกฤษ)

E-mail Address:

2. ชื่อ-สกุล (ไทย)

(อังกฤษ)

E-mail Address:

ที่อยู่/สถานที่ทำงาน/สถาบันที่กำลังศึกษา(ผู้เขียนหลัก).....

หมายเลขโทรศัพท์ (มือถือ) :

ประเภทของต้นฉบับ

☐ บทความทางวิชาการ (Academic Article)☐ บทความวิจัย (Research Article)☐ อื่น ๆ

คำรับรองของผู้เขียน : ผู้เขียนทุกคนขอรับรองว่า

☐ บทความที่เสนอมานี้ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น☐ หากผู้เขียนต้องการถอนบทความไม่ว่ากรณีใด ๆ ผู้เขียนยินดีชดใช้ค่าดำเนินการพิจารณาบทความ☐ ผู้เขียนยินดีให้กองบรรณาธิการสรรหาผู้กลั่นกรองโดยอิสระ เพื่อพิจารณาบทความนี้ และสามารถ

ตรวจแก้ไขบทความดังกล่าวได้ตามที่เห็นสมควร

ลงชื่อ.....

(.....)

วันที่.....

คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

86 ถนนพิจนุโลก แขวง สอนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ

<https://larta.rmutp.ac.th>