



รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้า
ตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

A MODEL OF BUSINESS ADMINISTRATION OF THE MALLS
IN ACCORDANCE WITH BUDDHIST DOCTRINES

นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ

ดุขฎฐินิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรดุขฎฐินิพนธ์
สาขาวิชาพระพุทธศาสนา

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๖๑



รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้า
ตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ

คู่มือฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพระพุทธศาสนา

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๖๑

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



A Model of Business Administration of The Malls
In Accordance With Buddhist Doctrines

Miss Anongphatha Supphanokmast

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of
the Requirements for the Degree of
Doctor of Philosophy
(Buddhist Studies)

Graduate School
Mahachulalongkornrajavidyalaya University
C.E. 2018

(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเรื่อง
“รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา” เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษา ตามหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา

(พระมหาสมบุญ วุฑฒิกโร, ดร.)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการตรวจสอบดุษฎีนิพนธ์

(ศ. ดร. ประยงค์ แสนบูรณ)

ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. ธีระพงษ์ มีไธสง)

กรรมการ

(ผศ. ดร. แมชีกฤษณา รักษาโณม)

กรรมการ

(พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ. ดร.)

กรรมการ

(พระครูสุธีคัมภีรญาณ, ผศ. ดร.)

กรรมการ

คณะกรรมการควบคุมดุษฎีนิพนธ์

พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ. ดร.

ประธานกรรมการ

พระครูสุธีคัมภีรญาณ, ผศ. ดร.

กรรมการ

ชื่อผู้วิจัย

(นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ)

- ชื่อคุณูปนิพนธ์** : รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา
- ผู้วิจัย** : นางสาวอนงค์ภัทร์ ททรัพย์กนกมาศ
- ปริญญา** : พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต (พระพุทธศาสนา)
- คณะกรรมการควบคุมคุณูปนิพนธ์**
- : พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ. ดร., พธ.บ. (ศาสนา), ศษ.บ.(ประถมศึกษา), ศศ.ม. (ปรัชญา), Ph.D. (Buddhist Studies)
 - : พระครูสุธีศัมภีร์ญาณ, ผศ. ดร., ป.ธ. ๖, พธ.บ. (ภาษาไทย), M.A. (Linguistics), M.A. (Pali & Buddhist Studies), Ph.D. (Pali & Buddhist Studies)
- วันสำเร็จการศึกษา** : ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๒

บทคัดย่อ

คุณูปนิพนธ์เรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ ๑. เพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาท ๒. เพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน และ ๓. เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาทในสังคมไทยปัจจุบัน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มนักธุรกิจ/ผู้บริหารห้างสรรพสินค้า เจ้าหน้าที่ห้างสรรพสินค้า ลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าจำนวน ๒๖ คน นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีพรรณนา

ผลจากการศึกษาพบว่า

การบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาทที่ผู้บริหารห้างสรรพสินค้านำมาประยุกต์ใช้ให้มี ๓ หลักธรรมคือ สังคหวัตถุ ๔ (หลักธรรมที่ทำให้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข) อิทธิบาท ๔ (หลักธรรมที่มุ่งความสำเร็จในงาน) และสัปปุริสธรรม ๗ (หลักธรรมที่มุ่งทำให้เป็นคนดี มีคุณธรรมและเป็นคนเก่ง)

การบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน คือ ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า ศูนย์การค้าเป็นสถานที่รวบรวมสินค้าและบริการประเภทต่างๆ อย่างครบวงจร รวมอยู่ในสถานที่แห่งเดียวกัน ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงภาพยนตร์ ศูนย์อาหาร และบริการที่จอดรถ โดยเน้นสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมาก โดยมีหลักการคือหลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หลักความสม่ำเสมอ หลักความเสมอภาค หลักความประหยัด หลักความสะดวก การดำเนินงานไม่ได้เน้น

แต่เรื่องการแสวงหากำไรแต่เพียงอย่างเดียวยังต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ยังนำเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจโดยเน้นการบริหารแก่ลูกค้าและแบบของผู้นำมาประยุกต์ใช้จนทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและความยั่งยืนจนถึงปัจจุบัน

รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาทในสังคมไทยปัจจุบัน ในจังหวัดขอนแก่น ตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาทนั้น ผู้บริหารห้างทั้งสามแห่ง ได้ประยุกต์ใช้หลักสี่ปรีชาธรรม ๗ มาเป็นรูปแบบการครองตน ได้แก่ รู้จักหลักการ รู้ความมุ่งหมาย รู้จักตน รู้จักประมาณ รู้จักกาล รู้จักชุมชน รู้จักบุคคล ในการบริหารธุรกิจ รูปแบบสำหรับการครองคน ใช้หลักสังคหวัตถุ ๔ คือ การแบ่งปัน การใช้วาจาอ่อนหวาน การชวามช่วยเหลือลูกค้า วางตนเสมอต้นเสมอปลาย ส่วนในการครองงานใช้หลักอิทธิบาท ๔ คือ ความพอใจ ความเพียรพยายาม การอุทิศกำลังกายและใจให้สิ่งที่ทำแลคิดค้นวิธีการแก้ไขปรับปรุงงาน จากการนำหลักพุทธธรรมทั้ง ๓ มาใช้เป็นรูปแบบการบริหารธุรกิจส่งผลดีต่อการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าให้เจริญก้าวหน้าเป็นอย่างดี

Dissertation Title : A Model of Business Administration of The Malls
In Accordance With Buddhist Doctrines

Researcher : Miss. Anongphatha Suppkanokmast

Degree : Doctor of Philosophy (Buddhist Studies)

Dissertation Supervisory Committee

: Phra Sophonphattanabundit, Assoc. Prof. Dr.,
B.A. (Religion), B.A. (Primary Education),
M.A. (Philosophy), Ph.D. (Buddhist Studies)

: Phrakhru Sudhikhambhirayan, Asst. Prof. Dr., Pali VI,
B.A. (Thai), M.A. (Linguistics), M.A. (Pali & Buddhist Studies),
Ph.D. (Pali & Buddhist Studies)

Date of Graduation : March 25, 2019

Abstract

The aims of this research paper were: 1) to study the business administration based on the dhamma principles in Theravada Buddhism; 2) to study the business management of the malls in the current Thai society; 3) to study the model of business management of the malls based on dhamma principles in Theravada Buddhism. This study was conducted by using the qualitative research methodology by conducting the in-depth interviews of 26 targets including businessmen, malls' administrators, malls' staff and clients of the malls. The gathered data were analyzed by the descriptive analysis.

The research results were as follows:

The dhammas in Theravada Buddhism, used by the mall administrators included the four bases of social solidarity (*saṅgahavattthu*), four paths of accomplishment (*iddhipāda*) and the seven qualities of a good man (*sappurisa-dhamma*).

Based on the study of the business administration and the business administration conditions of the department stores in Thai society at present, the shopping malls are the place to gather a wide range of products and services, integrated in the same place, consisting of department stores, shops, supermarkets,

cinemas, food centers and parking services by focusing on products or services that can meet the needs of most consumers with the principles of consistency with customer need, consistency, equality, saving and convenience. The operation does not only focus on the pursuit of profit but also requires social responsibility. In addition, the business strategy will be applied by focusing on customer service which makes the business successful and sustainable until the present.

The business management model of the malls according to Theravada Buddhism doctrines in the current Thai society: all three managers of the malls applied Sappurisa-dhamma as a model in lifestyle i.e. knowing the law, knowing the purpose, knowing oneself, knowing how to be temperate, knowing the proper time, knowing the society and knowing the individual in business. A model for self-management was Sangahavatthu i.e. *dāna*: giving, *piyavācā*: kindly speech, *atthacariyā*: useful conduct and *samānattatā*: even and equal treatment. A model for work management was Iddhipāda i.e. *chanda*: will, *virīya*: energy, *citta*: thoughtfulness and *vīmaṃsā*: investigation. From the application of Buddhism doctrines as a model in business management, it is positively beneficial to the malls.

กิตติกรรมประกาศ

ดุष्ฎิณิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความมีเมตตาธรรม และความเอื้ออาทรจาก พระโสภณพัฒนบัณฑิต,รศ.ดร. รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น ประธานกรรมการควบคุมดุष्ฎิณิพนธ์ และพระครูสุธีศัมภีรญาณ,ผศ.ดร. กรรมการควบคุมดุष्ฎิณิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษาคำแนะนำตลอดจนดูแลในการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาวิชาการ ในการทำดุष्ฎิณิพนธ์ด้วยดีตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนดุष्ฎิณิพนธ์เล่มนี้สำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตา กรุณาของพระอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณโฉมสุดา วโนทยาโรจน์ กรรมการบริหารศูนย์สรรพสินค้าแฟรี่พลาซ่าขอนแก่น คุณทศ จิราธิวัฒน์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัทเซ็นทรัลกรุ๊ป จำกัด คุณนิติ อินทร์เล็ก ผู้จัดการสาขา Big. C ขอนแก่น ที่ได้ให้ความร่วมมือให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำดุष्ฎิณิพนธ์ในครั้งนี้เป็นอย่างดี ขอขอบคุณนายแพทย์ ธีระนัยน์ ชัยชนะวงศ์ บุตรชายที่ทำให้กำลังใจและการสนับสนุนในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รับการสนับสนุนอย่างดียิ่งจาก รศ.ฐาปนา ฉินไพศาล, รศ.สมชาย หิรัญกิตติ, ผศ.ดร.หอมหวล บัวระภา, ผศ.ดร.สุวิน ทองปั้น, ผศ.ดร.ประยูร แสงใส, และคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น รวมทั้งเพื่อนนิสิตผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำดุष्ฎิณิพนธ์ครั้งนี้ที่ช่วยเป็นขวัญกำลังใจคอยประคับประคองให้ผู้วิจัยได้มาเ็นอยู่ ณ จุดอันน่าภาคภูมิใจที่สุดนี้ได้ไม่มีสิ่งใดจะกล่าวได้เกินกว่าคำว่า ขอขอบพระคุณทุกๆ ท่านจากใจ

ขอโน้มอุทิศส่วนความดีของดุष्ฎิณิพนธ์เล่มนี้ถวายเป็นพุทธบูชา แต่พระสัมมาสัมพุทธเจ้า และเป็นสิ่งบูชาพระคุณของบิดา มารดา ครูอาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ

๒๕ มีนาคม ๒๕๖๒

สารบัญ

| เรื่อง | หน้า |
|---|----------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ก |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ค |
| กิตติกรรมประกาศ | จ |
| สารบัญ | ฉ |
| คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ | ฅ |
| บทที่ ๑ บทนำ | ๑ |
| ๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | ๑ |
| ๑.๒ วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย | ๕ |
| ๑.๓ ขอบเขตการวิจัย | ๕ |
| ๑.๔ คำถามการวิจัย | ๖ |
| ๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย | ๗ |
| ๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย | ๗ |
| บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | ๘ |
| ๒.๑ แนวคิดการบริหารธุรกิจตามหลักพระพุทธศาสนาเถรวาท | ๘ |
| ๒.๑.๑ พุทธธรรมกับการบริหารจัดการครองตน | ๘ |
| ๒.๑.๒ พุทธธรรมสำหรับการครองคน | ๒๑ |
| ๒.๑.๓ พุทธธรรมสำหรับการครองงาน | ๒๕ |
| ๒.๒ หลักการขององค์กรธุรกิจในพระพุทธศาสนา | ๒๙ |
| ๒.๒.๑ กระบวนการของเศรษฐกิจเชิงพุทธ | ๒๙ |
| ๒.๒.๒ การผลิตตามแนวเศรษฐกิจเชิงพุทธ | ๓๒ |
| ๒.๓.๓ การบริโภคเชิงพุทธ | ๓๕ |
| ๒.๒.๔ การตลาดเชิงพุทธ | ๓๗ |
| ๒.๒.๕ ปัญหาเศรษฐกิจเชิงพุทธ | ๔๒ |
| ๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจ | ๔๖ |
| ๒.๓.๑ ความหมายของธุรกิจ | ๔๖ |
| ๒.๓.๒ ประเภทของธุรกิจ | ๔๗ |
| ๒.๔.๓ กลยุทธ์ธุรกิจ | ๕๐ |
| ๒.๔.๔ แบบของผู้นำ | ๕๐ |
| ๒.๕ บริบทของธุรกิจค้าปลีก | ๕๑ |
| ๒.๕.๑ พัฒนาการของการค้าปลีก | ๕๑ |
| ๒.๕.๒ รูปแบบของธุรกิจค้าปลีกค้าส่งในยุคปัจจุบัน | ๕๓ |

| | | |
|------------------------|--|------------|
| ๔.๓ | รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรม ทางพระพุทธศาสนาเถรวาทในสังคมไทยปัจจุบัน | ๑๒๖ |
| ๔.๓.๑ | รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักพระพุทธศาสนา รูปแบบพุทธธรรมกับการบริหารจัดการตน | ๑๒๖ |
| ๔.๓.๒ | รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักพระพุทธศาสนา รูปแบบพุทธธรรมสำหรับการครองคน | ๑๒๘ |
| ๔.๔ | องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย | ๑๒๙ |
| บทที่ ๕ | สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | ๑๓๑ |
| ๕.๒ | การบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน | ๑๓๒ |
| ๕.๓ | รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมธรรม ทางพระพุทธศาสนาเถรวาทในสังคมไทยปัจจุบัน | ๑๓๓ |
| ๕.๔ | อภิปรายผล | ๑๓๔ |
| ๕.๕ | ข้อเสนอแนะ | ๑๓๗ |
| บรรณานุกรม | | ๑๓๘ |
| ภาคผนวก | | ๑๔๖ |
| | ภาคผนวก ก. แบบสัมภาษณ์ | ๑๔๗ |
| | ภาคผนวก ข. ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย | ๑๕๒ |
| | ภาคผนวก ค. ขออนุญาตสัมภาษณ์ | ๑๕๗ |
| ประวัติผู้วิจัย | | ๑๖๕ |

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

อักษรย่อแทนชื่อคัมภีร์ตามที่ปรากฏในสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยอ้างอิงจากพระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พระไตรปิฎกภาษาบาลี ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อรรถกถาภาษาบาลี ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และพระไตรปิฎกและอรรถกถาแปลฉบับมหามกุฏราชวิทยาลัย

ก. รูปแบบการอ้างอิงพระไตรปิฎกภาษาบาลี ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และอรรถกถาภาษาบาลี ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จะขึ้นต้นด้วยอักษรย่อชื่อคัมภีร์แล้วตามด้วยเล่ม/ข้อ/หน้า ตัวอย่างเช่น อง.ติก. (ไทย) ๒๐/๔๐/๒๐๓. หมายถึง อังคุตตรนิกาย ติกนิบาต พระไตรปิฎกเล่มที่ ๒๐ ข้อที่ ๔๐ หน้าที่ ๒๐๓ ดังนี้

พระวินัยปิฎก

| เล่ม | คำย่อ | ชื่อคัมภีร์ |
|-------|-----------------|--------------------------------|
| ๑ | วิ.มหา. (ไทย) = | วินัยปิฎก มหาวิภังค์ (ภาษาไทย) |
| ๔ - ๕ | วิ.ม. (ไทย) = | วินัยปิฎก มหาวรรค (ภาษาไทย) |

พระสุตตันตปิฎก

| | | |
|----|-------------------|--|
| ๙ | ที.สี. (ไทย) = | สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย สีลขันธวรรค (ภาษาไทย) |
| ๑๐ | ที.ม. (ไทย) = | สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย มหาวรรค (ภาษาไทย) |
| ๑๑ | ที.ปา. (ไทย) = | สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย ปาฎิกวรรค (ภาษาไทย) |
| ๑๒ | ม.มฺ. (ไทย) = | สุตตันตปิฎก มัชฌิมนิกาย มูลปณาสก์ (ภาษาไทย) |
| ๑๓ | ม.ม. (ไทย) = | สุตตันตปิฎก มัชฌิมนิกาย มัชฌิมปณาสก์ (ภาษาไทย) |
| ๑๔ | ม.อุ. (ไทย) = | สุตตันตปิฎก มัชฌิมนิกาย อุपरูปปณาสก์ (ภาษาไทย) |
| ๑๕ | สํ.ส.. (ไทย) = | สุตตันตปิฎก สังยุตตนิกาย สคาถวรรค (ภาษาไทย) |
| ๒๐ | อง.ทุก (ไทย) = | สุตตันตปิฎก อังคุตตรนิกาย ทุกนิบาต (ภาษาไทย) |
| | อง.ติก (ไทย) = | สุตตันตปิฎก อังคุตตรนิกาย ติกนิบาต (ภาษาไทย) |
| ๒๑ | อง.จตุกก. (ไทย) = | สุตตันตปิฎก อังคุตตรนิกาย จตุกกนิบาต (ภาษาไทย) |
| ๒๒ | อง.ปณจก.ไทย) = | สุตตันตปิฎก อังคุตตรนิกาย ปณจกนิบาต (ภาษาไทย) |
| | อง. ฉกก. (ไทย)= | สุตตันตปิฎก อังคุตตรนิกาย ฉกกนิบาต (ภาษาไทย) |
| ๒๓ | อง.สตุตก. (ไทย) = | สุตตันตปิฎก อังคุตตรนิกาย สตุตกนิบาต (ภาษาไทย) |

| | | | | | |
|----|--------------------|-------------|---------------|----------------|----------------------|
| | อง. อภุฎก.(ไทย) = | สุดตันตปิฎก | อังคุดตริกกาย | อภุฎกนิบาต | (ภาษาไทย) |
| ๒๔ | อง.ทสก.(ไทย) = | สุดตันตปิฎก | อังคุดตริกกาย | ทสกนิบาต | (ภาษาไทย) |
| ๒๖ | ขุ.วิ(ไทย) | = | สุดตันตปิฎก | ขุททกนิกาย | วิมานวัตถุ (ภาษาไทย) |
| | ขุ.เถร. (ไทย) = | สุดตันตปิฎก | ขุททกนิกาย | เถรคาถา | (ภาษาไทย) |
| | ขุ.เถรี. (ไทย) = | สุดตันตปิฎก | ขุททกนิกาย | เถรีคาถา | (ภาษาไทย) |
| ๒๗ | ขุ.ชา.เอกก.(ไทย) = | สุดตันตปิฎก | ขุททกนิกาย | เอกนิบาตชาดก | (ภาษาไทย) |
| ๓๑ | ขุ.ป. (ไทย) = | สุดตันตปิฎก | ขุททกนิกาย | ปฏิสัมภิทามรรค | (ภาษาไทย) |
| ๓๒ | ขุ.อป. (ไทย) = | สุดตันตปิฎก | ขุททกนิกาย | อปทาน | (ภาษาไทย) |

ข. รูปแบบการอ้างอิงพระไตรปิฎกและอรรถกถาแปลฉบับมหาจุฬาราชวิทยาลัยจะขึ้นต้นด้วยอักษรย่อคัมภีร์แล้วตามด้วยเล่ม/หน้า ตัวอย่างเช่น ขุ.ธ.อ. (ไทย) ๔๑/๑๒ หมายถึง ขุททกนิกาย ธรรมบทอรรถกถา พระไตรปิฎกและอรรถกถาแปลเล่มที่ ๔๑ หน้าที่ ๑๒ ดังนี้

อรรถกถาพระสุตตันตปิฎก

| | | | | |
|--------------------|------------|---------------------|------------------|-----------|
| ขุ.อิติ.อ. (ไทย) = | ขุททกนิกาย | ปรมัตถทีปนี | อิติวุตตกอรรถกถา | (ภาษาไทย) |
| ขุ.ชา.ทูก.อ (ไทย)= | ขุททกนิกาย | ทุกนิบาตชาดกอรรถกถา | | (ภาษาไทย) |
| ขุ.ชา.ติก.อ.(ไทย)= | ขุททกนิกาย | ติกนิบาตชาดกอรรถกถา | | (ภาษาไทย) |

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมมนุษย์มีกิจกรรมในการทำงานร่วมกับสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ในธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นเอง เพื่อผลิตสิ่งของและบริการ กระจายแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ ซึ่งเรียกว่า การประกอบธุรกิจนั่นเอง ในการประกอบธุรกิจหากผู้ประกอบการมุ่งหวังแต่เพียงการทำกำไรมากมายนานกาล โดยไม่คำนึงถึงศีลธรรมอันดีงามของมนุษย์ การทำธุรกิจดังกล่าวก็กลับเป็นอันตรายให้กับสังคมได้ ในอดีตที่ผ่านมาในช่วงต้นศตวรรษที่ ๑๙ และต้นศตวรรษที่ ๒๐ ได้มีการเปลี่ยนแปลงการผลิตจากอุตสาหกรรมครัวเรือนไปสู่อุตสาหกรรมแบบโรงงานโดยเน้นให้ได้ผลผลิตตามที่ต้องการ เพื่อต้องการลดต้นทุนการผลิตและทำงานให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดได้ใช้แนวคิดการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ของ เฟดเดอริค ดับบลิว เทย์เลอร์ (Federick W. Taylor) ซึ่งเป็นวิศวกรในโรงงานแห่งหนึ่งที่แนะนำวิธีการทำงานที่ดีที่สุด และมีการจูงใจคนงานด้วยเงินไม่ได้ให้ความสนใจเรื่องคนมองคนเหมือนเครื่องจักร ต่อมาในปี ค.ศ. ๑๘๔๑-๑๘๒๕ เฮนรี เฟโยล์ (Henry Fayol) วิศวกรชาวฝรั่งเศสได้นำแนวคิดการจัดการขั้นสูงแนวคิดไปในทางพฤติกรรมศาสตร์ให้ความสำคัญเรื่องคนไม่เป็นเพียงเครื่องจักรแต่ยังเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อองค์กร ความสำเร็จขององค์กรจะขึ้นอยู่กับการปฏิบัติต่อพนักงานในทางที่ดี แต่ในยุคปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารสมัยใหม่ มีการปรับปรุงการบริหารองค์กรที่ต้องเผชิญกับภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรต่างๆ มีการใช้กลยุทธ์ธุรกิจเพื่อสร้างผลกำไรสูงสุด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเน้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุด ในขณะเดียวกันมีนักวิชาการทางตะวันตกให้ความสนใจในการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาผสมผสานในการบริหารซึ่งเป็นศาสตร์แห่งการบริหารจัดการที่ยั่งยืนและสามารถดำรงความเป็นมนุษย์และอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

จริยธรรมในการประกอบธุรกิจจึงเป็นสิ่งที่ถูกกล่าวขานถึงในโลกตะวันตก ปัจจุบันได้มีการหันมาศึกษาจริยธรรมที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจกันเป็นอันมาก เพราะก่อให้เกิดความมั่นคงแก่ธุรกิจและอำนวยประโยชน์ให้กับสังคมอย่างยั่งยืน ในโลกตะวันออกนั้นหากศึกษาในเชิงลึกเราจะพบว่า พ้อคำหรือเศรษฐกิจ คือ นักธุรกิจ ที่มีบทบาทที่ทำให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองในสังคม เป็นผู้สนใจหลักธรรมพระพุทธศาสนา ได้รับประโยชน์จากการนำหลักธรรมไปใช้ในชีวิตจริง ในการประกอบธุรกิจของตนดังตัวอย่างท่านอนาถปิณฑิกเศรษฐีเพราะนอกจากจะใช้พุทธจริยธรรม ในการ

ประกอบธุรกิจของตนแล้วยังเกื้อกูลต่อสังคม เช่น การตั้งโรงงานเพื่อช่วยเหลือคนที่เดือดร้อนในสังคม สร้างวัดถวายพระสงฆ์บริจาครูปปั้นในการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาไว้มากมาย^๑

จะเห็นได้ว่าในพระพุทธศาสนามีหลักธรรมาภิบาลเป็นหลักพื้นฐานของชีวิตเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตไทยเป็นหลัก เพื่อการดำเนินชีวิตอย่างมีสัมมาทิฐิเพื่อสันติสุขของคนในสังคมจึงเป็นหลักธรรมที่เหมาะสมอย่างยิ่งในการประยุกต์ใช้ในทุกเรื่องไม่ว่าในเรื่องการครองตน ครองคน ครองงาน^๒ ซึ่งองค์ประกอบของหลักธรรมาภิบาลในระยะเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๒ และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ ที่ต้องการปฏิรูประบบราชการเพื่อให้การปฏิบัติงานของส่วนราชการเกิดผลสัมฤทธิ์มีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่าและประชาชนได้รับการบริการที่ตอบสนองความต้องการการประกอบด้วยหลักต่างๆ ดังนี้ ๑ หลักนิติธรรม ๒ หลักคุณธรรม ๓ หลักความโปร่งใส ๔ หลักการมีส่วนร่วม ๕ หลักความรับผิดชอบและ ๖ หลักความคุ้มค่า^๓

แนวปฏิบัติของธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีหลักอยู่ที่ความพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเองและขณะเดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคม^๔ จะเห็นได้ว่าความรับผิดชอบต่อที่สร้างความสุขคืนให้ต่อสังคมมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กรธุรกิจเพราะธุรกิจและสังคม (คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น พนักงาน ลูกค้า ชุมชน เป็นต้น) ต่างต้องพึ่งพาอาศัยและเกื้อกูลกันและมีความสัมพันธ์กันในแง่ที่ว่าธุรกิจเป็นหน่วยย่อยของสังคมใช้ทรัพยากรต่างๆจากสังคมและมีผลกระทบต่อวิถีความเป็นอยู่ของสังคมเมื่อสังคมเกิดปัญหาธุรกิจพอควรเข้ามาช่วยเหลือเพื่อเป็นการเกื้อกูลกันหากสังคมอยู่ไม่ได้ธุรกิจก็อยู่ไม่ได้และในทางกลับกันธุรกิจอยู่ไม่ได้สังคมก็จะอยู่ไม่ได้เช่นกันลักษณะการพึ่งพาอาศัยกันนี้เข้าทำนองที่ว่า น้ำพึ่งเรือเสือพึ่งป่า ซึ่งความรับผิดชอบต่อที่สร้างความสุขคืนให้ต่อสังคมนี้จะช่วยประสานผลประโยชน์ของธุรกิจและสังคมเพื่อให้ธุรกิจและสังคมได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน^๕ เกิดดุลยภาพในระบบการดำรงอยู่ของสังคม การมีส่วนร่วมและการมีจิตอาสาทุกภาคส่วนในองค์กรและสังคมควรให้ความร่วมมือและรับผิดชอบต่อบนพื้นฐาน

^๑ รังสี สุทนต์, **เศรษฐีแท้พึงธรรม**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุขภาพใจ, ๒๕๔๓), หน้า ๒๓.

^๒ สงบ ประเสริฐพันธ์, **หลักการบริหารการศึกษาตามแนวพุทธธรรม**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา, ๒๕๔๕), หน้า ๒๔๘-๒๕๐.

^๓ วรณพร คำสุข, “การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการศูนย์เด็กเล็กสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอหนอง จันทขอนแก่น”, **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๗).

^๔ คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน, **เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ไอคอนพริ้นติ้ง, ๒๕๕๑), หน้า ๗ - ๘.

^๕ ธิติภาพ ชยธวัช, **ผู้ดีทางธุรกิจหมายเลข ๑**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด, ๒๕๔๗), หน้า ๘๖.

ของความสัมพันธ์ที่ตีร่วมกันจึงจะทำให้สามารถแก้ปัญหาสังคมและนำพาสู่การพัฒนาสังคมได้อย่างยั่งยืน^๖

ด้วยเหตุนี้ธุรกิจซึ่งเป็นหน่วยย่อยหน่วยหนึ่งของสังคมจำเป็นต้องดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่อยู่ในสังคมด้วย เพราะการตัดสินใจกระทำใดๆ ย่อมเกิดผลกระทบต่อสังคมทั้งที่ดีและไม่ดีเสมอ ธุรกิจที่ดีควรดำเนินงานโดยไม่เบียดเบียนแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันควรนำกำไรบางส่วนกลับคืนไปเป็นประโยชน์แก่สังคม เพราะว่าสังคมและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติก็ได้เอื้อประโยชน์แก่ธุรกิจด้วยเช่นกัน ทำให้เกิดความสมดุลและเป็น การประสานประโยชน์ให้เกิดขึ้นร่วมกัน โดยนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา มาใช้แบบเนื่องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างกลมกลืน เช่น การ สมาทานรักษาศีล ๕ ศีล ๘ เพื่อเป็นหลักประกันความสงบสุขของสังคมโดยรวม ป้องกันการ เบียดเบียนทำร้ายซึ่งกันและกัน อีกทั้งช่วยในการพัฒนาประเทศให้ อยู่อย่างสงบร่มเย็น เป็นปัจจัยเอื้อต่อความเจริญก้าวหน้าและความมั่นคงของประเทศได้อีกทางหนึ่ง วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ล้วนมีรากฐานมาจากพุทธธรรม เป็นวิถีชีวิตแบบพุทธ นับตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตายจะมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนามากมาย จนพระพุทธศาสนานั้นเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย ถึงแม้คนไทยไปอยู่ที่ไหนก็ตามความเป็นพุทธ ของคนไทยก็จะติดตามไปทุกหนทุกแห่ง พระพุทธศาสนาเป็นศาสนาที่ส่งเสริมให้มนุษย์พัฒนาตนเองฝึกฝนตนเองให้สมบูรณ์สูงสุดโดยใช้พระธรรมเป็นเครื่องมือฝึกฝน โดยนำหลักธรรมทางศาสนาเข้ามาใช้กับงานพัฒนา ตัวอย่างเช่น คำสอนที่กล่าวว่า “อุฏฐาตา วินทเต ธนั ผู้มีความขยันหมั่นเพียร ย่อมหาทรัพย์ได้”^๗ การประกอบอาชีพอย่างใดอย่างหนึ่ง มีการค้าขาย รับราชการ เกษตรกรรม ปกครอง ลูกจ้าง หรือศึกษาหาความรู้ ก็ทำอย่างสุดความสามารถ จนสำเร็จในสิ่งที่ตนต้องการ มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่ฟุ่มเฟือย ไม่สุรุ่ยสุร่าย ความสำเร็จในหน้าที่การงานของตนที่ทำอยู่ ต้องไม่ขัดกับศีลธรรมและกฎหมายบ้านเมือง ได้รับประโยชน์ตามความมุ่งหมาย เมื่อกล่าวถึงการพัฒนาชุมชนให้เจริญพร้อมทั้งด้านกายกับจิต และสภาวะแวดล้อมอย่างเหมาะสม บุคคลควรนำหลักธรรมมาเป็นพื้นฐานในการกำหนดเป้าหมาย และกำหนดแนวทางการพัฒนา โดยเฉพาะหลักธรรมที่เรียกว่า “วิริยอิทธิบาท” อันหมายถึง การมีความเพียรไม่ย่อท้อต่อการทำงาน^๘

แต่ในปัจจุบันลักษณะวิถีชีวิตดังกล่าวได้เสื่อมหายไปจากวิถีชีวิตเดิม เมื่อประเทศไทยรับวัฒนธรรมทุนนิยมเข้ามาเต็มตัว ผู้คนได้ละเลยคุณธรรมจริยธรรม และทำให้ช่วงเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยจึงต้องประสบกับปัญหาต่างๆ ตามมามากมาย ทั้งในเรื่องการแข่งขันเอาเปรียบเบียดเบียนทำร้ายซึ่งกันและกัน เช่น การกดขี่ใช้แรงงานเด็กและสตรี การค้าประเวณี ความยากจน การว่างงานและหนี้สิน เป็นต้น การแก้ปัญหาความยากจนนั้นทางภาครัฐ ได้กำหนดแนวทางใน

^๖ ศันสนีย์ ชุมพลบัณฑูร, การศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของบุคคล องค์กร และชุมชนในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธบูรณาการ, *วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖), หน้า ๒-๓.

^๗ ส. ส. (บาลี) ๑๕/๙๗/๓๑๖.

^๘ ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๐๖/๒๗๗.

พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ให้เข้มแข็ง เพื่อสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถให้คนยากจนสามารถก่อร่างสร้างตัวและพึ่งตนเองได้มากขึ้น ความล้มเหลวทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสภาพสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมลงทั้งของประเทศไทย และในอีกหลายๆ ประเทศในโลกในช่วงที่ผ่านมา ทำให้มีการตั้งคำถามเกี่ยวกับทฤษฎี หรือแนวคิดที่อยู่เบื้องหลังการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมที่ส่วนใหญ่มีต้นกำเนิดจากประเทศตะวันตกว่าน่าจะมีบางสิ่งบางอย่างที่ผิดพลาดวิชาเศรษฐศาสตร์ที่พัฒนามาจากอารยธรรมตะวันตกนั้น มีความเข้าใจมนุษย์ในแง่มุมที่คับแคบมีลักษณะเสื่อมถอยเนื่องจากมีทฤษฎีที่ผิด คือ เน้นการผลิตวัตถุเพื่อสนองความต้องการไม่มีที่สิ้นสุดของมนุษย์ โดยเข้าใจว่าเมื่อมนุษย์ได้รับการสนองความต้องการแล้ว จะมีความสุขมากขึ้น สังคมโดยรวมก็จะดีขึ้นเอง และเพื่อให้ทุกอย่างดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องส่งเสริมให้มีการแข่งขัน ส่งเสริมระบบตลาดเสรี ผลตามมาก็คือ การแข่งขันที่นำไปสู่การทำลายล้างทุกอย่างทุกอย่าง รวมทั้งทรัพยากรตลอดจนสภาพแวดล้อม อันเหมาะสมแก่การดำรงชีวิตของมนุษย์เองด้วย^๙ สำหรับประเทศไทยมีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาหลายคน ที่เล็งเห็นความผิดพลาดอันเกิดจากการนำแนวคิดแบบตะวันตกมาใช้ โดยไม่มีการประยุกต์ให้เข้ากับพื้นฐานแนวคิดดั้งเดิมของสังคม หลายท่านได้เสนอทางออกให้กับการพัฒนาประเทศขึ้นใหม่โดยกลับมาพิจารณาและดำเนินการตามแนวคิดแบบ “พุทธ” ซึ่งเป็นแนวคิดและวิถีปฏิบัติดั้งเดิมของสังคมไทย เพื่อนำสู่การพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน^{๑๐}

พระพุทธศาสนายังให้ความสำคัญกับสังคม คือ มุ่งประโยชน์สุขเพื่อมวลชน^{๑๑} โดยถือส่วนรวมเป็นใหญ่ ไม่เน้นเฉพาะประโยชน์ส่วนตนเพียงฝ่ายเดียว ดังที่พระพุทธองค์ทรงประทานโอวาทแก่พระสาวกในการเผยแผ่พระศาสนาเป็นครั้งแรกไว้ว่าให้เข้าไปเพื่อประโยชน์สุขแก่ชนจำนวนมาก^{๑๒} นอกจากนี้ยังมีหลักการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม เรียกว่า หลักสัมมาอาชีวะ หมายถึง การเลี้ยงชีพชอบ^{๑๓} เป็นหนึ่งในมรรคมืองค์แปดที่เป็นข้อปฏิบัติกลางๆ พอดีอันจะนำไปสู่จุดหมายแห่งชีวิตที่ดีงามและดำเนินอยู่บนทางสายกลางบนหลักของความพอดีที่ได้คุณภาพชีวิตรวมทั้งไม่เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม^{๑๔} หรือที่เรียกว่า เศรษฐกิจแบบมีขมิมา ดังนั้นธุรกิจควรดำเนินงานอยู่บนหลักของความพอดีและไม่เบียดเบียนตนเองรวมทั้งผู้อื่น หรือสร้างความสุข

^๙ พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, “การใช้การสร้างตัวชีวิตเพื่อวิเคราะห์เศรษฐกิจพอเพียงโดยเปรียบเทียบกับพุทธเศรษฐศาสตร์”, *วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๙), หน้า ๒-๓.

^{๑๐} “พุทธเศรษฐศาสตร์เพื่อความอยู่รอดของสังคม”, *กรุงเทพธุรกิจรายวัน*, (๙ กรกฎาคม ๒๕๔๔).

^{๑๑} พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), *ลักษณะแห่งพระพุทธศาสนา*, พิมพ์ครั้งที่ ๑๖, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์สวย จำกัด, ๒๕๕๐), หน้า ๗๕.

^{๑๒} วิ.ม. (ไทย) ๔/๓๒/๔๐.

^{๑๓} *ดูรายละเอียดใน วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๓/๒๐-๒๑ , ส.ม. (ไทย) ๑๙/๑๐๘๑/๕๙๒, ขุ.ป. (ไทย) ๓๑/๓๐/๔๘๒-๘๓.*

^{๑๔} พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต), *เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ*, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เมื่อดุสิต, ๒๕๔๕), หน้า ๓๕-๔๐.

คืนให้แก่สังคมขององค์กรธุรกิจ เพื่อการพัฒนาและเติบโตควบคู่กันขององค์กร ชุมชน และสังคมไปได้อย่างมีความสุขที่ยั่งยืน

จังหวัดขอนแก่นถือเป็นจุดพักสินค้าและเป็นสถานีขนส่งขนาดใหญ่ในรอบ ๓-๕ ปีที่ผ่านมา มีนักลงทุนจากหลายประเทศเดินทางเข้ามาดูสู่ทางการลงทุนในจังหวัดขอนแก่นอย่างต่อเนื่องหนึ่งในองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่คือห้างสรรพสินค้าซึ่งมีมูลค่าของธุรกิจหลายหมื่นล้านบาทต่อปีส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนจำนวนมากเช่นห้างเซ็นทรัลพลาซ่า ห้างโรบินสัน ห้างเทสโก้โลตัส ห้างแฟรี่พลาซ่า เป็นต้น เป็นศูนย์การค้าไลฟ์สไตล์ขนาดใหญ่และทันสมัยที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดดเด่นด้วยการออกแบบที่ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านและคำนึงถึงการอนุรักษ์ พลังงาน ศูนย์การค้าประกอบด้วยห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ ลานโบว์ลิ่ง ร้านค้าปลีกชั้นนำ แฟชั่น อาหารและเครื่องดื่ม รวมกันมากกว่า ๒๐๐ ร้านค้า พร้อมด้วยศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับการเป็นศูนย์กลางการศึกษาหน่วยงานราชการและการค้าขายของจังหวัดขอนแก่นในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือพร้อมที่จะสร้างความสุขคืนสู่สังคมด้วยการใช้หลักการการบริหารธุรกิจบูรณาการกับหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเพื่อให้ผู้รับบริการมีความสุขทั้งกายและใจอย่างแท้จริง

จากเหตุผลดังกล่าวมานั้น ผู้วิจัยในฐานะเป็นนักธุรกิจในจังหวัดขอนแก่น จึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา โดยศึกษาการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน เพื่อเสนอรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาพร้อมทั้งหลักธรรมมาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจ จะเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้าในภาคอื่นๆ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและอยู่ร่วมกันกับชุมชนและสังคม อย่างยั่งยืน

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

- ๑.๒.๑ เพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาท
- ๑.๒.๒ เพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน
- ๑.๒.๓ เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาทในสังคมไทยปัจจุบัน

๑.๓ ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยภาคสนาม (field research) มุ่งศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ซึ่งผู้วิจัยจะศึกษาวิเคราะห์จากเอกสารและสังเคราะห์หลักธรรมเข้าเป็นรูปแบบการบริหารธุรกิจโดยกำหนดขอบเขตดังนี้

๑.๓.๑ ขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหา

ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและหลักการว่าด้วยการทำงานตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา แนวคิดทฤษฎีและหลักการว่าด้วยการบริหารธุรกิจในบริบทสังคมไทยปัจจุบันสภาพการบริหารธุรกิจ

ของห้างสรรพสินค้าในจังหวัดขอนแก่นหลักธรรมการสร้างความสุขขององค์กรธุรกิจต่อสังคมในพระพุทธศาสนารูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาและท่าทีและมุมมองของบุคคลและผู้บริหารองค์กรที่เกี่ยวข้องต่อรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

๑.๓.๒ ขอบเขตการวิจัยด้านเอกสาร (Documentary Research)

๑ ข้อมูลชั้นปฐมภูมิ (Primary Data) คือพระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พุทธศักราช ๒๕๓๙

๒ ข้อมูลชั้นทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เอกสารหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องและบทความต่างๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในบางส่วนที่เกี่ยวข้องเช่นหนังสือ งานวิจัย บทความ และวิทยานิพนธ์

๑.๓.๒ การวิจัยภาคสนาม (field research) มีขอบเขตดังนี้

๑ ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์กำหนดประเด็นคำถามการวิจัยหาความเชื่อมั่น (Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๕ รูป/คน ตรวจสอบความถูกต้อง ทั้งเชิงเนื้อหาและโครงสร้าง แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์จากตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย

๒ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มเป้าหมาย ๓ กลุ่ม

๑.๓.๓ ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ที่จะใช้เป็นกรณีศึกษา คือห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ห้างแฟรี่พลาซ่า โรบินสัน จังหวัดขอนแก่น

๑.๓ .๔ ขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย

ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดขอนแก่นที่เกี่ยวข้องการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาโดยกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยโดยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการสัมภาษณ์ตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายมี ๓ กลุ่มคือ

| | |
|------------------------------------|-------------|
| ๑ นักธุรกิจ/ผู้บริหารห้าง | จำนวน ๖ คน |
| ๒ เจ้าหน้าที่ห้างสรรพสินค้า | จำนวน ๑๐ คน |
| ๓ ลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้า | จำนวน ๑๐ คน |
| รวมกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น | จำนวน ๒๖ คน |

๑.๔ คำถามการวิจัย

๑.๔.๑ การบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาทเป็นอย่างไร

๑.๔.๒ การบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบันเป็นอย่างไร

๑.๔.๓ รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา เถรวาทในสังคมไทยปัจจุบัน เป็นอย่างไร

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

รูปแบบ หมายถึง รูปแบบขององค์กรธุรกิจห้างสรรพสินค้า สิ่งที่สร้างหรือพัฒนาขึ้นจากแนวคิดทางการบริหารธุรกิจด้วยหลักธรรมในพระพุทธศาสนาที่ได้จากการศึกษาประกอบด้วย ๑ ลักษณะของธุรกิจ ๒ นโยบายและการดำเนินธุรกิจ ๓ ทิศทางการประกอบการธุรกิจ

การบริหารธุรกิจ หมายถึง การผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการในด้านสินค้าและบริการของลูกค้าตลอดจนแสวงหาผลกำไรและสร้างความมั่นคงยั่งยืนแก่องค์กรธุรกิจ

การบริหารจัดการ หมายถึง ลักษณะของธุรกิจการดำเนินธุรกิจทางการประกอบการธุรกิจด้วยแนวคิดการบริหารธุรกิจ

สภาพการบริหารธุรกิจ หมายถึง ลักษณะธุรกิจนโยบายและการดำเนินธุรกิจทางการประกอบการธุรกิจของห้างสรรพสินค้าทั้ง ๓ แห่ง คือ บิ๊กซี แพร์รี่ และโรบินสัน

องค์กรธุรกิจ หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรที่ทำธุรกิจหรือดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรโดยคำนึงถึงผลประโยชน์กำไรตนเอง หรือขององค์กรในงานวิจัยนี้หมายถึงห้างสรรพสินค้าทั้ง ๓ แห่งคือ บิ๊กซี แพร์รี่ และโรบินสัน

ห้างสรรพสินค้า หมายถึง ร้านค้าขายปลีกขนาดใหญ่ ซึ่งมีสินค้าหลายประเภทแยกตามแผนก ขายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเสื้อผ้า เครื่องเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า รวมไปถึงสายผลิตภัณฑ์อื่นๆ อย่างเช่น ฮาร์ดแวร์ เครื่องสำอาง เครื่องเพชรพลอย และเครื่องเขียนของเล่นอุปกรณ์กีฬา เป็นต้นในที่นี้ผู้วิจัยหมายถึงห้าง บิ๊กซี ห้างแพร์รี่พลาซ่าและห้างโรบินสันในจังหวัดขอนแก่นเท่านั้น

หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา หมายถึง หลักธรรมที่สอดคล้องกับการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา หลักสัพปุริสธรรม ๗ อิทธิบาท ๔ สังคหัตถ์ ๔

รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา หมายถึง รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ห้างสรรพสินค้า และประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้าผู้รับบริการ

๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑.๖.๑ ทำให้ทราบข้อมูลการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาท

๑.๖.๒ ได้ทราบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน

๑.๖.๓ ได้องค์ความรู้ใหม่จากรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาทในสังคมไทยปัจจุบันและนำมาใช้พร้อมทั้งเผยแพร่ต่อสาธารณชนต่อไป

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การประกอบธุรกิจการงานใดๆ ต้องอาศัยแนวคิด ทฤษฎีที่เป็นเสมือนเข็มทิศในการเดินทางเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ชัดเจนและประสบความสำเร็จในกิจการต่างๆ ที่มุ่งหวัง ในทางพระพุทธศาสนามีหลักคำสอนที่สามารถประมวลลงในเรื่องการบริหารธุรกิจ แนวคิดทฤษฎีการบริหารธุรกิจและสภาพการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน ผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นต่างๆ ดังนี้

๒.๑ แนวคิดการบริหารธุรกิจตามหลักพระพุทธศาสนาเถรวาท

พระพุทธศาสนากับสังคมไทยมีความผูกพันกันมายาวนาน อิทธิพลของแนวคิดทางพระพุทธศาสนาปรากฏในแนวคิดของคนไทย พระพุทธศาสนาซึ่งเปรียบเสมือนสายน้ำหรือเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงชีวิตจิตใจของคนไทยมายาวนาน มั่นคง แน่วแน่ ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ในสังคมไทยปัจจุบันเราต้องการบุคคลที่เป็นแบบอย่าง ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญมากเพราะสังคมปัจจุบันมีสภาพแวดล้อมที่กระตุ้น ยั่วยุให้คนถลानไปในทางที่เสื่อมเสียเป็นอันมาก ควรมีบุคคลที่เป็นตัวอย่าง เป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี เป็นผู้ที่มีคุณธรรมจริยธรรมสามารถนำพาหมู่คณะให้พ้นภัยได้ การครองตน เพื่อการดำเนินชีวิตที่มีเป้าหมายตั้งตนอยู่ในคุณธรรม การครองคน เพื่อการเข้าใจผู้อื่นและปรับตัวให้เข้ากับบุคคลรอบตัวได้ และการครองงาน เพื่อการสร้างความรักความสามัคคีในองค์กรและการแก้ไขปัญหา ร่วมกัน

หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่เกี่ยวกับการครองตน ครองคน ครองงาน มีมากมายสุด แต่ใครจะนำหลักธรรมข้อใดไปปฏิบัติ ในที่นี้จะขอยกเพียงบางหัวข้อธรรมในแต่ละข้อ ดังนี้

๒.๑.๑ พุทธธรรมกับการบริหารจัดการครองตน

สำหรับบุคคลผู้จะเป็นผู้นำปกครองได้ ไม่ว่าจะเป็นการปกครองรูปแบบใดก็ตาม หลักการที่สำคัญอันดับแรกก็คือจะต้องมีความสามารถในการบริหารตนเองได้ หากไม่มีความสามารถในการบริหารตนเองได้ ก็ยากที่จะบริหารบุคคลอื่นหรือองค์กรใด ๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากไม่มีใครรู้จักตนเองได้ดีเท่ากับตนเองโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของจิตใจ เพราะฉะนั้นจากทศพิธราชธรรม คือ ทาน ศีล การบริจาค ความซื่อตรง ความอ่อนโยน ความเพียร ความไม่โกรธ ความไม่เบียดเบียน

ความอดทน และความไม่คลาดธรรมดา^๑ ผู้นำจะต้องมีหลักการด้านการบริหารตนแยกออกเป็น ๒ ด้านด้วยกันคือ ด้านกายวาจา กับด้านจิตใจ ดังนี้

ในด้านกายวาจา ผู้นำจะต้องบริหารตนให้เป็นผู้มีศีล คือรู้จักควบคุมพฤติกรรมทางกาย และวาจาของตนเองให้สุจริต อวิหิงสา คือไม่เบียดเบียนทำร้ายบุคคลอื่น และอวิโรธนะ คือไม่ประพฤตินิดผิดจากธรรม ส่วนในด้านจิตใจ กล่าวได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญของคนเรา เนื่องจากการที่คนเราจะพูดหรือทำในเรื่องดีหรือชั่วนั้นอยู่ที่จิตใจเป็นสำคัญ^๒ เพราะฉะนั้น ผู้ปกครองจะต้องบริหารตนให้มีอาชีพะ คือมีจิตใจซื่อตรงและจริงใจไม่หลอกลวงประชาชน มีทหะ คือมีจิตใจอ่อนโยนซึ่งจะทำให้แสดงออกมาเป็นผู้มีอัธยาศัยไมเยื่อหยิ่ง ตปะ คือไม่ยอมให้กิเลสตัณหาเข้ามาครอบงำจิตใจได้อีกโธระ คือไม่ยอมให้ความโกรธอยู่เหนือจิตใจและขันติ คือมีความอดทนอดกลั้นต่อภารกิจที่ตนต้องรับผิดชอบความทุกข์ยากลำบากทางกายและใจและอดทนต่ออำนาจของอคติคือความลำเอียงต่าง ๆ ได้

ดังนั้น หลักการด้านการครองตน จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตนเองสามารถตรวจสอบตนเองได้ โดยการตรวจเรื่องความประพฤติทางกายวาจาและจิตใจ เพื่อจะได้ประพฤติปฏิบัติหรือดำรงตนอยู่ในแนวทางที่ถูกต้องและเหมาะสมในฐานะที่ตนเป็นผู้ปกครอง กล่าวโดยสรุปก็คือสามารถครองตนได้เมื่อครองตนได้ก็สามารถบริหารคนอื่นได้ ยกตัวอย่างการศึกษาตนเองโดยใช้หลักสัปปุริสธรรม ๗ ดังนี้

๒.๑.๑.๑ หลักสัปปุริสธรรม ๗

หลักสัปปุริสธรรม ๗ นี้ พระพุทธเจ้าได้ตรัสไว้ในธัมมัญญสูตร^๓ ความว่า ภิกษุทั้งหลาย ภิกษุประกอบด้วยธรรม ๗ ประการ นี้ เป็นผู้ควรแก่ของที่เขานำมาถวาย ฯลฯ เป็นเนื่อนาบุญอันยอดเยี่ยมของโลก สัปปุริสธรรมธรรม ๗ ประการได้แก่อะไรบ้าง กล่าวคือภิกษุในธรรมวินัยนี้ คือ ๑) เป็นธัมมัญญู ๒) เป็นอรรถัญญู ๓) เป็นอรรถัญญู ๔) เป็นมัตตัญญู ๕) เป็นกาลัญญู ๖) เป็นปริสัจญู และ ๗) เป็นบุคคลปโรปรัญญู

ในพระสูตรนี้ พระพุทธเจ้าได้ตรัสถึง ธัมมัญญูปุคคล ซึ่งหมายถึง ผู้รู้ธรรม ซึ่งเป็นคุณสมบัติประการที่ ๑ ในคุณสมบัติ ๗ ประการของภิกษุ ภิกษุผู้ประกอบด้วยธรรม ๗ ประการย่อมเป็นผู้ควรของการค้ำับ นับถือ ยกย่อง ของบุคคลทั้งหลาย ถือเป็นผู้มีคุณค่าอย่างแท้จริงของมนุษยชาติ คุณสมบัติ ๗ ประการนั้น คือ

๑) เป็นธัมมัญญู หมายถึง เป็นผู้รู้ธรรม อันเป็นคำสอนที่สำคัญ คือ สุตตะ (พระสูตรต่างๆ) เคยยะ(พระสูตรที่ประกอบด้วยคาถา) เวยยากรณ์ะ(พระอภิธรรมทั้งหมด) คาถา(พระธรรมบท เถรคาถา เถรีคาถา) อุทาน (พระสูตรที่พระพุทธเจ้าทรงเปล่งอุทานด้วยทรงโสมนัส) อิติวุตตะกะ (พระสูตรที่ขึ้นต้นด้วยคำว่า ข้อนี้สมจริง ดังคำที่พระพุทธองค์ตรัส) ชาดก(พระสูตรที่แสดงเรื่อง ในอดีตชาติของ

^๑ คุรยลละเอียตใน ขุ.ชา.อสีติ. (ไทย) ๒๘/ ๗๖/ ๒.

^๒ คุรยลละเอียตใน ขุ.ธ. (ไทย) ๒๕/ -๒/๒๓-๒๔.

^๓ คุรยลละเอียตใน อง.สตุตค.(ไทย) ๒๓/๖๘/๑๔๓-๑๔๖.

พระพุทธเจ้า) อัมภุตธรรม (พระสูตรที่ประกอบด้วยอิทธิปาฏิหาริย์) เวทลละ (พระสูตรที่เทวดาและมนุษย์ทั้งหลายถามแล้วได้รับความรู้และถามยิ่งขึ้นไป)

๒) เป็นอัตถัญญา หมายถึง เป็นผู้รู้ความหมายแห่งภาสิต กล่าวคือ เป็นผู้รู้จุดมุ่งหมายและรู้จักผลว่า ผลที่เกิดจากการกระทำมีประโยชน์และตรงตามเป้าหมายที่ตั้งมั่นไว้

๓) เป็นอัตถัญญา หมายถึง เป็นผู้รู้จักตนว่ามีศรัทธา ศีล สุตะ จาคะ ปัญญา และปฏิภาณเท่าใด ตามหลักแห่งอารยวัติ ๕

๔) เป็นมัตถัญญา หมายถึง เป็นผู้รู้ประมาณในการรับปัจจัย ๔ กล่าวคือ เป็นผู้รู้จักความพอดี ตามหลักแห่งมัชฌิมาปฏิปทาและหลักสันโดษ

๕) เป็นกาลัญญา หมายถึง เป็นผู้รู้จักเวลาอันเหมาะสมที่จะประกอบกิจการงานต่างๆอย่างถูกต้อง

๖) เป็นปริสัญญญา หมายถึง เป็นผู้รู้จักวิธีการเข้าหาประชุมชน กล่าวคือ เป็นผู้รู้จักชุมชนหรือสังคมอย่างถูกต้อง และเข้าใจวิธีการปฏิบัติอย่างถูกต้องในชุมชนหรือสังคมนั้น

๗) เป็นปุคคัลโปปริญญา หมายถึง เป็นผู้รู้จักเลือกคบคนให้ถูกต้อง

พจนานุกรมฉบับประมวลธรรมของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป,อ,ป ยุตโต) ได้อธิบาย สัมปยุตธรรม ๗ ไว้ดังนี้^๔

๑. อัมมัญญา หมายถึง ความรู้จักธรรม รู้หลักหรือรู้จักเหตุคือรู้หลักความจริง รู้หลักการ รู้หลักเกณฑ์ รู้กฎแห่งธรรมตา รู้หลักเกณฑ์แห่งผลและรู้หลักการและทำให้เกิดผล

๒. อัตถัญญา หมายถึง ความรู้จักอรรถ รู้ความมุ่งหมายหรือรู้จักผล รู้จักความหมาย รู้ประโยชน์ที่ประสงค์ รู้จักผลที่จะเกิดขึ้นสืบเนื่องจากการกระทำหรือความเป็นไปตามหลัก

๓. อัตถัญญา หมายถึง ความรู้จักตนคือรู้ว่าเรานั้นว่าโดยฐานะ ภาวะ เพศ กำลัง ความรู้ความสามารถ ความถนัด และคุณธรรม

๔. มัตถัญญา หมายถึง ความรู้จักประมาณคือความพอดี

๕. กาลัญญา หมายถึง รู้จักกาลคือรู้จักกาลเวลาอันเหมาะสมและระยะเวลาที่ควรหรือจะต้องใช้ในการประกอบกิจการหน้าที่การงานหรือปฏิบัติการต่างๆ

๖. ปริสัญญญา หมายถึง ความรู้จักบริษัทคือรู้จักชุมชนและรู้จักที่ประชุม รู้จักกริยาที่จะประพตติดต่อชุมชนนั้นๆว่าชุมชนนี้เมื่อเข้าไปหาจะต้องทำกริยาอย่างนี้ จะต้องพูดอย่างนี้ชุมชนนี้ควรสงเคราะห์อย่างนี้

^๔ พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, พิมพ์ครั้งที่ ๑๕. (กรุงเทพมหานคร: จันทรเพ็ญ, ๒๕๕๐), หน้า ๒๑๑.

๗. บุคคลัญญูตา หมายถึง ความรู้จักบุคคลคือความแตกต่างแห่งบุคคลว่าโดยอรรถาศัยความสามารถและคุณธรรมเป็นต้น ใครๆยิ่งหรือหย่อนอย่างไร และรู้ที่จะปฏิบัติต่อบุคคลนั้นๆด้วยดีว่าควรจะคบหรือไม่ จะใช้ จะตำหนิ ยกย่องและแนะนำสั่งสอนอย่างไร เป็นต้น

ผู้นำที่มีความรู้เป็นที่น่าเชื่อถือของผู้ใต้บังคับบัญชาผู้นำจะต้องมีความรู้ก่อน ท่านพระพรหมคุณาภรณ์ (ป,อ,ป ยุตโต) ที่ได้กล่าวไว้ว่าหลักสัปปุริสธรรม ๗ นี้เป็นคุณสมบัติของผู้นำที่ควรมี หากนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารองค์การก็จะหมายถึงสิ่งที่ผู้บริหารองค์การควรรู้และตระหนักถึง เพื่อให้การบริหารองค์การเป็นไปด้วยความราบรื่นและมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้นำจึงจะต้องเรียนรู้และพัฒนาตนเองให้มีภูมิรู้เท่าทันสิ่งเหล่านี้ให้ลึกซึ้งและเพียงพอ โดยจะต้องใช้ปัญญาในการพิจารณาความสำคัญและจำแนกหมวดหมู่ของสิ่งที่ควรรู้อย่างถูกต้องและครบถ้วน นอกจากนั้นพระพรหมคุณาภรณ์ (ป,อ,ป ยุตโต) ยังให้คำแนะนำเพื่อประยุกต์ใช้หลักธรรมนี้ในการบริหารองค์การ ดังนี้^๕

ธัมมัญญูตา คือ “รู้หลักการ” เมื่อดำรงตำแหน่งมีฐานะ หรือจะทำอะไรก็ตามต้องรู้หลักการ รู้งาน รู้หน้าที่ รู้กฎเกณฑ์กติกาที่เกี่ยวข้อง เช่น อย่างผู้ปกครองประเทศปกติก็ต้องรู้หลักรัฐศาสตร์ และรู้จักกาของรัฐ คือกฎหมายตั้งแต่รัฐธรรมนูญลงมาแล้วก็ยืนอยู่ในหลักการ ตั้งตนอย่างในหลักการให้ได้ชุมชน สังคม องค์การ หรือกิจการอะไรก็ตามก็ต้องมีหลักการ มีกฎ มีกติกา ที่มีผู้นำจะต้องรู้ชัดแล้วก็ต้องตั้งมั่นอยู่ในหลักการนั้น

อัตถัญญูตา คือ “รู้จุดหมาย” ผู้นำถ้าไม่รู้จุดหมายก็ไม่รู้ว่าจะนำคนและกิจการไปไหน นอกจากจุดหมายคือมีความชัดเจนในจุดหมายและจะต้องมีความแน่วแน่มุ่งมั่นที่จะไปถึงจุดหมายด้วยเมื่อใจมีจุดหมายแล้ว แม้มีอะไรมากระทบกระทั่งก็จะไม่หวั่นไหว อะไรไม่เกี่ยวข้อง ไม่เข้าเป้า ไม่เข้าแนวทาง ก็ไม่มัววุ่นวาย ใครจะพูดจาวาด่าเหน็บแนม เมื่อไม่ตรงเรื่อง ก็ไม่มัวถือสา ไม่เก็บเป็นอารมณ์ไม่ยุ่งกับเรื่องจุกจิกไม่เป็นเรื่อง เอาแต่เรื่องที่เข้าแนวทางสู่จุดหมาย ใจมุ่งสู่เป้าหมายอย่างชัดเจนและมุ่งมั่นแน่วแน่

อัตตัญญูตา คือ รู้จักตน ต้องรู้ว่าตนเองคือใครมีภาวะเป็นอะไรอยู่ในสถานะใดมีคุณสมบัติ มีความพร้อมมีความถนัดสติปัญญาความสามารถอย่างไร มีกำลังคนแค่ไหนมีข้อดีข้อเสียจุดอ่อนจุดแข็งอย่างไร ซึ่งจะต้องสำรวจตนเองและเตือนตนเองอยู่เสมอ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงตนเองให้มีคุณสมบัติมีความสามารถยิ่งขึ้นไป ไม่ว่าจะเป็นผู้นำแล้วจะเป็นคนสมบูรณ์ไม่ต้องพัฒนาตนเอง ยิ่งเป็นผู้นำก็ยิ่งต้องพัฒนาตนเองตลอดเวลา แล้วให้ทำให้ดียิ่งขึ้นไป

มัตตัญญูตา คือ รู้จักประมาณ รู้จักความพอดีหมายความว่า ต้องรู้จักขอบเขตขีดขั้นความพอเหมาะ ที่จะจัดทำในเรื่องต่างๆ ท่านยกตัวอย่างเช่นผู้ปกครอง บ้านเมืองรู้จักประมาณในการลงทัณฑ์ อาชญาและเก็บภาษี เป็นต้น เป็นต้น ไม่ใช่เอาแต่ จะให้ได้ยังไง และต้องรู้จักว่าในการกระทำนั้นๆหรือในเรื่องราวนั้นๆ มีองค์ประกอบหรือมีปัจจัยอะไรเกี่ยวข้อง ทำแค่ไหนคงประกอบของ

^๕ พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสน์ : ฉบับประมวลศัพท์, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๙) หน้า ๒๔-๒๘

มันจะดีพอได้สัดส่วนพอเหมาะ การทำการต่างๆ ทุกอย่างต้องพอดีถ้าไม่พอดีก็พลาด ความพอดีจึงจะทำให้เกิดความสำเร็จที่แท้จริงนั้นจะต้อง คุมองค์ประกอบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องและจัดให้ลงตัวพอเหมาะพอดี

กาลัญญาตา รู้กาล รู้จักเวลา เช่น รู้ลำดับ ระยะเวลา ปริมาณความเหมาะสมของเวลาว่า เรื่องนี้จะลงมือตอนไหนเวลาไหนจะทำอะไร อย่างไรจึงจะเหมาะ ตั้งแต่เห็นว่า แม้แต่การพูดจา ก็ต้อง รู้จักกาลเวลา ตลอดจนรู้จักวางแผนงานในการใช้เวลาซึ่งเป็นเรื่องใหญ่เช่น วางแผนว่าสังคมมีแนวโน้มจะเป็นอย่างไรในเวลาข้างหน้าเท่านั้น และเหตุการณ์ทำนองนี้จะเกิดขึ้น เราจะ วางแผนรับมือกับสถานการณ์นั้นอย่างไร

ปริสัญญตา คือ รู้ชุมชน รู้สังคม ตั้งในขอบเขตที่กว้างขวาง คือสังคมโลก รู้สังคมของประเทศชาติว่าอยู่ในสถานการณ์อย่างไร มีปัญหาอะไรมีความต้องการอย่างไรโดยเฉพาะถ้าจะช่วยเหลือเขาต้องรู้ ความต้องการของเขา แม้แต่ชุมชนย่อยๆ ถ้าเราจะช่วยเหลือ เขาเราต้องรู้ ความต้องการของเขาเพื่อสนองความต้องการให้ถูกต้อง หรือแก้ไข้ปัญหาได้ตรงจุด

บุคคลัญญาตา คือ รู้จักบุคคล รู้จักบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะคนที่มาร่วมงาน ร่วมไปด้วยกัน และคนที่เราไปให้บริการ ตามความแตกต่างเฉพาะตัว เพื่อปฏิบัติต่อเขาได้ ถูกต้องเหมาะสม และได้ผล ตลอดจนสามารถให้บริการให้ความช่วยเหลือได้ตรงตามความต้องการ รู้ว่าจะใช้วิธีสัมพันธ์ พูดจา หรือจะให้เขายอมรับได้อย่างไรโดยเฉพาะการใช้คน ซึ่งรู้ว่าคนไหนเป็นอย่างไรมีความถนัด อัจฉริยะความสามารถอย่างไรเพื่อใช้คนให้เหมาะกับงาน

๒.๑.๑.๒ สารสำคัญของหลักสัปปุริสธรรม

ในการศึกษาสารสำคัญของหลักสัปปุริสธรรมนี้ ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาให้ทราบถึง องค์ประกอบของหลักสัปปุริสธรรม ซึ่งมี ๗ ประการและในแต่ละองค์ประกอบนั้นมีการอธิบายใน คัมภีร์พระพุทธศาสนาอย่างไร สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการครองตนได้อย่างไร ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำตัวอย่างที่ปรากฏในคัมภีร์พระพุทธศาสนาเป็นต้นว่า พระสูตร ชาดก มาแสดงเพื่อให้ทราบถึง เนื้อหาที่สำคัญของหลักธรรมในข้อนั้น ๆ ดังนี้

๑. รั้งมัญญาตา คือ รู้หลักการรั้งมัญญาตา คือ รู้จักเหตุ รู้หลักการ รู้งาน รู้หน้าที่ รู้กติกาที่มีความเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน กล่าวคือ ผู้นำนั้นจะต้องรู้จักเหตุ รู้หลักการ รู้กฎ กติกาเหล่านี้ให้ชัดเจน เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้

การรู้หลักการ รู้งาน รู้กติกาต่างๆอย่างถูกต้อง ถือเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของการเป็นผู้นำที่ดีที่จะต้องรู้หลักการและกฎเกณฑ์ของสิ่งทั้งหลายให้ชัดเจนในการปฏิบัติหน้าที่และดำเนินกิจการต่าง ๆ อย่างถูกต้อง จึงจะสามารถนำพาหมู่คณะ มวลชน และองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง

พระพุทธเจ้าได้ทรงตรัสถึงเหตุแห่งความเสื่อมและความเจริญทั้งหลายของภิกษุในพระพุทธศาสนา ทรงยกเป็นอุปมาเปรียบกับภิกษุที่จะเข้าถึงฝั่งพระนิพพาน มีความเจริญในพระธรรม

วินัยได้นั้นว่าจะต้องประกอบด้วยลักษณะ ๑๑ ประการ เช่นเดียวกับนายโคบาลผู้ประสบความสำเร็จ ต้องรู้จักการบริหารจัดการฝูงโค ดังความที่ปรากฏในโคบาลสูตร^๖ ตอนหนึ่งว่า

นายโคบาลประกอบด้วยองค์ ๑๑ ประการ เป็นผู้ควรจะครอบครองฝูงโค ควรทำฝูงโคให้เจริญได้ ฝึกหัดทั้งหลาย นายโคบาลในโลกนี้เป็นผู้รู้จักอุปถัมภ์ในลักษณะเป็นคอยเชี่ยวชาญ ปิดบัง แผล สุมควันให้ รู้จักทำ รู้จักให้โคดื่มน้ำ หรือยังรู้จักทางฉลาดในสถานที่โคเที่ยวหากิน รู้จักรีดนมให้ เหลือไว้ รู้จักการบูชาโคที่เป็นพ่อฝูงเป็นผู้นำฝูง ด้วยการบูชาเป็นอติเรก ฝึกหัดทั้งหลาย นายโคบาล ประกอบด้วยองค์ ๑๑ ประการนี้ เป็นผู้สมควรจะครอบครองฝูงโค ทำให้ฝูงโคเจริญได้

ฝึกหัดทั้งหลาย นายโคบาลที่ประกอบด้วยองค์ ๑๑ ประการเหล่านี้แล้ว ควรจะรักษาหมู่โค และทำให้หมู่โคเจริญได้ด้วยองค์ ๑๑ ประการ จากพุทธพจน์นี้ มีคำอธิบายแนวทางการเป็นผู้นำที่ ถูกต้องตามหลักพุทธธรรมที่นำมาประยุกต์เพื่อขยายความคุณสมบัติ ดังนี้^๗

๑) การรู้จักรูป คือ ผู้นำจะต้องรู้จักและเข้าใจผู้ร่วมงาน หรือผู้ใต้บังคับบัญชาในฐานะของ สมาชิกขององค์กร ความรู้นี้นอกจากจะสร้างความสนิทสนมกันแล้ว ยังก่อให้เกิดมิตรไมตรีต่อกัน เข้าใจความต้องการของมวลสมาชิก

๒) ฉลาดในลักษณะ คือ เมื่อผู้นำรู้จักตัวบุคคล ก็จะสามารถพิจารณาเพื่อการจัดสรร ตำแหน่งงานให้เหมาะสมกับบุคคล การทำงานภายใต้การแนะนำมอบหมายนั้นก็สัมฤทธิ์ผล

๓) คอยเชี่ยวชาญ คือ ผู้นำสามารถแสดงศักยภาพในการแก้ไขปัญหาข้อบกพร่องต่างๆ ได้ อย่างถูกต้อง

๔) คอยปิดบังแผล คือ ผู้นำจะต้องมีความระมัดระวัง สำรวจตรวจตรามิให้เกิดความเสียหายอันเป็นการทำลายชื่อเสียงของสมาชิก ป้องกันมิให้ปรากฏออกมาภายนอก

๕) สุมควัน คือ ผู้นำจะสามารถแสดงความสามารถของตนเองแก่ผู้อื่นอย่างถูกต้อง

๖) รู้จักทำ(น้ำ) คือ ผู้นำจะต้องแสวงหาความรู้ รู้จักความคิดในการทำงาน มีคณะทำงาน ที่ดี มีคณะที่ปรึกษาในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อประโยชน์แก่มวลสมาชิก

๗) รู้ว่าโคกินน้ำแล้วหรือยัง คือ ผู้นำจะต้องรู้จักกระบวนการพัฒนา ให้โอกาสแก่ความคิด ริเริ่มสร้างสรรค์ของสมาชิกด้วยการอบรมเพิ่มพูนความรู้ ฝึกฝนทักษะอาชีพ

๘) การรู้จักทาง คือ ผู้นำจะต้องรู้แนวทางในการบริหารจัดการ ขณะเดียวกันก็ต้องรู้จัก จุดร่วมของชีวิตมนุษย์ โดยนำพาสมาชิกของตนไปสู่จุดหมายของชีวิตร่วมกัน

๙) ฉลาดในสถานที่โคจร คือ ผู้นำจะต้องสามารถประเมินศักยภาพของกลุ่มด้วยการ กำหนดเป้าหมาย วางแผนการทำงานและแนวทางปฏิบัติจนกว่าจะบรรลุวัตถุประสงค์

^๖ คุรยลละเอียดใน ม.ม. (ไทย) ๑๒/๓๔๖/๓๗๖-๓๘๘.

^๗ สุรศักดิ์ ม่วงทอง, “พุทธธรรมกับภาวะผู้นำที่พึงประสงค์”, วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต, หน้า ๔๐-๔๑

๑๐) รับผิดชอบให้เหลือไว้ คือ ผู้นำจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ของมวลสมาชิก รู้จักประสานประโยชน์ดำเนินกิจกรรมของกลุ่มด้วยความเหมาะสมพอดีรักษาสมดุลระหว่างการให้กับการรับ

๑๑) การบูชาโคที่เป็นพ่อฝูงหรือจำฝูง คือ ผู้นำจะสามารถเสริมภาวะของตนเองให้เด่นชัดด้วยการรู้จักให้บำเหน็จรางวัลแก่ผู้ทำงานดีมีคุณธรรม อันเป็นการสร้างเสริมความเชื่อถือต่อผู้นำและเป็นกำลังภายในใจ การกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม และมวลสมาชิก

จะเห็นได้ว่าผู้นำจะต้องมีหลักธัมมัญญา กล่าวคือ จะต้องเป็นผู้รู้หลักการ รู้งานและกติกาย่างถูกต้อง จึงจะสามารถวางแผนและนโยบายได้อย่างถูกต้อง เพื่อนำหมู่สมาชิกและสังคมให้เจริญก้าวหน้าได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

๒. อรรถัญญา คือ รู้จักผล รู้จุดหมาย

อรรถัญญา คือ รู้จักผล รู้ความมุ่งหมายและรู้จักผล กล่าวคือ ผู้นำที่ดีจะต้องรู้จักจุดหมายหรือเป้าหมายของหลักการที่ตนปฏิบัติ เข้าใจวัตถุประสงค์องค์การว่าจะไปทางไหนเพื่อประโยชน์อะไร เพื่อให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างถูกต้องตามเป้าหมายนั้นพระพุทธศาสนาได้กล่าวว่า อรรถัญญา คือ ความเป็นผู้รู้หรือรู้ รู้จักจุดหมาย รู้ประโยชน์ ดังพุทธพจน์ที่ปรากฏในธัมมัญญาสูตร^{๔๖} ว่า

ภิกษุที่เป็นผู้รู้จักผลว่า ภิกษุในพระพุทธศาสนาเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่อง เนื้อความใจความ ความมุ่งหมาย และประโยชน์ ในทางพระพุทธศาสนา กล่าวถึงภิกษุที่เป็นผู้รู้จักผลว่าภิกษุในธรรมวินัยนี้ เป็นผู้รู้ความหมายแห่งภาษิต คือ ถ้อยคำที่เป็นประโยชน์นั้น นี้เป็นความหมายแห่งภาษิตนี้ นี้เป็นความหมายแห่งภาษิตนี้

หากภิกษุไม่รู้เนื้อความแห่งภาษิตนั้นเลยว่าเป็นความหมายแห่งภาษิตนี้ ไม่พึงเรียกเธอว่าเป็นอรรถัญญา แต่เพราะภิกษุรู้ความหมายแห่งภาษิตนั้นๆ ว่านี้เป็นความหมายแห่งภาษิตนี้ นี้เป็นความหมายแห่งภาษิตนี้ ฉะนั้น ควรเรียกภิกษุนั้นว่าเป็น อรรถัญญา

การรู้จุดหมายหรือเป้าหมายนั้นเป็นสิ่งสำคัญมากอีกประการหนึ่ง สำหรับบุคคลที่เป็นผู้นำ หากไม่เข้าใจในจุดหมายหรือความมุ่งหมายของการกระทำแล้ว จะชื่อว่าเป็นผู้นำที่ดีไม่ได้ ดังเรื่องที่ปรากฏในปโรสหัสสชาดก ซึ่งพระพุทธเจ้าตรัสยกย่องพระสารีบุตรและอาจารย์กับศิษย์มีใจความว่า

ครั้งนั้น พวกเธอเล่าเรียนศิลปวิทยาในเมืองตักศิลาและออกบวชเป็นฤาษีเจริญงาน อภิญญา มีบริวาร ๕๐๐ รูป พอถึงฤดูฝน ศิษย์คนโตจึงได้พาบริวารครึ่งหนึ่งไปอยู่ในถิ่นของมนุษย์ ในขณะที่พระโพธิสัตว์กำลังจะสิ้นชีวิตพอดี ลูกศิษย์ที่อาศัยอยู่กับท่านจึงถามท่านว่าข้าแต่ท่านอาจารย์ ท่านได้คุณพิเศษชนิดไหน อาจารย์จึงตอบว่า ไม่มีแม้แต่น้อย แล้วท่านก็ได้เสียชีวิตลง ไปเกิดที่พรหมโลกชั้นอภิสสระ เพราะท่านได้เจริญสมาธิจนถึงฌาน ตามคุณธรรมที่ท่านได้

เมื่อพระองค์ทรงเป็นพระโพธิสัตว์ เกิดในสกุลอุทิจจพราหมณ์เมื่อเจริญวัยแล้ว เมื่อลูกศิษย์เหล่านั้นได้ฟังคำที่อาจารย์ตอบว่า คุณพิเศษไม่มีแม้แต่น้อยจึงพากันเข้าใจในคำตอบของท่านว่า

^{๔๖} ดูรายละเอียดใน อัง.สตตก.(ไทย) ๒๓/๖๕/๑๔๓-๑๔๖.

ไม่มีมีคุณธรรมพิเศษอะไรๆ แม้แต่น้อย จึงไม่พากันทำสักการะความเคารพอาจารย์เมื่อศิษย์ผู้ใหญ่ กลับมาจากที่อยู่ของมนุษย์จึงได้ถามศิษย์คนรองว่า ท่านอาจารย์ไปที่ไหน

ศิษย์ตอบว่า อาจารย์ของเราเสียชีวิตแล้ว ศิษย์ผู้ใหญ่จึงได้ถามอีกว่า พวกเราได้ถามถึงคุณพิเศษของอาจารย์หรือไม่ ตอบว่า ถาม และท่านตอบว่า ไม่มีแม้แต่น้อย เหตุนี้พวกเราจึงไม่ทำความเคารพท่าน ฝ่ายศิษย์ผู้ใหญ่จึงได้กล่าวว่า พวกท่านไม่รู้ความหมายของถ้อยคำของอาจารย์ ท่านได้ฉวน อากัญญัญญาตนะสมาบัติแล้ว ศิษย์เหล่านั้นก็ไม่เชื่อในถ้อยคำของเขา แม้จะกล่าวซ้ำแล้วซ้ำเล่า

พระโพธิสัตว์ทราบเหตุนี้ จึงคิดได้ว่า คนเหล่านี้เป็นคนอันธพาล ไม่เชื่อในถ้อยคำของศิษย์คนใหญ่ จากนั้นจึงได้ยืนอยู่ในอากาศด้วยอานุภาพอันใหญ่ แล้วกล่าวว่า แม้จะมีผู้มาประชุมกันตั้ง ๑,๐๐๐คน พวกเหล่านั้น ให้พิจารณาตั้ง ๑๐๐ปี ก็ไม่มีปัญญาทราบได้ แต่บุรุษผู้มีปัญญา รู้แจ้งในถ้อยคำความมุ่งหมายของเรากล่าวเพียงผู้เดียวเท่านั้น ประเสริฐว่า^๙

ในชาดกนี้แสดงให้เห็นว่าบุคคลผู้รู้จักความมุ่งหมาย หรือรู้จักผลของถ้อยคำ หรือการกระทำนั้นๆ เป็นบุคคลที่ประเสริฐควรแก่การยกย่อง ดังนั้น พระพุทธองค์จึงทรงยกย่องพระสารีบุตรเถระ และแต่งตั้งท่านไว้ในฐานะอัครสาวกระดับผู้นำอันเป็นฐานะที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่านในความเป็นผู้รู้ผล แม้แต่ในทางสังคมหรือราชาอาณาจักรก็เช่นเดียวกันบุคคลที่เป็นผู้นำนั้น หากเป็นผู้รู้ในความมุ่งหมายหรือผลที่ปรากฏเกิดขึ้นในสังคม และวางแผนในการสร้างสรรค์หรือแก้ไขในเหตุการณ์นั้นๆ แล้ว ย่อมจะเป็นผู้ที่ได้รับการยกย่องและเชื่อถือจากบุคคลในสังคม

ผู้นำตามหลักอรรถกถาสามารถคาดการณ์และวางแผนในการทำงาน การแก้ไขการพัฒนาตนเองและสังคมได้โดยการใช้หลักการนี้ เช่น เมื่อเวลาที่ประสบกับเหตุการณ์ต่างๆ ใดๆ หนึ่ง เช่น พบเห็นบุคคลทำบาปอกุศล หรือกระทำคุณความดี ขยันศึกษาเล่าเรียนก็จะสามารถที่จะคาดผลล่วงหน้าได้ว่า เหตุอย่างนี้จะต้องส่งผลอย่างนั้นอย่างนี้ เรียกว่า รู้ผลระหว่างเหตุกับผลนี้นับว่าเป็นเรื่องเดียวกัน แต่คนละเงื่อนไข เมื่อกล่าวถึงข้อหนึ่งก็กระเทือนถึงอีกข้อหนึ่ง เหตุกับผลจึงเป็นปัจจัยซึ่งกันและกัน เหตุอย่างไร ผลก็อย่างนั้น

ด้วยเหตุนี้ เหตุผลจึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับความเป็นผู้นำ จะเป็นเรื่องความเสื่อมหรือความเจริญขึ้นอยู่กับผู้นำมีเหตุผลหรือไม่ ในเรื่องนี้พระพุทธองค์ได้ทรงเปรียบเทียบภิกษุผู้ที่ข้ามถึงฝั่ง คือ พระนิพพาน ด้วยนายโคบาลผู้ต้อนโคข้ามฝั่ง ซึ่งนายโคบาลนั้นมีทั้งผู้ที่มีความฉลาดใคร่ครวญในเหตุผลและผู้ไม่มีการใคร่ครวญอย่างมีเหตุผลหรือจุดหมายดังปรากฏในพระสูตรเรื่องจุฬโคपालสูตรว่า

ภิกษุทั้งหลาย เรื่องเคยมีมาแล้ว นายโคบาลชาวมครผู้มีปัญญาทราม ไม่คำนึงถึงฤดูสารทในเดือนท้ายฤดู ไม่ตรวจตราดูฝั่งแม่น้ำคงคาข้างนี้ เริ่มต้นฝูงโคข้ามไปฝั่งวิเทหรัฐปากโนนโดยไม่ถูกทำเลย ทันใดนั้น ฝูงโคได้ว่ายเวียนวนในท่ามกลางกระแสแม่น้ำคงคา ถึงความวอดวายเสียที่ตรงนี้เอง ข้อนี้เป็นเพราะเหตุไร

^๙ ดูรายละเอียดใน ขุ.ชา.เอกก. (ไทย) ๒๗/๙๙/๔๑.

ภิกษุทั้งหลาย สมณะหรือพราหมณ์ พวกใดพวกหนึ่งที่ไม่ฉลาดต่อโลกนี้และโลกหน้าไม่ฉลาดต่อสิ่งใต้อานาจมาร ไม่ฉลาดต่อสิ่งเหนืออำนาจมาร ไม่ฉลาดต่อสิ่งใต้อานาจมฤตยูไม่ฉลาดต่อสิ่งเหนืออำนาจมฤตยู คนเหล่าใดจะสำคัญ สิ่งที่ควรฟังควรเชื่อต่อสมณพราหมณ์เหล่านั้น ข้อนี้ไม่เป็นประโยชน์ และให้ทุกข์แก่ชนเหล่านั้นสิ้นกาลนานเช่นนั้นเหมือนกัน

ภิกษุทั้งหลาย นายโคบาลชาวมครผู้มีปัญญา นึกถึงฤดูสารทในเดือนท้ายฤดูฝน ได้ตรวจตราฝั่งแม่น้ำคงคาข้างนี้แล้ว เริ่มต้อนฝูงโคให้เข้าไปฝั่งเหนือแห่งวิเทหรัฐพากโน้นโดยถูกท่าที่เดียว เขาขับต้อนเหล่าโคอุสภ เป็นโคพ่อฝูง เป็นโคนำหน้าฝูงข้ามไปก่อน มันได้ว่ายตัดตรงกระแสน้ำนำคงคาถึงฝั่งโดยสวัสดิ์ ต่อนั้นจึงต้อนโคอื่น โคที่ใช้การได้ โคที่พอจะฝึกได้ ต้อนโคผู้เป็นโคเมียรุ่นคะนอง ต้อนลูกโคและโคที่ซุบผอม มันก็ได้ว่ายตัดตรงกระแสน้ำนำคงคาถึงฝั่งโดยสวัสดิ์^{๑๐}

จะเห็นได้ว่า ผู้นำนั้นมีความสามารถต่อความเป็นอยู่ของสมาชิกในกลุ่ม หากผู้นำเป็นผู้รู้ เหตุ รู้ผล หรือรู้จุดมุ่งหมาย จะทำอะไรต้องมีแผนการ หรือเป้าหมาย ย่อมจะทำให้หมู่คณะดำเนินไปได้โดยสวัสดิภาพ การวางแผนงานได้ก่อนแล้วเดินตามลำดับของงาน ผลก็คือ จะไม่มีข้อผิดพลาด ไม่ติดขัดในการทำงาน หรือในการทำงานเป็นคณะ ทุกคนร่วมมือกันอย่างพร้อมเพรียง งานก็จะประสบความสำเร็จได้ผลดี มีประสิทธิภาพ ผู้นำเกิดความสบายใจที่มีส่วนช่วยให้งานส่วนรวมประสบผลสำเร็จ^{๑๑}

๓. อัตตัญญูตา คือ รู้ตน

อัตตัญญูตา คือ รู้ตน รู้ว่าตนเองมีคุณสมบัติ มีความสามารถอย่างไร และต้องรู้จักพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ผู้นำที่ดีนั้นจะต้องสำรวจอยู่เสมอว่าตนเองมีจุดอ่อนจุดแข็งอะไรแล้วดำเนินการปรับปรุงจุดอ่อนของตน ในขณะที่เดียวกันก็พัฒนาจุดแข็งของตนให้ดีขึ้นเรื่อยกล่าวคือ ผู้นำที่ดีควรมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงแห่งโลกอย่างแท้จริง เพื่อให้สามารถนำพามวลชนและองค์กรไปสู่จุดหมายได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

พระพุทธศาสนาได้กล่าวว่า อัตตัญญูตา หมายถึง การรู้จักตนเกี่ยวกับ ศรัทธา ศีล จาคะ สุตตะ ปัญญา เป็นต้น ดังที่ปรากฏใน อัมมัญญสูตร^{๑๒} ว่า

ภิกษุในธรรมวินัยนี้ รู้จักตนคือ รู้ว่าตนเองนั้นมีศรัทธาความเชื่อ มีศีล มีระเบียบวินัย มีสุตตะ คือ การศึกษาเล่าเรียน ได้ยิน ได้ฟัง มีจาคะ แบ่งปัน การปล่อยวาง มีปัญญาความรู้ความสามารถ อยู่ประมาณเท่าใดบ้าง แล้ววางตนให้เหมาะสมกับฐานะ ภาวะ ความรู้ความสามารถของตนเอง ไม่ทำให้เกินความรู้ ความสามารถของตนเอง ดังนี้เรียกว่าเป็นผู้รู้จักตน

^{๑๐} คุรยละเอียดใน ม.ม. (ไทย) ๑๒/๓๕๐-๓๕๒/๓๔๔-๓๔๖.

^{๑๑} พระสามารถ อานนโท, "ภาวะผู้นำตามหลักสัปปุริสธรรม", วิทยานิพนธ์ศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, หน้า ๖๐.

^{๑๒} คุรยละเอียดใน อ.จ.สตุตต. (ไทย) ๒๓/๖๕/๑๔๓-๑๔๖.

การรู้ตนในแนวทางแห่งพระพุทธศาสนา ก็คือ การรู้หลักความเจริญอย่างประเสริฐหลักความเจริญของอารยชนตามคุณธรรมที่เรียกว่า อารยวัฑฒิ ๕ ดังต่อไปนี้

๑) ศรัทธา ความเชื่อ ความมั่นในพระรัตนตรัย ในหลักแห่งความเจริญความดีความงามอันมีเหตุผล

๒) ศีล ความประพฤติดี มีวินัย เลี้ยงชีพสุจริต

๓) สุตะ การเล่าเรียน สดับฟัง ศึกษาหาความรู้

๔) จาคะ การเผื่อแผ่เสียสละ เอื้อเฟื้อ มีน้ำใจช่วยเหลือ ใจกว้าง พร้อมทั้งจะรับฟังและร่วมมือ ไม่คับแคบเอาแต่ตัว

๕) ปัญญา ความรอบรู้ รู้คิด รู้พิจารณาเข้าใจเหตุผลคือรู้จักโลกและชีวิตตามความเป็นจริง

จากพระสูตรนี้ แสดงให้เห็นว่าคุณสมบัติของผู้นำที่ดีนั้นย่อมเป็นผู้ประพฤติตนจนสามารถควบคุมพฤติกรรมทางกาย ทางวาจา และทางใจของตนเองได้อย่างถูกต้อง ตามหลักความเจริญอย่างประเสริฐ หรืออารยวัฑฒิ ๕ กล่าวคือ เป็นผู้ที่รู้ตนเองทั้งในด้านคุณภาพทางความสามารถที่จะประกอบกิจการงานได้อย่างถูกต้อง และด้านคุณภาพจิตใจที่สามารถเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ถูกต้องสมควรแก่การยกย่องของบุคคลทั้งหลาย

ผู้นำจะต้องรู้ว่าตนมีภาวะอะไรอยู่ในสถานะใด มีคุณสมบัติ มีความพร้อม มีความถนัด สติปัญญา ความสามารถอย่างไร มีกำลังแค่ไหน มีจุดอ่อนจุดแข็งอย่างไร ซึ่งจะต้องสำรวจตนเองและเตือนตนเองอยู่เสมอ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงตัวเองให้มีคุณสมบัติมีความสามารถ ยิ่งๆ ขึ้นไป ไม่ใช่ว่าเป็นผู้นำแล้วจะเป็นคนสมบูรณ์ไม่ต้องพัฒนาตน ยิ่งเป็นผู้นำก็ยิ่งต้องพัฒนาตนเองตลอดเวลา^{๑๓}

๔. มัตตัญญูตา คือ รู้จักประมาณ

มัตตัญญูตา คือ รู้จักประมาณ รู้จักความพอดี กล่าวคือ ต้องรู้จักขอบเขตความพอเหมาะในการทำงานในเรื่องต่างๆ ดังนั้น ผู้นำที่ดีนั้นจะต้องรู้จักความพอเหมาะพอควรในการที่จะทำกิจการทุกอย่างให้ลุล่วงไปด้วยดีตามเป้าหมายที่วางไว้

ในทางพระพุทธศาสนาได้กล่าวว่า มัตตัญญูตา หมายถึง รู้ประมาณในการรับปัจจัย ๔ ดังปรากฏในธัมมัญญสูตร ว่า

ภิกษุในธรรมวินัยนี้ รู้จักประมาณในการบริโภคปัจจัย ๔ ในการเลี้ยงชีพ เช่น การรู้จักประมาณในการรับประเคน หรือการใช้สอยจีวร การรับอาหารบิณฑบาตและบริโภคอาหารให้พอประมาณแก่อัตตาภาพของตนไม่มากไม่น้อยเกินไป การใช้เสนาสนะที่อยู่อาศัย ให้พอสมควรเหมาะสมกับสมณะสารูป ยารักษาโรคและบริวารอื่นๆ ที่ภิกษุเข้าไปเกี่ยวข้อง ต้องให้รู้จักความพอดี

^{๑๓} พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), ภาวะผู้นำ, หน้า ๒๕-๒๘.

แก่ตนเอง หากมิรู้จักประมาณในการรับปัจจัย ๔ ไม่พึงเรียนเธอว่าเป็นมัตตัญญูตา แต่เพราะ ศึกษารู้จักประมาณในการรับปัจจัย ๔ จึงเรียกเธอว่า เป็นมัตตัญญู^{๑๔}

การรู้ประมาณ ตามหลักมัตตัญญูตา ย่อมทำให้ผู้ประพฤติปฏิบัติมีความสุขความเจริญ พอเหมาะแก่ฐานะของตน โดยรู้จักความพอดีในการดำเนินชีวิตทุกอย่างได้ถูกต้องเหมาะสม ด้วยเหตุนี้ ผู้นำที่ดีตามหลักมัตตัญญูตา ย่อมนำมาซึ่งความพอเหมาะพอควรให้การดำเนินกิจการงานต่างๆ ทำให้สามารถนำพามวลชน หมู่คณะ ไปสู่ความสุขสงบ ปลอดภัย และความเจริญอย่างแท้จริง

การที่บุคคลมีความพอใจยินดีในสิ่งที่ตนมีและรู้จักตั้งคุณค่าของที่อยู่อาศัย ย่อมเป็นที่ชื่นชมน่าสรรเสริญของนักปราชญ์บัณฑิต ดังนั้น การรู้จักประมาณในความเป็นอยู่เช่นที่อยู่อาศัย รู้จักประมาณในการบริโภคอาหาร รู้จักประมาณให้เหมาะสมกับรายรับรายจ่ายของตนเอง ไม่ทะเยอทะยานจนเกินฐานะแล้ว ย่อมจะได้รับความสุขและนำความเจริญมาสู่สังคมของตนเองและความรู้จักประมาณอีกประการหนึ่ง คือ รู้จักประมาณในการรับและการให้รู้จักประมาณตนว่า ควรรับอะไรจากใครเพียงใด ควรให้อะไรแก่ใครเพียงใด ควรวางตัวอย่างไร ควรปฏิบัติอย่างไรให้พอเหมาะพอดีให้พอประมาณ และตรัสถึงหลักธรรมที่จะทำให้บุคคลเป็นผู้ที่รู้จักประมาณ นั่นคือ หลักสันโดษ คือ ความยินดีด้วยปัจจัยที่ตนมีตนได้ ไม่แสวงหาในสิ่งที่ไม่สมควร มีความขยัน ไม่เกียจคร้าน^{๑๕}

๕. กาลัญญูตา คือ รู้จักเวลา

กาลัญญูตา คือ รู้จักเวลา รู้จักเวลาที่ควรประกอบกิจการงานต่างๆ หรือทำงานให้ทันกับเวลา เหมาะกับเวลาและรู้คุณค่าของเวลา ผู้นำที่ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องเป็นผู้รู้จักการบริหารเวลาหรือวางแผนให้เหมาะสมกับเวลาอย่างถูกต้อง

ในทางพระพุทธศาสนา กล่าวถึง กาลัญญูตา ไว้ว่า การรู้จักแนวปฏิบัติอันเหมาะสมกับกาลเทศะ ดังปรากฏในธัมมัญญสูตร^{๑๖} ว่า ภิกษุในธรรมวินัยนี้เป็นผู้ประกอบไปด้วยความรู้ว่า เวลานี้เป็นเวลาควรศึกษา ควรถาม เวลานี้ควรเป็นเวลาทำความเพียร ควรหลีกเลี่ยงจากหมู่คือ รู้จักการปฏิบัติให้สอดคล้องกับกาลเทศะ ให้เหมาะสมกับสมณะ รู้คุณค่าของเวลา เมื่อภิกษุมีความรู้ความเข้าใจในการใช้เวลา ย่อมจะเป็นผู้มีความเจริญในพระพุทธศาสนา เพราะทำให้ถูกต้องกับกาลเวลา

การรู้จักเวลา รู้จักคุณค่าแห่งเวลา รู้จักการบริหารเวลาอย่างถูกต้องตามหลักกาลัญญูตา ถือเป็นคุณสมบัติที่สำคัญยิ่งอีกประการหนึ่งของการเป็นผู้นำที่ดีในการที่จะวางแผนงานในกิจการต่างๆ ได้อย่างถูกต้องและทันต่อสถานการณ์โลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ การดำเนินกิจการต่างๆ เมื่อทำให้ถูกต้องเหมาะสมกับกาลเวลา

^{๑๔} คุรยละเอียดใน อัง.สตุตท.(ไทย) ๒๓/๖๕/๑๔๓-๑๔๖.

^{๑๕} พระสามารถ อานนโท, “ภาวะผู้นำตามหลักสัปปุริสธรรม”, วิทยานิพนธ์ศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, หน้า ๖๗.

^{๑๖} คุรยละเอียดใน อัง.สตุตท.(ไทย) ๒๓/๖๕/๑๔๔-๑๔๕.

แล้ว ย่อมได้รับประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่น แต่หากว่าการทำอะไรไม่สอดคล้องกับความเหมาะสม ก็ย่อมส่งผลเสียให้แก่ตนเองและผู้อื่น ในเรื่องนี้พระพุทธเจ้าได้ตรัสกับภิกษุที่ละเลยกิจวัตร^{๑๗}

๖. ปริสัญญูตา คือ รู้จักชุมชน

ปริสัญญูตา คือ รู้จักชุมชน รู้จักสังคม ตั้งแต่ในขอบเขตที่กว้างขวางจากสังคมโลก สังคมประเทศชาติ ว่าอยู่ในสถานการณ์อย่างไร มีปัญหาอย่างไร จะได้สามารถเข้าใจความต้องการของสังคมนั้นได้ถูกต้อง^{๑๘} หรือแก้ไขปัญหาก็ได้ตรงจุด นอกจากนี้ยังต้องรู้เข้าใจในระเบียบกฎเกณฑ์ วัฒนธรรม ประเพณีของสังคมนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงสถานการณ์ต่างๆ ของสังคมนั้น ได้อย่างถูกต้อง จะได้สามารถนำความสงบสุข สันติสุขความก้าวหน้ามาสู่มวลชน หมู่คณะ และสังคมได้

ในทางพระพุทธศาสนาได้กล่าว ปริสัญญูตา หมายถึง การรู้จักบริษัท และแนวปฏิบัติของบริษัท ดังปรากฏในธัมมัญญสูตร^{๑๙} ว่า

ภิกษุเป็นผู้รู้จักบริษัท คือ ภิกษุในธรรมวินัยนี้ รู้จักบริษัท หรือรู้จักชุมชนเหล่านี้เป็น กษัตริย์ เป็นพราหมณ์ เป็นคหบดี ชนเหล่านี้เป็นสมณะในชุมชนนั้น ควรเข้าไปหาอย่างนี้ ควรยืนอย่างนี้ ควรนั่งอย่างนี้ ควรกล่าวอย่างนี้ ควรสงบอย่างนี้ หากภิกษุไม่รู้จักว่าชุมชนเหล่านั้นและวางตนไม่เหมาะสมกับสังคมหรือชุมชนนั้นแล้ว ไม่ควรเรียกเธอว่าเป็นปริสัญญูตา แต่เพราะภิกษุรู้ว่า นี่เป็น กษัตริย์ เป็นพราหมณ์ เป็นคหบดี เป็นสมณะ ในบริษัทนั้น เราควรเข้าไปหาอย่างนี้ ควรทนควรนั่งอย่างนี้ ควรกล่าวควรสงบอย่างนี้ จึงเรียกเธอว่า เป็นปริสัญญูตา

ในพระสูตรนี้แสดงให้เห็นว่า การรู้จักว่าชุมชนใดๆ เป็นสังคมประเทศไหน ย่อมทำให้บุคคลนั้นสามารถวางตนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมในสังคมนั้นๆ อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับนับถือจากบุคคลในสังคมนั้นๆ ด้วย ดังนั้น ผู้นำที่รู้จักชุมชนเป็นอย่างดีย่อมสามารถวางตนได้อย่างเหมาะสมในสังคมนั้น อีกทั้งยังสามารถบริหารจัดการกิจการต่างๆ ของสังคมนั้นให้ถูกต้องตามกฎเกณฑ์ ประเพณี แบบแผน ทำให้เป็นที่เคารพนับถือ ยกย่องของหมู่คณะ หรือจากมวลชน ตลอดจนสามารถนำมาซึ่งความสงบสุข ความเจริญก้าวหน้ามาสู่สังคมนั้นๆ ด้วย

จากตัวอย่างที่กล่าวมา สรุปได้ว่าผู้นำที่ดีตามหลักปริสัญญูตา จะต้องรู้ชุมชน รู้สังคมอย่างถูกต้องในทุกๆ ด้าน ทั้งด้านกฎเกณฑ์ ประเพณี วัฒนธรรม เป็นต้น เพื่อผู้นำนั้นจะสามารถวางตนได้อย่างเหมาะสม ปฏิบัติงานตามแผนงานได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องตามสังคมนั้นๆ อีกทั้งยังสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้ถูกต้องตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างทันโลกทันเหตุการณ์ เพื่อนำพาหมู่คณะและสังคมไปสู่ความสงบสุขก้าวหน้าต่อไป นอกจากนี้ผู้นำที่ดียังควรเข้าใจหลักทิศทั้ง ๖ เพื่อให้สามารถสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีขึ้นในสังคมหรือองค์กรนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง ทำให้การ

^{๑๗} ดุรายละเอียตใน ขุ.ชา.เอกก.(ไทย) ๒๗/๑๑๙/๔๙.

^{๑๘} พระธรรมปิฎก, ภาวะผู้นำ, หน้า ๒๗

^{๑๙} ดุรายละเอียตใน อง.สตุตทก. (ไทย) ๒๓/๖๕/๑๔๕.

ดำเนินงานทุกอย่างเป็นไปด้วยความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้นด้วย

๗. บุคคลโปรปรียญฤตา คือ รู้จักบุคคล

บุคคลโปรปรียญฤตา คือ การรู้จักบุคคล รู้ประเภทของบุคคลที่จะต้องเกี่ยวข้องกับ รู้ว่าควรปฏิบัติต่อเขาได้ถูกต้องเหมาะสมและได้ผลอย่างไร ดังนั้นผู้นำที่ดีย่อมต้องรู้จักบุคคล รู้ประเภทของบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี เพื่อให้สามารถเลือกใช้คนให้เหมาะสมกับงาน ในการบริหารงานทุกๆ ด้าน เพื่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าแก่ผู้ปฏิบัติงานทุกคน ตลอดจนสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับหมู่คณะและองค์กรได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

ในทางพระพุทธศาสนาได้กล่าวถึง บุคคลโปรปรียญฤตา คือ การรู้จักบุคคลและลักษณะความต้องการของบุคคล ดังปรากฏในธัมมัญญสูตร^{๒๐} ว่า ภิกษุผู้ที่มีความรู้เรื่องบุคคลของภิกษุในธรรมวินัยนี้ รู้จักบุคคล ๒ จำพวก ได้แก่

๑) รู้ลักษณะบุคคลผู้ที่เป็นบัณฑิต รู้บุคคลที่มีความต้องการจะพบ บุคคลผู้เป็นพระอริยะหรือผู้ที่เป็นบัณฑิต เป็นคนดีมีศีลธรรม สนใจในคำสั่งสอน แล้วนำมากระทำตามคำสั่งสอนนั้นเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่น

๒) รู้จักลักษณะของบุคคลที่ไม่ใช่บัณฑิต ไม่ต้องการเห็นบุคคลที่เป็นบัณฑิตหรือพระอริยะ และไม่ต้องการจะฟังธรรมคำแนะนำสั่งสอนจากท่านผู้รู้ในพระสูตรนี้แสดงให้เห็นว่าการรู้จักบุคคลผู้เป็นบัณฑิตย่อมนำมาซึ่งประโยชน์แก่ตนและผู้อื่น แต่หากคบคนพาลย่อมนำไปสู่ความหายนะทั้งแก่ตนเองและผู้อื่นด้วย ดังนั้นผู้นำที่ดีจึงควรเลือกคบบุคคลที่ดี เพื่อให้สามารถนำความเจริญมาสู่ตนเองและหมู่คณะได้ตลอดไป

สรุปได้ว่าผู้นำที่ดีตามหลักบุคคลโปรปรียญฤตานั้นจะต้องรู้จักบุคคล ประเภทของบุคคลที่จะต้องเกี่ยวข้องกับโดยเฉพาะผู้ร่วมงาน ผู้ร่วมปฏิบัติงานและดำเนินการไปด้วยกัน เพื่อให้สามารถปฏิบัติต่อเขาอย่างถูกต้องเหมาะสมผลได้ผล ตลอดจนสามารถเลือกใช้คนให้เหมาะสมกับงาน^{๒๑} ในการบริหารกิจการงานทุกๆ ด้านก็เพื่อทำให้เกิดประโยชน์และความก้าวหน้าทั้งแก่ผู้ปฏิบัติงาน หมู่คณะและองค์กรตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

ผู้นำที่ดีจะต้องรู้จักเลือกบุคคลผู้เป็นคนดี ผู้เป็นบัณฑิต เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง หมู่คณะและสังคม เพราะการเลือกคบคนไม่ดี หรือคนพาล ย่อมนำมาซึ่งความหายนะแก่ตนเอง หมู่คณะและสังคม ดังนั้น ผู้นำที่ดีจึงควรพิจารณาวิเคราะห์ในการเลือกคบคนดี เพื่อให้สามารถนำความสุขความเจริญก้าวหน้ามาสู่ตนเอง หมู่คณะและองค์กรได้ตลอดไป

^{๒๐} คุรยละเอียดใน อัง.สตตก.(ไทย) ๒๓/๖๕/๑๔๕-๑๔๖.

^{๒๑} พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), ภาวะผู้นำ, หน้า ๑๙

๒.๑.๒ พุทธธรรมสำหรับการครองคน

สำหรับคนกล่าวได้ว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุดในการปกครองไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม เพราะฉะนั้น ผู้ปกครองที่มีความรู้ความสามารถในด้านการบริหารจะต้องรู้จักใช้ทรัพยากรที่มีอยู่คือคนให้เขาสามารถใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่เพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้จนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

หลักธรรมสำหรับให้มนุษย์ดำเนินชีวิตไปอย่างมีประโยชน์สุข และมีจุดมุ่งหมายเพื่อสังคมส่วนรวมนั้น นับว่าเป็นหลักธรรมที่สอนให้ดำเนินชีวิตอย่างมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม มิใช่สอนให้ทำตามกระแสของสังคม แต่ควรเป็นผู้ชี้ทางออกให้แก่สังคมว่าที่ถูกต้องนั้น ควรเป็นอย่างไร สังคมไทยในปัจจุบันนี้นับว่าตกอยู่ภายใต้กระแสของสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง ซึ่งที่เปลี่ยนแปลงมานั้น หากเป็นสิ่งที่ดีมีประโยชน์ก็ดีไป แต่หากเป็นสิ่งที่ไร้คุณค่าก็จะทำให้สังคมแหลกเหลว เพราะไปยึดถือแบบที่ผิดนั่นเอง แม้กระทั่งความเชื่อในเรื่องต่างๆ เช่น เชื่อในเรื่องไสยศาสตร์ หรือในอำนาจเทพเจ้าทั้งหลายว่าสามารถที่จะดลบันดาลชีวิตของตนให้ดีขึ้น ปราศจากอุปสรรคต่างๆ ในการดำเนินชีวิต และอีกหลายๆอย่าง ซึ่งนั่นขัดต่อคำสั่งสอนในทางพระพุทธศาสนา เพราะพระพุทธศาสนาสอนให้คนพึ่งตนเอง ดำเนินชีวิตอยู่ด้วยสติปัญญาไม่หลงด้วยสติปัญญา ไม่หลงไปตามกระแสสังคม พระพุทธศาสนาถือว่า มนุษย์ทุกคนมีสิทธิเสรีภาพทางความคิดและการกระทำ มนุษย์ทุกคนสามารถที่จะกำหนดวิถีชีวิตของตนเองได้ โดยไม่ต้องพึ่งพาอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์ใดๆ ก็ได้ ทุกคนสามารถถึงจุดมุ่งหมายที่ตนเองตั้งไว้ได้ด้วยตนเอง ทุกคนมีเสรีภาพในการตัดสินใจที่จะทำสิ่งต่างๆ ได้ด้วยตนเอง แต่การใช้เสรีภาพนั้นจะต้องมีขอบเขตมิใช่ใช้เสรีภาพสุดโต่ง จนเกิดผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพของผู้อื่น ดังนั้น การใช้เสรีภาพจะต้องเป็นไปในทางที่ถูกต้อง ดีงาม สร้างสรรค์ เกิดประโยชน์ทั้งแก่ตนและผู้อื่น และพระพุทธศาสนายังให้เสรีภาพในทางความคิดแก่ทุกคนด้วย คือพระพุทธเจ้าพระองค์ทรงบังคับให้ใครเชื่อถือ หรือปฏิบัติตามที่พระองค์สอน แต่พระองค์ทรงตรัสไว้เป็นแนวทางแห่งการปฏิบัติเท่านั้น ทรงสอนให้บุคคลรู้จักใช้วิจารณญาณใช้สติปัญญาพิจารณาดูให้ถูกต้องตามหลักเหตุผลเสียก่อนว่า จะเชื่อในสิ่งนั้นๆ ดีหรือไม่

การที่แต่ละคนจะเป็นพลเมืองที่ดีตามหลักพระพุทธศาสนา จึงต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเอง ครอบครัว ญาติมิตรและสังคมโดยรวม โดยเฉพาะในด้านสังคมนั้นจำเป็นที่จะต้องมีการสงเคราะห์มหาชนด้วยสังคหวัตถุ ๔ ประการดังจะยกตัวอย่างดังนี้

๒.๑.๒.๑ การครองคน โดยใช้หลักสังคหวัตถุ ๔

หลักสังคหวัตถุ ๔ ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายแนวทางที่สำคัญคือ

พุทธทาสภิกขุ ได้กล่าวถึงหลักการบริหารคนว่า การบริหารคนนี้ยังมีสิ่งลึกลับอีกอย่างหนึ่ง คือ เครื่องยึดเหนี่ยวน้ำใจ เราไวใจเขา เรารักเขา เราหวังดีต่อเขา อย่างนี้เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวน้ำใจ คงได้ยินได้ฟังมาแล้วจากหนังสือธรรมะต่างๆ ไป เรื่อง สังคหวัตถุ

- การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่
- การพูดจาไพเราะ
- การบำเพ็ญประโยชน์

- การทำตัวให้เป็นเกลอ หรือ เป็นเพื่อนมากกว่าที่จะเป็นนายหรือเรียกว่าความมั่งคั่งในความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอันเป็นเครื่องหนุนเหนี่ยวให้เกิดความร่วมมือกันได้^{๒๒}

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต) ได้ให้ความหมายของสังคหวัตถุ ๔ คือหลักธรรม ที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวน้ำใจคนและประสานหมู่ชนไว้ให้มีความสามัคคีกันประกอบด้วย^{๒๓}

๑. ทาน ให้ปัน คือ ความเอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือสงเคราะห์ด้วยปัจจัยสี่ ทุน หรือ ทรัพย์สิน สิ่งของ ตลอดจนให้ความรู้ ความเข้าใจและศิลปวิทยา

๒. ปิยวาจา พูดอย่างรักกัน คือ กล่าวคำสุภาพ ไพเราะ น่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผล เป็นหลักฐาน ชักจูงในทางที่ดีงามหรือแสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจดี สมานสามัคคี เกิดไมตรีทำให้รักใคร่นับถือและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

๓. อุตถจริยา ทำประโยชน์แก่กัน คือ ช่วยเหลือด้วยแรงกายและชวนช่วยช่วยเหลือกิจการต่างๆ บำเพ็ญประโยชน์ รวมทั้งช่วยแก้ไข้ปัญหาและช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม

๔. สมานัตตตา เอาตัวเข้าสมาน คือ ทำตัวให้เข้ากับเขาได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลายให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่าเสมอกันต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบและเสมอในสุขทุกข์ คือ ร่วมสุข ร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไข้ปัญหาเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน

อรศิริ เกตุศรีพงษ์ ได้ให้ความหมายว่า สังคหวัตถุ ๔ คือ สิ่งที่เป็นเครื่องสงเคราะห์และยึดเหนี่ยวน้ำใจซึ่งกันและกัน ๔ ประการ^{๒๔}

ทาน คือ การแบ่งปันวัตถุสิ่งของ รวมถึงอุปกรณ์ในการทำงานหรือเอกสารที่ใช้ในการทำงาน เช่น หากเพื่อนร่วมงานขาดเหลืออุปกรณ์สิ่งของ ก็นำมาแบ่งปันกันใช้ การเริ่มต้นด้วยการแบ่งปันวัตถุสิ่งของภายนอก จะช่วยสร้างนิสัยให้บุคลากรในหน่วยงานมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกัน มีการให้และรับ (Give and Take) เพราะนอกเหนือจากการแบ่งปันเรื่องของความรู้ ประสบการณ์ อันเป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน (Tacit Knowledge) แล้ว การแบ่งปันเอกสารต่างๆ ที่ใช้ในการทำงานก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้งจรของความรู้มีการขับเคลื่อน โดยเป็นการแบ่งปันความรู้ที่เป็นความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) ด้วย

ปิยวาจา คือ การแบ่งปันคำพูดดี ๆ คำพูดที่ไพเราะ พูดในสิ่งที่เป็นประโยชน์เหมาะกับกาลเทศะ พูดให้กำลังใจกัน ซึ่งในมุมมองของผู้เขียนเห็นว่า “ปิยวาจา” มีความสำคัญ มากต่อการจัดการความรู้ในองค์กรเพราะการจะนำเครื่องมือต่างๆ มาใช้ในกระบวนการจัดการ ความรู้ เพื่อที่จะดึงความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน (Tacit Knowledge) ออกมาแลกเปลี่ยนกันนั้นต้องใช้ลักษณะของการ “พูดแลกเปลี่ยนกัน” เป็นหลัก

อุตถจริยา คือ การแบ่งปันความรู้ การให้ความช่วยเหลือในสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น การแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ที่เป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน (Tacit Knowledge) เป็นสิ่งที่ทำ

^{๒๒} พุทธศาสนิกขุ, **บริหารธุรกิจแบบพุทธ**, (กรุงเทพมหานคร: อตัมมโย, มปป.), หน้า ๑๕.

^{๒๓} พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต), **ธรรมนุญชีวิต**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: บริษัทพิมพ์สวย จำกัด ๒๕๕๐), หน้า ๒๕.

^{๒๔} อรศิริ เกตุศรีพงษ์, “สังคหวัตถุ ๔ : วัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้”, **วารสาร Productivity World เพื่อการเพิ่มผลผลิต**, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๖๘ (พฤษภาคม -มิถุนายน ๒๕๕๐): ๔๓ - ๔๖.

ได้ยากกว่าการแบ่งปันความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ดังนั้น หากองค์กรใดสามารถปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรมี “อรรถจริยา” แล้ว ก็ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไปที่จะทำให้คนในองค์กรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน รวมทั้งทำให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน เพราะเมื่อเพื่อนร่วมงานขาดความรู้ในเรื่องใด หรือต้องการแลกเปลี่ยนความรู้ในเรื่องใด ผู้ที่มีความรู้ก็จะแบ่งปันให้โดยไม่หวงความรู้ หรือถ้าไม่ได้ขาดความรู้ แต่ขาดกำลังคน เพื่อนคนอื่นๆ ก็ยินดีที่จะเข้าไปช่วยให้งานสำเร็จ หรืออาจเรียกได้ว่า ทำให้พนักงานในองค์กรเป็นกัลยาณมิตรซึ่งกันและกัน

สมานัตตา คือ การมีความประพฤติเสมอดันเสมอปลาย การเป็นผู้มีความสม่ำเสมอจริงใจต่อกันความเสมอต้นเสมอปลายจะช่วยให้เกิดความรู้สึกลอดดภัย ไม่ระแวงกัน และเป็นการสร้างความไว้วางใจกัน เชื่อใจกัน (Trust) เพราะถ้าคนในองค์กรไม่มีความไว้วางใจกัน หรือไม่เชื่อใจกัน พนักงานก็จะไม่อยากรนำความรู้ประสบการณ์ เทคนิคในการทำงานต่างๆ มาแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน ดังนั้น จึงถือได้ว่า “สมานัตตา” เป็นแรงกระตุ้นในระยะยาวที่จะผลักดันให้คนในองค์กรเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

พระมหาบุญเพชร ปุณฺณวิริโย ได้ให้ความหมายว่า สังคหวัตถุ ๔ คือ ข้อปฏิบัติสำหรับการสงเคราะห์ซึ่งกันและกัน^{๒๔}

๑) ทาน การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แบ่งปัน มีน้ำใจต่อกันและกัน ได้แก่ การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การแบ่งปันความสุขให้แก่กันและกัน ทั้งที่เป็นวัตถุสิ่งของ และแบ่งปันน้ำใจบุคคลในครอบครัว ไม่ตระหนักเห็นยิวใช้สอยหรือบริโภคสิ่งของแต่เพียงผู้เดียว

๒) ปิยวาจา การพูดจาด้วยถ้อยคำสุภาพ อ่อนโยน พูดด้วยจิตที่ปรารถนา รู้จักกาลเวลาในการพูดอย่างเหมาะสม และรู้จักการใช้คำพูด ไม่ใช่วาจาหักล้างเชือดเฉือนจิตใจของผู้อื่น หรือวาจาที่เป็นคำหยาบคาย กระทบกระเทือน ดูด่าเสียดสี อันจะก่อให้เกิดการขัดใจกันในครอบครัวได้

๓) อรรถจริยา การช่วยเหลือ บำเพ็ญประโยชน์ต่อผู้อื่น ได้แก่ การสงเคราะห์เกื้อกูลกันของบุคคลในครอบครัว เช่น การช่วยเหลือการงาน แบ่งเบาภาระของกันและกัน

๔) สมานัตตตา การปฏิบัติตนให้เหมาะสมกับสถานภาพ บทบาท หน้าที่ของตน โดยวางตนเสมอต้นเสมอปลาย สามารถเข้ากับผู้อื่นได้

นอกจากนี้ การเป็นผู้มีความสม่ำเสมอในการร่วมแบ่งปันความรู้ต่างๆ จะช่วยให้การจัดการความรู้ “มีชีวิต” อยู่เสมอ การที่พนักงานในองค์กรเป็นผู้ที่มีความสม่ำเสมอ จริงใจต่อกัน ถือเป็นนิสัยความรับผิดชอบอย่างหนึ่ง กล่าวคือ ในการทำงานหากงานที่ทำประสบผลสำเร็จ ก็จะไม่แย่งกันเอาความดีความชอบใส่ตัวว่าฉันเป็นคนทำงานนั้นเอง หรือหากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น พนักงานก็จะไม่มีการกล่าวโทษกัน แต่จะช่วยกันแก้ไขปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น บรรยากาศของความร่วมแรงร่วมใจก็จะ

^{๒๔} พระมหาบุญเพชร ปุณฺณวิริโย (แก้ววงศ์น้อย), “แนวคิดและวิธีการขัดเกลาทางสังคมในสถาบันครอบครัวตามแนวพระพุทธศาสนา”, วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๔), หน้า ๑๑๙.

เกิดขึ้น พนักงานรู้สึกว่าการแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การทำงานของตนเองและองค์กรดีขึ้น

ดังนั้น คุณธรรมทั้ง ๔ ประการนี้ จึงเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวใจกันไว้ เสมือนหนึ่ง สลักเพชรกรอ ถ้าหลักธรรมเครื่องยึดเหนี่ยวใจเหล่านี้ไม่มี บุคคลก็จะเป็นที่น่าเคารพ รักใคร่ ยกย่องนับถือ เราจึงต้องคอยศึกษาและหมั่นเตือนสติตนเองไว้ตลอดว่าในแต่ละฐานะ ที่เราเป็นอยู่นั้น มีหน้าที่อะไรบ้าง เมื่อรู้แล้วก็ต้องปฏิบัติตามหน้าที่นั้นให้สมบูรณ์ นอกจากนี้ เราก็ต้องทำตนให้เสมอต้นเสมอปลายด้วย คือ เคยวางตัวกับคนอื่นในทางที่ดีอย่างไร แม้ว่าเราจะได้ดีไปได้ดีไปแล้ว ก็ต้องไม่ลืมตัวยังคงปฏิบัติตัวเหมือนเช่นเดิมนั้นไม่เปลี่ยนแปลง หรือว่าเมื่อเราเห็นคนอื่นเขาได้ดี ก็ต้องแสดงออกให้เขารับรู้ว่าเรามีความยินดีกับเขาอย่างจริงใจ ไม่คิดกลั่นแกล้งใส่ร้ายป้ายสีเขา ถ้าทำได้อย่างนี้เราก็ย่อมจะเป็นที่รักที่พอใจของทุกคนรอบข้างดังเช่นเรื่องของหัตถกอุบาสก ชาวเมืองอาฬวีผู้มีสังคหวัตถุธรรมประจำใจ ดังนี้^{๒๖}

สมัยหนึ่ง พระผู้มีพระภาคประทับอยู่ ณ อัคราชเวจเจตีย์ ใกล้เมืองอาฬวี ครั้งนั้นแล หัตถกอุบาสกชาวเมืองอาฬวี มีอุบาสกประมาณ ๕๐๐ คนแวดล้อม เข้าไปเฝ้าพระผู้มีพระภาคถึงที่ประทับ ถวายบังคมแล้ว ณ ที่ควรส่วนข้างหนึ่ง ครั้นแล้ว พระผู้มีพระภาคได้ตรัสถามหัตถกอุบาสกชาวเมืองอาฬวีว่า ดูกรหัตถก บัณฑิตของท่านนี้ใหญ่ ก็ท่านสงเคราะห์บริษัทใหญ่ได้อย่างไร ๑ หัตถกอุบาสกชาวเมืองอาฬวีกราบทูลว่า ข้าแต่พระองค์ผู้เจริญ พระผู้มีพระภาคได้ทรงแสดงสังคหวัตถุ ๔ ประการไว้ ข้าพระองค์สงเคราะห์บริษัทใหญ่นี้ด้วยสังคหวัตถุ ๔ ประการเหล่านั้น ข้าแต่พระองค์ผู้เจริญ ข้าพระองค์รู้ว่าผู้นี้ควรสงเคราะห์ด้วยทาน ข้าพระองค์ก็สงเคราะห์ด้วยทาน ผู้นี้ควรสงเคราะห์ด้วยวาจาอ่อนหวาน ข้าพระองค์ก็สงเคราะห์ด้วยวาจาที่อ่อนหวาน ผู้นี้ควรสงเคราะห์ด้วยการประพฤตีสั่งที่เป็นประโยชน์ ข้าพระองค์ก็สงเคราะห์ด้วยการประพฤตีสั่งที่เป็นประโยชน์ ผู้นี้ควรสงเคราะห์ด้วยการวางตัวเสมอ ข้าพระองค์ก็สงเคราะห์ด้วยการวางตัวเสมอ ข้าแต่พระองค์ผู้เจริญ ก็โภคทรัพย์ในตระกูลของข้าพระองค์มีอยู่ ชนทั้งหลายจึงสำคัญถ้อยคำของ ข้าพระองค์ว่าควรฟัง ไม่เหมือนของคนจน ๑

พระผู้มีพระภาค : “ดีละ ดีละ หัตถก บัณฑิตของท่านเป็นอุบายที่จะสงเคราะห์บริษัทจำนวนมากได้ จริงอยู่ใครก็ตามที่สงเคราะห์บริษัทจำนวนมากในอดีตกาล ก็ล้วนแต่สงเคราะห์ด้วยสังคหวัตถุ ๔ ประการนี้แล ใครก็ตามที่จักสงเคราะห์บริษัทจำนวนมากในอนาคตกาล ก็ล้วนแต่จักสงเคราะห์ด้วยสังคหวัตถุ ๔ ประการนี้แล ใครก็ตามที่กำลังสงเคราะห์บริษัทจำนวนมากในปัจจุบัน ก็ล้วนแต่สงเคราะห์ด้วยสังคหวัตถุ ๔ ประการนี้แล”

หลังจากนั้น หัตถกอุบาสกชาวเมืองอาฬวี ที่พระผู้มีพระภาคทรงชี้แจงให้เห็นชัดเจนใจให้อยากรับเอาไปปฏิบัติ เร้าใจให้อาจหาญแกลวกกล้าปลอบขโลมใจให้สดชื่นร่าเริงด้วย ธรรมิกถาแล้วลุกจากที่นั่ง ถวายบังคมพระผู้มีพระภาค กระทำประทักษิณแล้วหลีกไป

พระพุทธองค์ได้ทรงกล่าวถึงอานิสงส์ที่เกิดจากการสงเคราะห์ประชาชนด้วย สังคหวัตถุ ๔ คือ ทาน (การให้) ปิยวาจา (วาจาเป็นที่รัก) อตถจริยา (การประพฤดีประโยชน์) สมานัตตตา (การวางตนสม่ำเสมอ) อยู่เป็นประจำ เมื่อจุติจากเทวโลกมาแล้ว บุญที่เกิดจากการให้ทานเป็นประจำ จะทำให้

^{๒๖} ดูรายละเอียดใน อภ.อภ. (ไทย) ๒๓/๒๔/๒๖๗.

ได้ลักษณะมหาบุรุษ คือ มีฝ่ามือและฝ่าเท้าอ่อนนุ่มและมีเส้นที่ข้อพระองคฺลีจติดกันเป็นรูปตาข่ายงดงาม น่าดูน่าชม^{๒๗} และบุญที่เกิดจากการใช้ปิยวาจา^{๒๘} นั้น จะทำให้มีพระชีวหาใหญ่ยาวและมี พระสุรเสียงดุจเสียงพรหม ตรัสดุจเสียงร้องของนกการเวก^{๒๘} ที่ชัดเจน แจ่มใส ไพเราะ ก้องกังวาน สามารถเหนี่ยวนำใจผู้ฟังให้ดื่มด่ำไปกับน้ำเสียงนั้น ส่วนอานิสงส์ของอรรถจริยาและสมานัตตตานั้น จะทำให้มีญาติสนิทมิตรสหายตลอดจนพวกพ้องบริวารมากมาย รวมถึงพระราชา มหาอำมาตย์ เศรษฐี มหาเศรษฐี พ่อค้า ประชาชนทุกชาติทุกภาษา ทั้งวรรณะต่างๆ ให้การยอมรับนับถือ ทั้งหมดจะมาเป็นพันธมิตร เป็นกัลยาณมิตร ที่ติดต่อกันและไม่ว่าจะไปที่ไหน ย่อมได้รับการปฏิสันถารเป็นอย่างดี นอกจากนี้สังคหวัตถุ ๔ ยังอำนวยประโยชน์ที่มองเห็นได้เป็นรูปธรรมดังต่อไปนี้

๑. ช่วยให้ผู้คลดดำรงตนอยู่ได้ในสังคมด้วยความสุข
๒. เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวน้ำใจ สมานไมตรีระหว่างกัน
๓. เป็นเครื่องส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ให้มีความเคารพนับถือกันตามสมควร

แก่ฐานะ

๔. เป็นเครื่องประสานองค์ประกอบต่างๆ ของสังคมให้คงรูปอยู่และดำเนินไปได้ด้วยดี
๕. ช่วยส่งเสริมศีลธรรมและป้องกันความประพฤติที่เสื่อมเสียในสังคม

จะเห็นได้ว่าหลักสังคหวัตถุ ๔ เป็นหลักธรรมที่สร้างความสงบสุขสมานสามัคคี สร้างความเกื้อกูลกัน สร้างความผูกมิตรรักใคร่กลมเกลียว และเชื่อมสัมพันธ์กันของคนในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย ทาน คือ การให้ การแบ่งปัน ปิยวาจา คือ การสื่อสารกันด้วยถ้อยคำที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น อรรถจริยา คือ การสร้างสรรค์สิ่งที่ดี มีคุณประโยชน์แก่ส่วนรวม สัมพันธภาพที่ดีระหว่างกัน การร่วมกันทำงานตามหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบให้ดีที่สุด รวมถึงการสงเคราะห์ การดูแลเอาใจใส่ การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การส่งเสริมกันให้เกิดผลสำเร็จของงาน และสมานัตตตาคือ การประพฤติตนอย่างเสมอต้นเสมอปลาย การไม่เลือกปฏิบัติ การรู้จักวางตนให้เหมาะสมตามเวลา สถานที่ และตำแหน่งหน้าที่ของตนเอง การร่วมทุกข์ร่วมสุขระหว่างเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา รวมทั้งสังคมด้วย

โดยสรุป หลักสังคหวัตถุ ๔ ว่าด้วยการครองคน เป็นธรรมยึดเหนี่ยวใจบุคคลและประสานหมู่ชนไว้สามัคคี มีข้อธรรม ๔ ข้อ ประกอบด้วย ทาน คือ การให้ ปิยวาจา คือ วาจาอันเป็นที่รัก อรรถจริยา คือ การประพฤติประโยชน์ สมานัตตตาคือ ความมีตนเสมอหรือทำตนเสมอต้นเสมอปลาย ผู้บริหารการศึกษาควรมียึดหลักธรรม สังคหวัตถุ ๔ เพื่อการครองคนและประยุกต์ใช้กับทักษะภาวะผู้นำ

๒.๑.๓ พุทธธรรมสำหรับการครองงาน

การครองงาน คือ การรู้จักงานที่ตนเองกำลังทำ และทำงานอย่างมีความสุข รักและชอบในงานที่ตนเองกำลังทำอยู่ โดยใช้ความรู้และปัญญา กล่าวคือ ปัญญากับความรู้อย่างที่เกื้อกูลต่อกัน

^{๒๗} คุรยละเอียดใน ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๒๑๐/๑๗๐ -๑๗๑.

^{๒๘} คุรยละเอียดใน ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๒๓๖/๑๙๓.

รู้จักการค้นหาความรู้ใหม่มาช่วยพัฒนางานที่ตนเองทำอยู่ให้ดีขึ้นอยู่เสมอ การครองงานโดยใช้หลักธรรมมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ คือ การมีใจรัก มีความพากเพียรทำ ตั้งใจฝึกฝน และใช้ปัญญาไตร่ตรองงานนั้นก็จะสำเร็จ เมื่องานสำเร็จ การทำงานก็จะมีความสุข มีความรักในงาน การให้ความรักและความเคารพในงานอาชีพของตน ไม่ดูถูกหรือให้ใครดูหมิ่นในงานของตน มีจริยธรรมในอาชีพ คือการซื่อสัตย์ต่องานในหน้าที่ของตน

สำหรับงานเป็นกิจกรรมที่ผู้ปกครองไม่ว่าจะปกครองด้วยรูปแบบใดก็ตามจะต้องดำเนินการให้ประสบความสำเร็จ แต่ความสำเร็จก่อนที่จะได้มานั้นจะต้องประสบกับปัญหาหรืออุปสรรคต่างๆ บางเป็นเรื่องปกติโดยทั่วไป แต่ในการก้าวข้ามปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ ผู้ปกครองก็ต้องเลือกบริหารงานของตนด้วยวิธีการที่ถูกต้องชอบธรรม เนื่องจากการบริหารงานย่อมมีความเกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อหลายฝ่ายทั้งต่อตนเองและบุคคลอื่นที่อยู่ภายใต้การปกครองหรือไม่ก็ตาม^{๒๙}

ในคัมภีร์พุทธศาสนาเถรวาท ได้ตรัสไว้ว่า ในวินัยปิฎก สุตตันตปิฎก และอภิธรรมปิฎก หลักความสำเร็จ ปฏิบัติตามหลักธรรม ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จแห่งกิจนั้นๆ ที่เรียกว่า **อิทธิบาทธรรม** ให้ถึงความสำเร็จซึ่งมี ๔ ข้อ คือ

จตตาริ อิทธิบาทา อิธ ภิกขุ ฉนทสมมติปธานสงขารสมนนาคตฺ อิทธิปาท์ ภาเวติ วิริยสมมติปธานสงขารสมนนาคตฺ อิทธิปาท์ ภาเวติ จตตสมมติปธานสงขารสมนนาคตฺ อิทธิปาท์ ภาเวติ จตตสมมติปธานสงขารสมนนาคตฺ อิทธิปาท์ ภาเวติ วิมัสสมมติปธานสงขารสมนนาคตฺ อิทธิปาท์ ภาเวติ^{๓๐}

เจริญอิทธิบาทอันประกอบไปด้วยฉันทสมมติปธานสังขาร

เจริญอิทธิบาทอันประกอบไปด้วยวิริยสมมติปธานสังขาร

เจริญอิทธิบาทอันประกอบไปด้วยจิตตสมมติปธานสังขาร

เจริญอิทธิบาทอันประกอบไปด้วยวิมัสสมมติปธานสังขาร^{๓๑}

พุทธทาสภิกขุ ได้อธิบายว่า อิทธิบาท แยกออกเป็น อิทธิ แปลว่า ความสำเร็จบาท แปลว่า ฐาน เจริญอง ดังนั้นอิทธิบาท จึงแปลว่ารากฐานแห่งความสำเร็จ ซึ่ง มี ๔ อย่างคือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมัสสา^{๓๒}

พระพรหมมิ่งคลาจารย์ (หลวงพ่อบุญญานันทภิกขุ) ได้กล่าวถึงหลักอิทธิบาท ๔ ในหนังสืองานคือชีวิต ชีวิตคืองานบันดาลสุข ว่า อิทธิบาท ๔ คือ ข้อธรรมะที่เป็นบันไดแห่งความสำเร็จ ในการปฏิบัติกิจทุกอย่าง ประกอบไปด้วย ฉันทะ ความพอใจในเรื่องที่เราจะทำ วิริยะ ความเพียรไม่

^{๒๙} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๙ – ๓๐.

^{๓๐} ดุรายละเอียดใน อภิ.วิ. (บาลี) ๓๕/๕๐๕/๒๙๒.

^{๓๑} ดุรายละเอียดใน อภิ.วิ. (ไทย) ๓๕/๕๐๕/๒๔๔.

^{๓๒} พุทธทาสภิกขุ, **การทำงานที่เป็นสุข**, (กรุงเทพมหานคร: ธรรมสภา, ๒๕๓๗), หน้า ๙๐.

ท้อถอยในการประกอบกิจนั้นๆ จิตตะ เอาใจใส่ไม่ทอดธุระในเรื่องนั้นๆ วิมังสา จะต้องทำงานนั้นต่อไป บันไดสู่ความสำเร็จสี่ประการที่กล่าวนี้ข้อสุดท้ายสำคัญสุด^{๓๓}

พระพรหมคุณาภรณ์(ป.อ. ปยุตฺโต) ได้กล่าวถึงความหมายของอิทธิบาท ๔ ไว้ในหนังสือ การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ว่า อิทธิบาท ๔ หมายถึง ธรรมที่เป็นเครื่องให้ถึงความสำเร็จ หรือทางแห่งความสำเร็จ มี ๔ ประการคือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา ฉันทะ คือ ความพอใจรักใคร่ในสิ่งนั้น วิริยะ คือ ความเพียรพยายาม จิตตะ คือ ความเอาใจใส่ในสิ่งนั้น วิมังสา คือ ความไตร่ตรอง สอบสวนพิจารณาหรือหมายความว่า มีใจรัก พากเพียรทำเอาจิตฝึกฝน ใช้ปัญญาสอบสวนนี้เป็นอิทธิบาท ๔^{๓๔}

พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) กล่าวว่าไว้ว่า อิทธิบาท ๔ คือ การใช้คุณธรรมนำทางสู่ความสำเร็จที่ตนประสงค์ ต้องมีความพอใจ มีความเพียร มีสมาธิ จึงทำให้เกิดปัญญา^{๓๕}

จากความหมายของหลักอิทธิบาท ๔ พอสรุปได้ว่า อิทธิบาท ๔ เป็นหลักธรรมที่ทำให้ประสบความสำเร็จเป็นบันไดแห่งความสุขและความสำเร็จ คนเราเมื่อมีความรัก ความพอใจ ขยันหมั่นเพียรความเอาใจใส่ใคร่ครวญอยู่เสมอการทำงานย่อมมีประสิทธิภาพและคนทำงานก็ย่อมมีความสุข

ฉันทะ เป็นผู้รักงานคือเห็นคุณค่าของงานที่ทำ มีใจรักพอใจจะทำงานนั้นและทำด้วยความรักความต้องการทำให้เป็นผลสำเร็จอย่างดีไม่ทำพอแค่ให้เสร็จ

วิริยะ เป็นผู้สู้งานคือ มีความพากเพียรขยันหมั่นประกอบหมั่นกระทำสิ่งนั้นด้วยความพยายามเข้มแข็งใจสู้ไม่ท้อถอยเห็นอุปสรรคในการทำงานเป็นสิ่งท้าทายต้องผ่านไปให้ได้

จิตตะ เป็นผู้ตั้งใจในงาน มีความรับผิดชอบในงานเอาจิตฝึกฝนตั้งจิตรับรู้ในสิ่งที่ทำ และทำอย่างมีสมาธิไม่ฟุ้งซ่านทำอย่างอุทิศตัวและอุทิศใจ

วิมังสา เป็นผู้ที่ทำงานด้วยปัญญา คือหมั่นใช้ปัญญาพิจารณาใคร่ครวญ ตรวจตรา หาเหตุผลและตรวจสอบข้อยิ่งหย่อน ข้อบกพร่อง ที่ทำโดย รู้จักทดลอง วางแผนวัดผลคิดค้นวิธีการปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้น หลักการด้านการบริหารงาน จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปโดยราบรื่น ปราศจากปัญหาหรืออุปสรรคต่างๆ หรือมีปัญหาหรืออุปสรรคน้อยที่สุด โดยวิธีการที่ถูกต้องชอบธรรม และผลอันเกิดจากการประสบความสำเร็จในการดำเนินงานก็เป็นที่ยังพอใจของทุกฝ่าย

^{๓๓} พระพรหมมิ่งคลาจารย์(หลวงพ่อบุญญานันทภิกขุ) , งานคือชีวิต ชีวิตคืองานบันดาลสุข, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันบันลือธรรม, ม.ป.ป.), หน้า ๖๐.

^{๓๔} พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต), การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน, พิมพ์ครั้งที่ ๘, (กรุงเทพมหานคร: สุขภาพใจ, ๒๕๔๙), หน้า ๑๓.

^{๓๕} พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต), “ธรรมในใจของนักบริหารไฮโซ”, ไทยรัฐ, (๒๐ มิถุนายน ๒๕๕๑) : ๒๔.

๒.๑.๓.๑ ความสำคัญของอิทธิบาท ๔ กับการครองงาน

จากพระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อังคุดตฤนิกายปัญญาคนิบาท ว่าด้วยอิทธิบาท สูตรที่ ๑ ได้กล่าวถึงประโยชน์ของผู้ประพฤติอิทธิบาทให้ผลสำเร็จในทางธรรมไว้ดังนี้

ภิกษุทั้งหลาย ภิกษุหรือภิกษุณีรูปใดรูปหนึ่งเจริญทำให้มากซึ่ง ธรรม ๕ ประการ ภิกษุหรือภิกษุณีรูปนั้นพึงหวังได้ผลอย่าง ๑ ใน ๒ อย่าง คือ อรหัตตผล ในปัจจุบัน หรือเมื่อยังมีอุปาทานเหลืออยู่ ก็จักเป็นอนาคามีธรรม ๕ ประการ อะไรบ้าง คือ ภิกษุในธรรมวินัยนี้เจริญ

๑. อิทธิบาทที่ประกอบด้วยฉันทสมาธิและปธานสังขาร
๒. อิทธิบาทที่ประกอบด้วยวิริยสมาธิและปธานสังขาร
๓. อิทธิบาทที่ประกอบด้วยจิตตสมาธิและปธานสังขาร
๔. อิทธิบาทที่ประกอบด้วยวิมังสาสมาธิและปธานสังขาร
๕. ความขะมักเขม้น (ความเพียรชั้นสูง)

ภิกษุทั้งหลาย ภิกษุหรือภิกษุณีรูปใดรูปหนึ่งเจริญ ทำให้มากซึ่ง ธรรม ๕ ประการนี้แล ภิกษุหรือภิกษุณีรูปนั้นพึงหวังได้ผลอย่าง ๑ ใน ๒ อย่าง คือ อรหัตตผลในปัจจุบัน หรือเมื่อยังมีอุปาทานเหลืออยู่ ก็จักเป็นอนาคามี^{๓๖}

วิจิตร สังข์ประพันธ์ ได้กล่าวถึงความสำคัญของอิทธิบาท ๔ ว่า การกระทำทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นการดำเนินชีวิต การแสวงหาความรู้ การประกอบสัมมาชีพ หรือการทำวิจัยจะสำเร็จประสงค์ได้นั้น ต้องฟันฝ่าอุปสรรคความยากลำบากมากน้อยเพียงใดตามลักษณะของสิ่ง ที่ทำอยู่นั้น หากผู้ทำไม่มีหลักธรรมประจำใจ จะประสบความขัดข้องในการทำงานจนกระทั่งไม่บรรลุความสำเร็จ หรือแม้จะทำงานสำเร็จ แต่ผลที่ได้จะไม่สมบูรณ์ ที่เป็นเช่นนี้เพราะขาดคุณธรรม คือหลักอิทธิบาท ๔ นั้นเอง^{๓๗}

พ.อ.ปิ่น มุทุกันต์ ได้กล่าวว่า อิทธิบาทเป็นธรรมที่คอยสกัดกั้น อุปสรรคต่อความสำเร็จ และเป็นแรงเสริมกำลังใจที่คอยผลักดันการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งประโยชน์ของอิทธิบาท ๔ สามารถสรุปได้ ดังนี้^{๓๘}

^{๓๖} ดูรายละเอียดใน อง.ปญจก. (ไทย). ๒๒/๖๗/๑๑๕.

^{๓๗} วิจิตร สังข์ประพันธ์ อ่างใน สถิติย์ รัชปต์ย์, “การประยุกต์หลักอิทธิบาท ๔ ไปใช้ในการศึกษาเล่าเรียนของนักศึกษาคฤหัสถ์มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด”, **ศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๔๘), หน้า ๑๖.

^{๓๘} พ.อ.ปิ่น มุทุกันต์ อ่างใน พัชรพร วีรสิทธิ์, “ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพและความสามารถในการเผชิญปัญหาและอุปสรรคตามหลักอิทธิบาท ๔ ของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานประกันสังคม”, **วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๖), หน้า ๑๘.

(๑) ประโยชน์ของฉันทะ คือเป็นข้าศึกกับความเบื่อหน่าย ทำให้ไม่เบื่องานไม่ท้อแท้มีกำลังใจต่อสู้ป้องกันสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่ตนรัก ทำให้งานหนักกลายเป็นงานเบา งานยากกลายเป็นง่าย ถ้าขาดฉันทะ ทำให้ขาดกำลังใจ เบื่องาน ทอดทิ้งงาน กลายเป็นคนไม่จับจด ไม่ก้าวหน้า

(๒) ประโยชน์ของวิริยะ คือ กำจัดความเกียจคร้าน ทำให้งานต่อเนื่องถ้าขาดวิริยะจะเป็นคนอ่อนแอ หนีที่ยากไปหาแต่ที่ง่าย ทำอะไรไม่สำเร็จ ขาดความก้าวหน้ามีแต่งานค้างกลายเป็นคนหย่อนสมรรถภาพ

(๓) ประโยชน์ของจิตตะ คือทำให้ทราบความเป็นไปของงานอยู่เสมอ เมื่อมีปัญหาสามารถแก้ไขเหตุการณ์ได้ทันที่ ถ้าขาดจิตตะ งานอาจเสียหายได้โดยไม่รู้ตัวหรือรู้ตัวเมื่อสายเกินแก้ไขแล้ว

(๔) ประโยชน์ของวิมังสา คือ ช่วยให้ทำงานไม่ผิดพลาดและทำให้มองเห็นลู่ทางที่จะทำงานให้ได้ผลดี ถ้าขาดวิมังสาจะทำงานผิด ๆ ถูก ๆ เปลืองทุน เปลืองแรง เปลืองเวลาและทำให้โง่งง

จากความสำคัญของอิทธิบาท ๔ ที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าฉันทะและวิริยะเป็นหลักปฏิบัติที่ช่วยให้บุคคลมีความรักในงานและมีความพากเพียร บากบั่น เพราะมีความสามารถในการเผชิญปัญหาและอุปสรรค ในการทำงานได้เป็นอย่างดี โดยมีจิตตะและวิมังสา เป็นหลักปฏิบัติที่ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเอาใจใส่ในงานและตรวจสอบการทำงาน อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้งานสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

ฉะนั้น อิทธิบาท ๔ เป็นทางไปสู่ความสำเร็จหรือคุณธรรมที่ให้ถึงความสำเร็จในการทำงานช่วยให้การปฏิบัติหน้าที่ของบุคคลได้ผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ซึ่งเป็นทางแห่งความสำเร็จ

การครองตน ครองคน ครองงาน เป็นศิลปะการทำงานให้มีความสุข บุคคลใดใช้หลักการตามที่กล่าวมาก็จะมีความสำเร็จในการทำงาน ฉะนั้น การครองตนก็คือการรู้จักตนเอง การครองคนคือการรู้จักผู้อื่น ส่วนการครองงานคือการมีสมาธิในการทำงาน อย่างหนีปัญหา แก้ปัญหาให้ถูกต้องและตัวเองก็มีความสุขกับการทำงาน คนก็จะมีความสุข

๒.๒ หลักการขององค์การธุรกิจในพระพุทธศาสนา

๒.๒.๑ กระบวนการของเศรษฐกิจเชิงพุทธ

เศรษฐกิจเชิงพุทธหรือพุทธเศรษฐศาสตร์ (Buddhist Economics) คือ วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ดำเนินธุรกิจของมนุษย์ในการ ผลิต จำหน่าย แจกจ่าย บริโภคและการใช้สอยสิ่งของต่างๆ ที่มีอยู่จำกัดเพื่อสนองความต้องการที่มีอยู่อย่างไม่จำกัดเพื่อให้เกิดคุณภาพชีวิตเพราะเป็นการนำเอาพุทธธรรมมาประยุกต์ให้เข้ากับแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์ที่มีการพัฒนามาจาก อารยธรรมตะวันตกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานะความเป็นจริงของตัวมนุษย์หรือความสัมพันธ์ของมนุษย์กับธรรมชาติ

พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต) ได้แสดงทัศนะ ไว้อย่างน่าสนใจว่า เศรษฐศาสตร์แนวพุทธนั้นต้องสอดคล้องกับกระบวนการแห่งเหตุปัจจัยอย่างครบวงจร การที่จะสอดคล้องกับกระบวนการแห่งเหตุปัจจัยอย่างครบวงจรก็ต้องเป็นไปโดยสัมพันธ์ด้วยดีกับองค์ประกอบทุกอย่างใน

ระบบการดำรงอยู่ของมนุษย์ องค์ประกอบทั้งสามในการดำรงอยู่ของมนุษย์นั้นจะต้องประสานเกื้อกูลกัน หมายความว่าองค์ประกอบเหล่านี้ประสานกันด้วยและเกื้อกูลกันด้วย ในการดำรงอยู่ร่วมกันและก็เดินไปด้วยกัน ฉะนั้น พฤติกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์จะต้องเป็นไปในทางที่ไม่เบียดเบียนตน คือไม่ทำให้เสียคุณภาพชีวิตของตนเอง แต่ให้เป็นไปในทางที่พัฒนาคุณภาพชีวิต เสริมคุณภาพชีวิตนั้น นี้เป็นการ ไม่เบียดเบียนตนและไม่เบียดเบียนผู้อื่น คือ ไม่ก่อความเดือดร้อนแก่สังคม และไม่ทำให้เสียคุณภาพของ eco systems หรือระบบ ธรรมชาติแวดล้อม^{๓๙}

อภิชัย พันธเสน ได้แสดงทัศนะไว้ว่า พุทธเศรษฐศาสตร์ หมายถึงการนำเอาคำสอนของพระพุทธเจ้า มาประยุกต์เข้ากับแนวคิดในวิชาเศรษฐศาสตร์ ที่พัฒนามาจากอารยธรรมตะวันตก กล่าวโดยสรุป ก็คือวิชาที่ว่าด้วยการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จะทำให้ปัจเจกบุคคลและสังคมนับรลู่ซึ่งกันดีสุข จากการมีชีวิตอยู่ในโลกวัตถุภายใต้เงื่อนไขของการมีทรัพยากรที่จำกัด^{๔๐}

องค์ความรู้และสาระของพระไตรปิฎกได้วางแบบแผนการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระดับธรรมดาทั่วไปจนถึงระดับอริยบุคคลจุดเด่นของหลักเศรษฐศาสตร์ตามแนวพระไตรปิฎกคือแบบแผนชีวิตระดับธรรมดาทั่วไปว่าทำอะไรจึงจะดำเนินชีวิตให้บรรลุวัตถุประสงค์ในธุรกิจที่มนุษย์มีความต้องการอย่างไม่จำกัดแต่วัตถุที่จะตอบสนองความอยากมนุษย์กับมีอย่างจำกัด โดยสาระหลักคือความสำคัญของการผลิต จำหน่าย จ่ายแจก ใช้สอย เพื่อการดำรงชีวิตอย่างพอเพียงให้มีคุณภาพตามแนวพุทธ

ความต้องการของมนุษย์นั้นไม่มีขีดจำกัดอุปมาเหมือนสายน้ำที่ไหลลงสู่มหาสมุทรย่อมไม่มีวันเต็ม ความต้องการของมนุษย์ก็ไม่มีที่สิ้นสุดเช่นกัน นตฺถิ ตณฺหาสมา นตี^{๔๑} แต่ยังมีศักยภาพในการฝึกฝนตนเอง เพื่อให้รู้จักตนเอง ควบคุมความต้องการของตนเอง รู้จักพอประมาณในการใช้ชีวิตของตนเองให้อยู่ในขอบเขตที่เหมาะสมเพื่อที่จะมีชีวิตได้อย่างมีคุณภาพในสังคม เพราะในหมู่มนุษย์ทั้งหลายไม่ว่าจะเป็น พระราชามหากษัตริย์ ผู้ที่ฝึกตนได้ดีแล้วเป็นผู้ประเสริฐที่สุดการฝึกฝนตนในแง่ศาสนาเป็นการฝึกการควบคุมความต้องการของตนเอง และก็จะสามารถพึ่งตนเองได้ ดังที่ปรากฏในขุททกนิกาย ธรรมบท ที่ว่า ตนแลเป็นที่พึ่งของตน บุคคลอื่นใครเล่าจะเป็นที่พึ่งได้ เพราะบุคคลที่ฝึกตนดีแล้ว ย่อมได้ที่พึ่งอันได้โดยยาก^{๔๒}

การที่จะดำเนินชีวิตให้เป็นไปตามระเบียบแบบแผนของชีวิตธุรกิจ ได้วางหลักการและวิธีการในการผลิต จำหน่าย จ่ายแจก และการบริโภค เพื่อให้เกิดประโยชน์ ตามกรอบแห่งศีลธรรมที่จะไม่มีผลกระทบกระเทือนต่อผู้อื่นและสังคม

^{๓๙} พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ, (กรุงเทพมหานคร: สหธรรมิก, ๒๕๔๐), หน้า ๖๑.

^{๔๐} อภิชัย พันธเสน, พุทธเศรษฐศาสตร์ วิวัฒนาการ ทฤษฎีและการประยุกต์กับเศรษฐศาสตร์สาขาต่างๆ, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์, ๒๕๔๓), หน้า ๕.

^{๔๑} ดุรายละเอียดใน ขุ.ธ. (บาลี) ๒๕/๒๕๑/๖๐.

^{๔๒} ดุรายละเอียดใน ขุ.ธ. (ไทย) ๒๕/๑๖๐/๘๒.

โดยทั่วไปแล้วเศรษฐกิจหมายถึงงานหรือการกระทำที่ก่อให้เกิดการผลิต บริโภค และจำหน่ายเมื่อมีการศึกษาระบบเศรษฐกิจตามแนวพระพุทธศาสนา จึงนำคำทั้งสองนี้มารวมกันเข้าเป็นเศรษฐกิจเชิงพุทธ วิธีการศึกษาเป็นการนำเอารูปแบบระบบเศรษฐกิจทั่วไปมาเป็นกรอบ แล้วอธิบายหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจตามรูปแบบการผลิต บริโภค และการจำหน่ายนั้น เป็นการประยุกต์คำสอนเข้ากับศาสตร์สมัยใหม่คือเศรษฐศาสตร์นั่นเอง การนิยามความหมายของคำว่า “เศรษฐกิจเชิงพุทธ” หากจะนิยามตามรูปศัพท์จะไม่ได้ความหมายที่ลึกซึ้ง หากแต่ต้องนิยามหลักธรรมเกี่ยวกับเศรษฐกิจจึงจะสื่อความหมายได้ชัดเจน ดังนั้น ในหัวข้อนี้จึงจะนิยามความหมายของหลักธรรมที่เป็นเนื้อหาของเศรษฐกิจเชิงพุทธดังต่อไปนี้

มัชฌิมาปฏิปทา หมายถึง ข้อปฏิบัติมีในท่ามกลาง หรือเรียกกันง่ายๆ ว่า ทางสายกลาง หมายถึง ข้อปฏิบัติ วิธีการ หรือทางดำเนินชีวิตที่เป็นกลางๆ ตามธรรมชาติ สอดคล้องกับกฎธรรมชาติ พอเหมาะพอดีที่จะให้เกิดผลตามกระบวนการดับทุกข์ของธรรมชาติ ไม่เอียงเข้าไปหาขอบสุดสองข้างที่ทำให้ติดพันพัวพันอยู่หรือเฉไฉลออกไปนอกทาง^{๔๓}

ความรู้จักประมาณ หมายถึง รู้จักพอดี เช่น รู้จักประมาณในการบริโภค^{๔๔} ในการใช้จ่ายทรัพย์ รู้จักความพอเหมาะพอดีในการพูดการปฏิบัติกิจและทำการต่างๆ ตลอดจนการพักผ่อนนอนหลับและการสนุกสนานรื่นเริงทั้งหลาย ทำการทุกอย่างด้วยความเข้าใจวัตถุประสงค์เพื่อผลดีแท้จริงที่พึงต้องการโดยมิใช่เพียงเพื่อเห็นแก่ความพอใจชอบใจหรือเอาแต่ใจของตน แต่ทำตามความพอดีแห่งเหตุปัจจัยหรือองค์ประกอบทั้งหลายที่จะลงตัวให้เกิดผลดีงามตามที่มองเห็นด้วยปัญญา^{๔๕}

สมชีวิตา หมายถึง การเลี้ยงชีวิตตามสมควรแก่กำลังทรัพย์ที่หามาได้ไม่ให้ฝืดเคืองนักไม่ให้ฟุ่มเฟือยนัก^{๔๖} สมชีวิตาเน้นหนักไปในด้านการเลี้ยงชีวิตคือจักเลี้ยงชีวิตอย่างไรจึงจะจัดว่าเหมาะสมการเลี้ยงชีวิตที่เหมาะสมนั้นจะต้องดูความเป็นอยู่และฐานะของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญการดำเนินชีวิตไปตามกำลังฐานะของตนเองไม่ควรทะเยอทะยานให้เกินฐานะตนเองทำให้ชีวิตเป็นไปอย่างเรียบง่ายมีความพอดี^{๔๗}

สันโดษ หมายถึง สันโดษมาจากคำบาลีว่า สันโตโส, สันตุนฺนฺธิ, มูลศัพท์มาจาก สันโตส (ส + ตส) เขียนแบบสันสกฤตเป็นสันโตชะแปลงเป็นไทยว่า “สันโดษ” แปลว่าความเป็นแห่งบุคคลผู้มี

^{๔๓} พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต), **พุทธธรรม**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๘), หน้า ๕๗๐.

^{๔๔} คุรยลละเอียตใน ๑๑.๑๑๑๑. (ไทย) /๒๓/๖๘/๑๔๔.

^{๔๕} พระอธิการปัญญา ปณฺญาปทีโป (คาระโก), “การศึกษาการพึ่งตนเองตามหลักเศรษฐกิจเชิงพุทธของกลุ่มเกษตรกรชาวบ้านหนองบัวแปะ ตำบลสร้างแซง อำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม”, **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๑๔.

^{๔๖} คุรยลละเอียตใน ๑๑.๑๑๑๑. (ไทย) ๒๓/๕๔/๓๔๑-๓๔๒.

^{๔๗} พระวิद्या ญาณสาโร, “ศึกษาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่สอดคล้องกับหลักพุทธธรรมที่ปรากฏในคัมภีร์พระพุทธศาสนาเถรวาท”, **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔).

ความยินดีโดยอาการอันสม่าเสมอหรือผู้สันโดษชื่อว่าสนตุภูมิ^{๔๘} เช่น สันโดษในจีวรและบิณฑบาต เป็นต้น^{๔๙}

สัมมาอาชีวะ ประกอบด้วยคำสองคำคือ สัมมา กับ อาชีวะ สัมมา หมายถึง ดี, ชอบ, ด้วยดี, โดยดี, โดยชอบ^{๕๐} ส่วนคำว่า อาชีวะ หมายถึง ความเป็นอยู่, การเลี้ยงชีพ, การเลี้ยงชีวิต, อาชีพ, ธรรมเป็นที่มาเป็นอยู่ รวมกันแล้ว หมายถึงการเลี้ยงชีพชอบ ในความหมายตรงกันข้ามก็คือ การเว้นมิจฉาอาชีพ^{๕๑}

ดังนั้น จึงสรุปความได้ว่า เศรษฐกิจเชิงพุทธไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแค่การผลิตและจำหน่ายให้กับผู้บริโภคเพื่อหวังผลกำไรเท่านั้น แต่หมายเอาการได้พัฒนาองค์ประกอบทุกอย่างของชีวิต เช่น การรู้จักประมาณ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ไม่มีการเอารัดเอาเปรียบกันไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และไม่ใช้ชีวิตอย่างฟุ่มเฟือยเกินฐานะของตน

๒.๒.๒ การผลิตตามแนวเศรษฐกิจเชิงพุทธ

การผลิตตามแนวพุทธ หรือ เศรษฐกิจพอเพียง คือ เศรษฐกิจที่ทำให้มนุษย์มีชีวิตอยู่ได้ตามสมควรแก่อัตภาพ มีการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ไม่เป็นการเบียดเบียนตนเองและผู้อื่น ตลอดจนสิ่งแวดล้อมทั้งหลาย ผลิตให้พอเพียงที่จะเลี้ยงตนและครอบครัวให้มีอยู่มีกินมีความสุขตามฐานะแห่งตน หากผลผลิตเหลือก็จัดแบ่งเพื่อจำหน่าย แจกจ่ายต่อไป รู้ประมาณในฐานะของตน ผลิตโดยชอบธรรมไม่มีอคติและใช้สอยบริโภคตามสมควรแก่ฐานะและภาวะไม่มีความโลภจนเกินไปชีวิตก็จะประสบความสำเร็จตามอัตภาพของตน

องค์ประกอบในการผลิตแนวพุทธประกอบด้วย ๔ อย่าง คือ

(๑) คน เพื่อทำหน้าที่ในการดำเนินการผลิตโดยวางแผนว่าจะผลิตอย่างไร เพื่อให้ได้ผลผลิตที่พอเพียงกับการเลี้ยงดูตนเองและครอบครัว

(๒) เป้าหมาย คือ จะผลิตในปริมาณเท่าใด ผลิตเพื่อใคร

(๓) วิธีการ คือ การดำเนินการผลิตที่ไม่เบียดเบียนตน ผู้อื่น และทำลายสิ่งแวดล้อม

(๔) ปัญญา คือ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิต เพื่อให้การผลิตดำเนินไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ ในทางพระพุทธศาสนาก็เน้นที่ปัญญานิยม มากกว่า บริโคนิยม เพื่อให้มนุษย์รู้จักคิดเป็นแก้ปัญหาเป็นและนำพาชีวิตของตนให้อยู่รอดด้วยตนเองให้ได้

^{๔๘} พระพุทธปิยะเถระ, *รูปสิทธิปริภณานิรัตติศาสตร์ภาษาบาลี*, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา, ๒๕๒๗), หน้า ๘๒, ๒๒๒.

^{๔๙} *ดูรายละเอียดใน ที.สี. (ไทย) ๙/๒๑๕/๒๓.*

^{๕๐} ป. หลงสมบุญ, *พจนานุกรมมคธ-ไทย*, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสาร จำกัด, ๒๕๕๖), หน้า ๘๗

^{๕๑} *ดูรายละเอียดใน วิ.มหา. (ไทย) ๔/๑๓/๒๐-๒๑.*

วัตถุประสงค์ในการผลิต ก็เพื่อให้มนุษย์รู้จักพิจารณาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เพื่อให้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของตนเอง รู้จักประมาณตนเองว่ามีกำลัง วย สติปัญญา เพศความสามารถ ความถนัด ในการผลิต (อัตตัญญูตา) และจะต้องพิจารณาควบคู่ไปกับปัจจัยภายนอกเสมอ โดยพิจารณาตามหลักการ กฎเกณฑ์ และธรรมชาติของมนุษย์ ว่ามีความต้องการอะไรเป็นหลัก อะไรเป็นปัจจัยรอง จะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมด้วยโดยการไม่ทำลายเพื่อให้เกิดความเดือดร้อนทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น พิจารณาจุดมุ่งหมาย หรือรู้ผล รู้ประโยชน์ที่ตนประสงค์ และสิ่งที่ไม่ควรผลิต คือ อารูธ เมรัย และยาพิษ^{๕๒} พิจารณา กาล เวลา สภาพภูมิอากาศ สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ ที่เหมาะสมตามฤดูกาล (กาลัญญูตา) รู้จักบริโภคของชุมชนว่า จะผลิตอะไร เพื่อใคร เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด เพราะว่าธรรมชาติของบุคคลในแต่ละสังคมจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน มีความชอบต่างกัน ความพอใจต่างกัน (ปริสัญญูตา)^{๕๓}

พระเทพเวที (ประยูรย์ ปยุตโต) ได้กล่าวไว้ในเศรษฐศาสตร์แนวพุทธว่า “ การผลิตเป็นเรื่องใหญ่ เรื่องนี้ไม่ใช่เป็นเพียงการเข้าใจธรรมชาติของมนุษย์ แต่เป็นการพัฒนาธรรมชาติทั้งหมดในวงกว้าง (ธัมมัญญูตา) ในทางเศรษฐศาสตร์การผลิต เราคิดว่าเราทำอะไรให้เกิดใหม่ แต่แท้จริงนั้น มันเป็นการแปรสภาพ คือแปรสภาพอย่างหนึ่งไปเป็นอย่างหนึ่งจากวัตถุหนึ่งไปเป็นวัตถุอีกอย่างหนึ่ง จากแรงงานอย่างหนึ่ง การแปรสภาพนี้เป็นการทำให้เกิดสภาพใหม่โดยไม่ทำลายสภาพเก่า เพราะฉะนั้นในการผลิตนั้นตามปกติจะมีการทำลายด้วยเสมอไป

ถ้าเศรษฐศาสตร์จะเป็นวิทยาศาสตร์ที่แท้จริงแล้ว จะคิดถึงแต่การผลิตอย่างเดียวไม่ได้การผลิตทุกครั้งก็เป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ ฉะนั้น จึงมีข้อพิจารณาเกี่ยวกับการผลิตในทางเศรษฐกิจนี้ เช่นว่า การผลิตบางอย่างเป็นการผลิตที่มีค่าเท่ากับการทำลาย ซึ่งเราจะมีปัญหาว่าควรจะมีผลิตดีหรือไม่ในบางกรณีเราอาจจะมีการงดเว้นการผลิต และการงดเว้นการผลิตนั้น ก็เป็นกิจกรรมที่เสริมคุณภาพชีวิตได้ด้วย เราต้องพิจารณาเรื่องการผลิตโดยแยกออกอย่างน้อยเป็น ๒ ประเภท คือ การผลิตที่มีค่าเท่ากับการทำลาย (เช่น การผลิตที่เป็นการทำลายทรัพยากร และทำให้สภาพแวดล้อมเสีย) กับการผลิต เพื่อการทำลาย เช่น ผลิตอาวุธยุทธโธปกรณ์ มีทั้งผลผลิตที่มีในทางบวกและการผลิตที่มีผลในทางลบ มีผลในทางเสริมคุณภาพชีวิต และในทางทำลายคุณภาพชีวิต”^{๕๔}

สุรพงษ์ วิบูลย์เศรษฐ ได้กล่าวไว้ใน เศรษฐศาสตร์ตามแนวพุทธศาสตร์ เกี่ยวกับการผลิตแนวพุทธ ว่า สิ่งที่จูงใจให้ผู้ผลิตทำการผลิตจะเป็นหลักพุทธธรรมที่มุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิต ผู้ผลิตควรนำหลักพุทธธรรมมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในด้านการผลิต หลักธรรมที่นำมาใช้อาจได้แก่หลักที่ว่าด้วยสัมมาอาชีวะ คือ การประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจ ผลิตสินค้าที่ให้คุณแก่มนุษย์ ไม่ผลิตสินค้า ที่เป็นโทษต่อมนุษย์ เช่น การผลิตยาพิษ หรือ อารูธ ใช้หลักไม่

^{๕๒} พระสิริมังคลาจารย์, มงคลัตถทีปนี, แปล เล่ม ๒. (กรุงเทพมหานคร: มหามกุฏราชวิทยาลัย, ๒๕๓๒), หน้า ๒๙.

^{๕๓} ดุราละเอียตโน อจ. สดตท. (ไทย) ๒๓/๖๘/๑๔๓.

^{๕๔} พระเทพเวที (ประยูรย์ ปยุตโต), เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ, (กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกมลคีมทอง, ๒๕๓๑), หน้า ๓๘ - ๓๙.

เบียดเบียนคือผู้ผลิตจะเลือกใช้เทคโนโลยีในการผลิตและเลือกนำเอาหลักทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ อย่างระมัดระวัง ไม่นำเอาทรัพยากรมาใช้ในปริมาณมากเกินไป จนทำลายสภาพแวดล้อมให้เสียความสมดุลซึ่งเป็นการเบียดเบียนธรรมชาติ และเบียดเบียนตนเองด้วย^{๕๕}

การผลิต หมายถึง การผลิตสินค้าเพื่อที่จะให้บริการแก่มนุษย์ในสังคมตามความต้องการ รสนิยม ความพอใจของแต่ละบุคคล ในการเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตขึ้น โดยฝ่ายที่ผลิตจะต้อง ประกอบด้วย นายจ้าง และ ลูกจ้าง ที่เป็นผู้ผลิตสินค้าที่ทำตามหน้าที่ของตนเอง ดังปรากฏในพระไตรปิฎกที่พระพุทธองค์ได้ตรัสถึงความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง พึงกระทำต่อกัน ในสังคาลกสูตร ที่ฉนิกาย ปาฎิกวรรค^{๕๖} ดังนี้

หน้าที่ของนายจ้างพึงปฏิบัติต่อลูกจ้าง

๑. ด้วยจัดการงานให้ทำสมควรแก่กำลัง ไม่มีอคติต่อลูกจ้างคนใดคนหนึ่ง
๒. ด้วยให้อาหารและรางวัล ให้สวัสดิการแก่ลูกจ้างอย่างเหมาะสม
๓. ด้วยรักษาพยาบาลในคราวเจ็บไข้
๔. ด้วยแจกของมีรสแปลกประหลาดให้กิน เพื่อเป็นการให้กำลังใจในการทำงาน
๕. ด้วยปล่อยในสมัย และให้มีโอกาสพักผ่อนตามสมควร (ให้มีอิสระในโอกาสงานบุญ ประเพณีต่างๆ)

หน้าที่ของลูกจ้างพึงปฏิบัติต่อนายจ้าง

๑. ลูกขึ้นทำงานก่อนนาย ไม่คิดเอาเปรียบ
๒. เลิกทำงานที่หลังนาย
๓. ถือเอาแต่ของที่นายให้
๔. ทำการงานให้ดีขึ้น
๕. นำคุณของนายไปสรรเสริญ^{๕๗}

เมื่อรวมความจากคำกล่าวข้างบนนี้ สรุปได้ว่า การผลิต คือ การผลิตสินค้าขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการของตนเองและบุคคลอื่นในส่วนของพระพุทธศาสนามองว่าการผลิต คือ การประกอบอาชีพในทางที่ชอบ ไม่เบียดเบียนบุคคลอื่น สิ่งที่ได้มาสสนองความต้องการของตนเองจะต้อง

^{๕๕} สุรพงษ์ วิบูลย์เศรษฐ อ่างใน พระมหาจุลศักดิ์ จีระตฺตโน (รณน้อย), “แนวคิดและวิธีการแก้ปัญหาเศรษฐกิจแนวพุทธของปราชญ์อีสาน”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๗), หน้า ๑๖.

^{๕๖} ดุราละเอียดโน ที. ปา. (ไทย) ๑๑ / ๒๗๑ / ๒๑๕.

^{๕๗} พระมหาจุลศักดิ์ จีระตฺตโน (รณน้อย), “แนวคิดและวิธีการแก้ปัญหาเศรษฐกิจแนวพุทธของปราชญ์อีสาน”, หน้า ๑๘.

ได้มาโดยชอบ โดยสุจริต ไม่ฉ้อโกงคนอื่นมา ไม่ลักขโมย ประกอบอาชีพตามสภาวะที่ตนเองมี ประกอบการที่สุจริตตามหลักธรรมของพระพุทธศาสนาที่เน้นความไม่เบียดเบียนตนและผู้อื่น ด้วยความขยันหมั่นเพียรจนสามารถดำรงชีวิต จากฐานของรากหญ้าจนพัฒนาชีวิตให้พออยู่พอกิน ดังนั้นการผลิตในเชิงพุทธจึงมุ่งเน้นไปที่คุณค่าที่ตอบสนองความต้องการคุณภาพชีวิตและเอื้อประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อม

๒.๓.๓ การบริโภคเชิงพุทธ

การบริโภคถือเป็นเป้าหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์กิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์นั้น มีเป้าหมายสุดท้ายอยู่ที่การบริโภค การบริโภคเป็นการบำบัดหรือสนองความต้องการซึ่งถือเป็นจุดต้นกำเนิดของกิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ หากพิจารณาความหมายตามวิธีการของเศรษฐศาสตร์ กระแสหลักการบริโภคคือการใช้สินค้าและบริการบำบัดความต้องการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจหรือความสุข การบริโภคเป็นความสำคัญที่จะต้องกล่าวถึงเป็นอย่างยิ่ง เพราะว่าการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้บริโภค การบริโภคตามความหมายในเศรษฐศาสตร์ตะวันตก หมายถึง การใช้สินค้าและบริการบำบัดความต้องการ ซึ่งทำให้เกิดความพอใจสูงสุด แต่ในความหมายของพระพุทธศาสนา หมายถึง การใช้สินค้าและบริการเพื่อบำบัดความต้องการ ซึ่งทำให้ได้รับความพอใจโดยมีคุณภาพชีวิตเกิดขึ้น เมื่อบริโภคทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นก็หมายถึงประสบผลสำเร็จในการบริโภค เพราะตามหลักพระพุทธศาสนาการบริโภคจะต้องประกอบด้วยเหตุผล เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเพราะเป็นฐานของการพัฒนามนุษย์ เพื่อให้มีความสามารถในการดำรงชีวิตที่ดียิ่ง^{๕๘}

องค์ประกอบที่สำคัญของการบริโภค คือ วัตถุ เพราะเป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตของมนุษย์ ดังนั้น จึงจะขอกกล่าวถึง วัตถุ ก่อน จึงจะกล่าวถึง รายละเอียดการบริโภคต่อไป สิ่งที่ควรคำนึงถึงก่อนคือ ส่วนประกอบต่างๆ ของชีวิตว่ามีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไรกับวัตถุในทางพระพุทธศาสนา ได้แสดงชีวิตและองค์ประกอบทั้งหมดของสิ่งที่บัญญัติว่า สัตว์ บุคคล ดังนี้

๑. **รูป** ได้แก่ ส่วนต่างๆ ที่ประกอบด้วยฝ่ายรูปธรรมทั้งหมด ร่างกายทั้งหมด ของร่างกายหรือสสารและพลังงานฝ่ายวัตถุ พร้อมทั้งคุณสมบัติ และพฤติกรรมของสสารและพลังงานทั้งหมด

๒. **เวทนา** ได้แก่ ความรู้สึก สุข ทุกข์ เฉยๆ ซึ่งเกิดจากผัสสะของประสาททั้ง ๖ คือ ตา หู จมูก ลิ้น กาย และใจ

๓. **สัญญา** ได้แก่ ความกำหนด หมายรู้ อาการเครื่องหมาย ลักษณะต่างๆ อันเป็นเหตุให้รับรู้อารมณ์

๔. **สังขาร** ได้แก่ องค์ประกอบ คุณสมบัติต่างๆ ของจิต ซึ่งมีเจตนาเป็นตัวนำ โดยแต่งจิตให้ตี ชั่ว หรือเป็นกลางๆ ตามอารมณ์นึกคิดแล้วแสดงออกทาง กาย วาจา ในรูปแบบต่างๆ เช่น ศรัทธา สติ เมตตา กรุณา มุทิตา ปัญญา โลภะ โทสะ โมหะ อิสสา มัจฉริยะ ทิฏฐิ เป็นต้น

^{๕๘} พระเทพเวที (ประยุทธ์ ปยุตโต), เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ, (กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกมลคีมทอง, ๒๕๓๑), หน้า ๔๒.

๕. **วิญญาน** ได้แก่ ความรู้แจ้งอารมณ์ทางประสาททั้ง ๕ และทางใจ เช่น การได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้รับรส ได้สัมผัส และรู้อารมณ์ทางใจ^{๕๙}

มัชฌิมาปฏิปทา คือ ทางสายกลางของกิจกรรม กิจกรรมเศรษฐกิจที่จำเป็นต้องดำเนินไปตามหลักมัชฌิมาปฏิปทา เพื่อให้เห็นว่าการบริโภคเป็นจุดหมายสูงสุดของ เศรษฐศาสตร์กระบวนการ และขั้นตอนต่างๆ ในระบบเศรษฐศาสตร์ที่ปรากฏในรูปเศรษฐกิจ สุดท้ายแล้วจบลงด้วยการได้บริโภค พระพุทธศาสนาแยกการบริโภคออกเป็น ๒ ประเภท คือ การบริโภควัตถุสิ่งของ ซึ่งเป็นรูปธรรมและการบริโภคธรรมอันเป็นนามธรรม ได้แก่ คุณธรรม คุณงามความดีในจิตใจโดยได้ให้ความสำคัญแก่การบริโภคธรรมมากกว่าการบริโภควัตถุ ดังพุทธพจน์ที่ปรากฏในคัมภีร์อังคุตตรนิกาย ทุกนิบาตว่า “การบริโภค ๒ อย่าง คือ ๑. การบริโภคอามิส ๒. การบริโภคธรรม บรรดาการบริโภค ๒ อย่างนี้ การบริโภคธรรมเป็นเลิศ”^{๖๐}

การบริโภค คือ การใช้สอยหรือการกินอาหาร พระพุทธศาสนามองว่า มนุษย์จะต้องมีสติปัญญาในการบริโภคอาหารต่างๆ เพื่อความสุขสงบของร่างกายและจิต ดังที่พระครูปลัดสุวัฒนพรหมคุณ กล่าวว่า “การกินด้วยสติปัญญาเป็นวิธีที่ช่วยให้มนุษย์ มีจิตประณีตขึ้น สะอาดขึ้น อาหารของมนุษย์ทั้งหลายมิใช่มีแต่เพียงอาหารที่เรากลืนกินเท่านั้น อารมณ์ที่มากกระทบทางตาหู จมูก ลิ้น กาย ก็เรียกว่า ผัสสาหาร อาหารที่เกิดจากการรู้แจ้งอารมณ์ทาง ตา หู จมูก ลิ้น กาย และใจ ที่กระทบกับรูป เสียง กลิ่น รส สิ่งสัมผัสได้หรือความนึกคิดของมนุษย์ ท่านเรียกว่า วิญญานาหาร คือ อาหารทางวิญญาน”^{๖๑}

พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการบริโภคไว้ว่า “เศรษฐกิจเวลานี้มาถึงขั้นที่ทำให้การบริโภคเป็นการสนองความต้องการของผู้ผลิตซึ่งตามหลักธรรมดา การผลิตย่อมจะสนองความต้องการของผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคต้องการกิน หรือ ใช้อะไร ผู้ผลิตก็ทำการผลิตของกินของใช้ให้สนองความต้องการของผู้บริโภคให้ดีที่สุด” การกินเพื่อสนองความต้องการของชีวิตตามมาตรฐานจะเกิดความพอดีแต่หากกินเพื่อสนองความต้องการของบุคคลจะไม่จบ ไม่พอดีและมีผล คือ

- ไม่มีขอบเขต
- ทำลายตัวเอง เสียคุณภาพชีวิต ไม่สนองความต้องการของชีวิตที่แท้จริง บั่นทอนชีวิต
- เบียดเบียนคนอื่น เสียหายต่อสังคม
- ทำลายธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ก่อมลภาวะมากมาย^{๖๒}

^{๕๙} พระเทพเวที (ประยุทธ์ ปยุตโต), **พุทธธรรม**, (กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๑), หน้า ๑๖.

^{๖๐} คูรายละเอียดใน อัง.ทุก. (ไทย) ๒๐/๑๔๖/๑๒๑.

^{๖๑} พระครูปลัดสุวัฒนพรหมคุณ, “ที่พึ่งทางใจ”, **พุทธจักร**, ปีที่ ๕๐ ฉบับที่ ๕ (พฤษภาคม ๒๕๓๙), หน้า ๒๖.

^{๖๒} พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต), **ธุรกิจ-ฝ่าวิกฤติ ตอบปัญหา – สอนนาธรรม กับ คุณอนันท์ ปันยารชุน และคณะ**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิพุทธธรรม, ๒๕๔๔), หน้า ๒๔ - ๔๙.

สมภาร พรมทา ได้แสดงทัศนะไว้ว่า การบริโภคมีอยู่ ๒ ระดับ คือ ส่วนแรก การบริโภคของปัจเจกบุคคล ส่วนที่ ๒ การบริโภคของสังคม ทั้ง ๒ ส่วน มีความเกี่ยวข้องถึงกัน ทางสายกลางของพระพุทธศาสนา ไม่เห็นด้วยกับการกินแบบสังคมนิยม แต่เน้นปฏิบัติที่พอเหมาะพอดี โดยพิจารณาจากทางเลือกหลาย ๆ ทางที่สามารถเป็นไปได้ มาประยุกต์กับการกิน เพราะการกินในระดับสังคมก็อาจเป็นสิ่งช่วยเกื้อกูล การกินในระดับบุคคลให้ดำเนินไปในทิศทางที่พอเหมาะตามนัยพุทธธรรมได้^{๖๓}

พระพุทธศาสนาให้มองมนุษย์และสิ่งมีชีวิตเป็นเพื่อนร่วมทุกข์ เกิด แก่ เจ็บ ตาย ด้วยกันทุกคนการบริโภคปัจจัยที่ได้กล่าวไว้แล้วโดยเฉพาะตามแนวทางของพระพุทธศาสนา ก็เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตทั้งทาง ภายใจ ที่เป็นรากฐาน เพื่อการฝึกตนให้ได้บรรลุอมตธรรม จึงไม่มีส่วนเกินใด ๆ เหลืออยู่เลย ดังนั้น มัชฌิมาปฏิปทา จึงเป็นทางสายเอกที่เป็นอมตภาพ ของชีวิตมนุษย์ดังที่กล่าวมา

๒.๒.๔ การตลาดเชิงพุทธ

การตลาด หมายถึง การจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนสินค้า เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การกระจายผลผลิตการกระจายผลผลิตถือว่าเป็นเป้าหมายชั้นกลางของวิชาเศรษฐศาสตร์เพราะจุดมุ่งหมายของการผลิตก็เพื่อการบริโภคการกระจายผลผลิตเพื่อการบริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญการดำเนินกิจกรรมการผลิตและการบริโภคที่ปัจเจกบุคคลได้รับประโยชน์จากผลผลิตแต่การกระจายผลผลิตในที่สุดก็จะส่งผลให้มีรูปแบบของการมีผลผลิตเพื่อการบริโภคของแต่ละบุคคลปริมาณผลผลิตที่แต่ละบุคคลได้รับถือว่าเป็นสวัสดิการของแต่ละบุคคลแต่ถ้าพิจารณาจากของทุกๆ คนรวมกันอาจจะเรียกได้ว่าเป็นสวัสดิการสังคมซึ่งในที่สุดแล้วก็ต้องเกิดสวัสดิการสูงสุดแก่สังคมด้วยหากอธิบายด้วยเศรษฐศาสตร์กระแสหลักก็คือสังคมมีผลผลิตเพื่อการบริโภคเพิ่มมากขึ้นโดยที่แต่ละคนไม่มีใครที่ได้รับผลผลิตน้อยลงกว่าเดิม^{๖๔} การตลาดหรือการกระจายผลผลิตในความหมายของเศรษฐกิจเชิงพุทธนั้นต้องเป็นการค้าขายที่ถูกต้องชอบธรรม เรียกว่า สัมมาอาชีวะ ไม่ใช่การค้าขายในทางที่ผิด เป็นการเบียดเบียนเอาไรต์เอาเปรียบมอมเมาผู้อื่น มีหลักธรรมเกี่ยวกับการตลาดดังนี้

๑) สัมมาอาชีวะ

สัมมาอาชีวะจัดเป็นหนึ่งในมรรคมืองค์ ๘ ซึ่งหมายถึงการประกอบอาชีพสุจริตไม่ทุจริตคดโกง ไม่เอาไรต์เอาเปรียบ รวมถึงไม่เบียดเบียนผู้อื่นด้วยวิธีการอื่นนอกจากที่กล่าวมานี้ด้วยพระพุทธศาสนาได้กล่าวถึงหลักมิจฉวนนิชชา ๕ คือ

๑. การค้าขายศัตราวุธ
๒. การค้าขายสัตว์

^{๖๓} สมภาร พรมทา, กิน : มุมมองของพระพุทธศาสนา, วารสารพุทธศาสนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, (ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๓ กันยายน – ธันวาคม ๒๕๔๖), หน้า ๖๓.

^{๖๔} พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, “การใช้การสร้างตัวชีวิตเพื่อวิเคราะห์เศรษฐกิจพอเพียงโดยเปรียบเทียบกับพุทธเศรษฐศาสตร์”, หน้า ๔๓.

๓. การค้าขายเนื้อ
๔. การค้าขายของมีนเมา
๕. การค้าขายยาพิษ^{๖๕}

เมื่อพิจารณาหลักมัจฉาวณิชชา ๕ ประการนี้แล้ว พบว่า เป็นการค้าขายสิ่งที่เป็นโทษต่อผู้อื่น เบียดเบียนผู้อื่นให้ได้รับความเดือดร้อน และไม่จำกัดเฉพาะมนุษย์เท่านั้น แต่ ครอบคลุมถึงชีวิตของสัตว์ทั้งหลายด้วย ดังนั้น การตลาดในทางพระพุทธศาสนาจึงมีความละเอียดอ่อนในเรื่องการพิทักษ์รักษาประโยชน์ของมนุษย์และสัตว์ทั้งหลาย คือให้ความสำคัญแก่ชีวิตทั้งหมดเท่าเทียมกันในฐานะเป็นเพื่อนร่วมโลกเดียวกัน มีการเกิด แก่ เจ็บ ตาย เสมอเหมือนกันนอกจากนี้การเอากำไรผู้บริโภคจนเกินควรก็จัดว่าเป็นมัจฉาอาชีวะได้เหมือนกัน เพราะทำให้ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อน

สัมมาอาชีวะคือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้เป็นมรรคาในการพัฒนาชีวิตมนุษย์สู่ความสมบูรณ์แบบและชีวิตมนุษย์นั้นประกอบด้วยกายและจิตการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงสองสิ่งนี้ และจะต้องพัฒนาความก้าวหน้าของกายและจิตควบคู่กันไปการมุ่งเน้นผลตอบแทนทางการเงินเป็นการพัฒนาทางกายส่วนการมุ่งเน้นการบ่มเพาะคุณภาพที่ดีแก่จิตคือการพัฒนาจิตการดำเนินงานตามจริยธรรมแห่งสัมมาอาชีวะคือการบูรณาการทั้งสองสิ่งไว้ในวิถีการทำงานบริษัทสัมมาชีพมีความเชื่อที่แรงกล้าว่าการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องสร้างดุลยภาพของกายและจิตจะละเลยส่วนใดส่วนหนึ่งไปไม่ได้บริษัทเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการสร้างความมั่งคั่งในรูปแบบของทรัพย์สินเป็นการกระทำที่โอนเอียงไปทางด้านกายภาพของชีวิตเพียงส่วนเดียวการดำเนินชีวิตทางเศรษฐกิจในลักษณะนี้ทำให้ชีวิตขาดดุลยภาพที่มั่นคงเพราะชีวิตทางด้านจิตถูกละเลยการดำเนินชีวิตของเจ้าชายสิทธัตถะที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพย์สมบัติในพระราชวังสามารถตอบสนองความสุขทางกายภาพได้อย่างไร้ขีดจำกัดความสุขทางกายภาพที่เปี่ยมล้นนี้กลับทำให้ชีวิตของเจ้าชายสิทธัตถะขาดดุลยภาพรู้สึกว่างเปล่าและปราศจากสาระที่แท้จริงใดๆ จนต้องออกผนวชการดำเนินชีวิตของสมณะสิทธัตถะด้วยการแสวงหาเพียงความสุขทางจิตโดยละเลยความสุขทางกายภาพมุ่งเน้นการบำเพ็ญเพียรทรมานกายในรูปแบบต่างๆก็ไม่สามารถทำให้ชีวิตของพระองค์พัฒนาไปสู่จุดหมายได้ครั้นเมื่อพระองค์ทรงตระหนักถึงหลักแห่งทางสายกลางในการสร้างความสมดุลระหว่างกายและจิตจึงทำให้พระองค์ค้นพบหลักความจริงทางธรรมชาติพัฒนาตนจากมนุษย์สามัญก้ำวายเป็นพระบรมศาสดาเมื่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิตการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องกระทำในลักษณะเดียวกันคือการสร้างดุลยภาพระหว่างกายและจิตให้กลมกลืนในกิจกรรมทางเศรษฐกิจเงินคือผลตอบแทนทางกายภาพส่วนบุญหรือเครื่องชำระจิตใจให้สะอาดคือผลตอบแทนทางจิตภาพการมุ่งเน้นแต่ผลตอบแทนทางวัตถุเป็นการกระทำของบริษัทเศรษฐกิจส่วนการมุ่งเน้นการช่วยเหลือสังคมโดยไม่คำนึงถึงผลกำไรเป็นการกระทำขององค์กรไม่แสวงหาผลกำไรบริษัทสัมมาชีพอันเป็นบริษัทแสวงหาผลกำไรเพื่อสร้างความอยู่รอดและความมั่นคงขององค์กรคือบริษัทที่สรรสร้างดุลยภาพระหว่างผลตอบแทนทางการเงินและ

^{๖๕} ดูรายละเอียดใน อภ.ปญจก. (ไทย) ๒๒/๑๓๗/๒๕๕.

ผลตอบแทนทางจิตให้ลงตัวจัดเป็นลักษณะสุดท้ายของจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจแบบทางสายกลาง^{๖๖}

๒) สังคหัตถ์ ๔

สังคหัตถ์ คือ การกระทำที่สามารถผูกมัดจิตใจผู้อื่นไว้ได้ ทำให้เขาเกิดความประทับใจในการกระทำที่ได้รับนั้น ท่านจำแนกประเภทไว้ ๔ ประการ^{๖๗}

(๑) ทาน การให้คือเอื้อเพื่อเผื่อแผ่เสียสละแบ่งปันช่วยเหลือกันด้วยสิ่งของตลอดถึงให้ความรู้และแนะนำสั่งสอน

(๒) เปยยวัชชะ วาจาเป็นที่รักวาจาพูดดีมีน้ำใจ หรือวาจาซาบซึ้งใจคือกล่าวคำสุภาพไพเราะอ่อนหวานสมานสามัคคีให้เกิดไมตรีและความรักใคร่นับถือตลอดถึงคำแสดงประโยชน์ประกอบด้วยเหตุผลเป็นหลักฐานจูงใจให้นิยมยินดี

(๓) อัตถจริยา การประพฤติประโยชน์คือชวนชวยช่วยเหลือกิจการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ตลอดถึงช่วยแก้ไขปรับปรุงส่งเสริมในทางจริยธรรม

(๔) สมานัตตตา ความมีตนเสมอคือทำตนเสมอดันเสมอปลายปฏิบัติสม่ำเสมอในชนทั้งหลายและเสมอในสุขทุกข์โดยรวมรับรู้ร่วมแก้ไขตลอดถึงวางตนเหมาะสมแก่ฐานะภาวะบุคคล เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อมถูกต้องตามธรรมในแต่ละกรณี^{๖๘}

ในเชิงการตลาดโดยทั่วไปแล้วเข้าใจกันว่าการให้เป็นกิจการที่ตรงกันข้ามกับการขายเพื่อหวังผลกำไร แต่ความจริงแล้วสามารถประยุกต์ให้เกิดความเหมาะสมได้ เช่น การไม่ค้ากำไรเกินควรผลิตสินค้าที่ดีจำหน่ายแก่ผู้บริโภค หรือการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจค้าขาย สิ่งเหล่านี้ก็ควรนับว่าเป็นการให้ได้เหมือนกัน การกล่าววาจาดีงามหรือการพูดคำไพเราะย่อมสามารถผูกมัดจิตใจลูกค้าไว้ได้จัดว่าเป็นการโฆษณาสินค้าของตนก็ได้ ซึ่งมีความสำคัญต่อการจำหน่ายสินค้าได้ดี สินค้าบางชนิดคุณภาพก็ธรรมดา แต่อาศัยการโฆษณาและการพูดโน้มน้าวจิตใจลูกค้า ก็ทำให้มียอดจำหน่ายสูง สุภาชิตโบริภณว่า “ปากเป็นเอก เลขเป็นโท โบริภณว่า” สามารถใช้กับกรณีนี้ได้

การประพฤติประโยชน์ในที่นี้หมายถึงการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและไม่เอากำไรจนเกินไป ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่ดีและมีผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น การได้ใช้รถยนต์ที่มีคุณภาพ ปัญหาการซ่อม การเปลี่ยนรถยนต์ใหม่ก็จะมีหรือมีก็น้อย ซึ่งจะทำให้ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ สามารถนำเงินไปใช้จ่ายในส่วนอื่น เมื่อการเงินไม่ฝืดเคือง ก็ทำให้มีความสุขในเชิงเศรษฐกิจในระดับหนึ่ง

^{๖๖} พระอธิการปัญญา ปณฺญาปทีโป (คาระโก), “การศึกษาการพึ่งตนเองตามหลักเศรษฐกิจเชิงพุทธของกลุ่มเกษตรกรชาวบ้านหนองบัวแปะ ตำบลสร้างแซง อำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม” หน้า ๒๐.

^{๖๗} คุรยลละเอียดใน ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๒๑๑/๑๗๑.

^{๖๘} พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, หน้า ๑๔๒ -๑๔๓.

การวางตนสม่าเสมอคือเคยวางมาตรฐานของการตลาดไว้อย่างไร ก็พยายามรักษามาตรฐานนั้นไว้ให้ดีที่สุด แม้จะมีปัจจัยอื่นที่เป็นเหตุให้ต้องขึ้นราคาสินค้า แต่ก็พยายามไม่ฉวยโอกาสจากสถานการณ์เหล่านั้น ไม่ใช่ใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่มีคุณภาพเพื่อลดต้นทุนในการจำหน่าย เพราะหากลูกค้าได้รู้ว่าเขาถูกเอาเปรียบ เขาก็จะไม่ซื้อสินค้าอีกและบอกต่อคนอื่นในการที่จะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ทำให้เจ้าของสินค้าเสียชื่อเสียงและอาจขาดทุนในที่สุด

๓) ปาปนิกรธรรม (คุณสมบัติของนักการค้าที่ดี) ในวณิขสูตร พระผู้มีพระภาคเจ้าได้ตรัสเหตุแห่งการค้าขายได้กำไรหรือขาดทุนไว้ ๔ ประการ คือ

การค้าขายที่ขาดทุนเพราะ

(๑) ได้ปวารณาไว้กับสมณะหรือพราหมณ์ว่าจะถวายสิ่งของ แต่ไม่ได้ถวายสิ่งของนั้น เมื่อเคลื่อนจากอัทธภาพนั้นมาเกิดเป็นมนุษย์ จะค้าขายสิ่งใดก็ขาดทุน

(๒) ได้ปวารณาไว้กับสมณะหรือพราหมณ์ว่าจะถวายสิ่งของ แต่ได้ถวายสิ่งของไม่ตรงกับที่ปวารณาไว้ เมื่อเคลื่อนจากอัทธภาพนั้นมาเกิดเป็นมนุษย์ จะค้าขายสิ่งใดก็ขาดทุน

การค้าขายที่ได้กำไรเพราะ

(๓) ได้ปวารณาไว้กับสมณะหรือพราหมณ์ว่าจะถวายสิ่งของ และได้ถวายสิ่งของนั้น เมื่อเคลื่อนจากอัทธภาพนั้นมาเกิดเป็นมนุษย์ จะค้าขายสิ่งใดก็ได้กำไร

(๔) ได้ปวารณาไว้กับสมณะหรือพราหมณ์ว่าจะถวายสิ่งของ และได้ถวายสิ่งของยิ่งกว่าที่ปวารณาไว้ เมื่อเคลื่อนจากอัทธภาพนั้นมาเกิดเป็นมนุษย์ จะค้าขายสิ่งใดก็ได้กำไร^{๖๙}

การได้กำไรและขาดทุนตามคำสอนนี้เป็นลักษณะของวิบากกรรมของการกระทำที่เกี่ยวกับการค้าขาย ซึ่งสัมพันธ์กับวัฏจักรม หากกล่าวในเรื่องของวิบากกรรม นักเศรษฐศาสตร์ที่ไม่เชื่อคำสอนพระพุทธศาสนาอาจไม่ยอมรับในเรื่องเหล่านี้ได้ เพราะเป็นสิ่งที่พิสูจน์ไม่ได้ แต่สำหรับผู้เชื่อในคำสอนพระพุทธศาสนาย่อมจะเข้าใจถึงความสัมพันธ์กันแห่งเหตุผลของกรรมและวิบาก และไม่ปรารถนาที่จะได้รับกุศลวิบาก เมื่อเป็นเช่นนั้นเขาก็จะรักษาวินัยที่ได้ให้ไว้กับสมณะหรือพราหมณ์ คำสอนนี้ไม่ได้เป็นการหลอกลวงให้ชาวบ้านมาถวายปัจจัยสัปรุงตนหรือพระพุทธศาสนาแต่ประการใด เพราะไม่ได้เจาะจงเฉพาะสมณะในพระพุทธศาสนาเท่านั้น แต่รวมถึงพราหมณ์ด้วย

๔) ความไม่ละโมภ ความไม่ละโมภหรือโภคะนี้จัดเป็นมโนสุจริต เป็นกุศลมูล และเป็นธรรมที่ปราศจากมลทินมีกล่าวไว้อย่างพิสดารในพระอภิธรรม (กุศลมูลจิต) เมื่อเกิดขึ้นกับผู้ใดแล้ว ย่อมจะทำให้จิตใจปราศจากความเร่าร้อนเพราะกิเลส ตรงกันข้ามกับความโลภที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วย่อมแผดเผาจิตใจให้เร่าร้อนกระวนกระวาย และแสดงออกทางกายหรือวาจาโดยการพยายามเอาสิ่งของนั้นมาเป็นของตนให้ได้ ผู้จำหน่ายสินค้าที่มีความโลภย่อมจะสามารถโกหกราคาต้นทุนหรือวัสดุที่ใช้ผลิตต่อผู้ซื้อ หรือโกงตาชั่งก็ได้ เพื่อประโยชน์ตนคือการได้กำไร

^{๖๙} ดูรายละเอียดใน อภ.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๗๙/๑๒๔ -๑๒๕.

พระพุทธรูปเกี่ยวกับความละโมภในฐานะเป็นเหตุแห่งความเสื่อมจากโลกียสมบัติและความสุขทางใจ มีดังนี้ “บุคคลมีใจถูกอภิขณาวิสมโลภะครอบงำอยู่ ย่อมทำสิ่งที่ไม่ควรทำ ไม่ยินดีสิ่งที่ไม่ควรทำ เมื่อทำสิ่งที่ไม่ควรทำ ไม่ยินดีสิ่งที่ไม่ควรทำ ย่อมเสื่อมจากยศและความสุข”^{๗๐} ผู้ชายที่คดโกงผู้ซื่อสัตย์จะพบกับความเสื่อมอันเกิดจากมิจฉาอาชีวะของตน คือทำให้เสียชื่อเสียง และอาจขาดทุนจนถึงเลิกกิจการเลยก็ได้ ความเสื่อมที่เกิดขึ้นบางอย่างอาจไม่เกี่ยวกับการค้าขายโดยตรง แต่ก็เป็เหตุให้เกิดความเดือดร้อนใจและมีความยากลำบากในการดำรงชีพ ซึ่งไม่อาจอธิบายได้ในมิติของอภุศลวิบากที่เกิดขึ้น

พระพุทธรูปที่น่ามากล่าวอ้างในงานวิจัยนี้ เกี่ยวกับโลภะโดยตรง ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอโลภะมีนัยตรงกันข้ามกับที่กล่าวมานี้ เช่น “ท่านผู้นี้มีกายสมาจาร วจีสมาจาร เหมือนผู้ไม่โลภ ท่านผู้นี้แสดงธรรมอันลึกซึ้ง เห็นได้ยาก รู้ตามได้ยาก สงบ ประณีต คาดคะเนเองไม่ได้ เป็นธรรมละเอียด รู้ได้เฉพาะบัณฑิต ไม่ใช่วรรณที่คนโลภจะแสดงได้ง่าย”^{๗๑} ผู้ชายที่ไม่โลภย่อมจะได้ความเชื่อมั่นจากลูกค้า เป็นสาเหตุแห่งความเจริญทางการค้าขาย

๕) การละเว้นอคติ ๔

อคติ คือ การถึงความลำเอียงด้วยเหตุ ๔ ประการคือ

๑. ฉันทาคติ ลำเอียงเพราะชอบ
๒. โทสาคติ ลำเอียงเพราะชัง
๓. โมหาคติ ลำเอียงเพราะหลง
๔. ภยาคติ ลำเอียงเพราะกลัว^{๗๒}

มีพระพุทธรูปเกี่ยวกับโทษของการถึงอคติ เช่น บุคคลใดละเมิดความชอบธรรม เพราะฉันทาคติ โทสาคติ โมหาคติ ภยาคติ ยศของบุคคลนั้นย่อมเสื่อม ดุจดวงจันทร์ข้างแรมฉะนั้น^{๗๓}

ลักษณะของการลำเอียงในระดับปัจเจกบุคคล เช่น ขายให้ราคาถูกเพราะความสนิทสนมชอบพอกัน ขายให้ในราคาแพงเพราะไม่ชอบกัน เป็นต้น หรือผู้บริโภคมองดูหนุสนสินค้าดีเพราะชอบผู้ขาย และไม่ดูหนุสนสินค้าเพราะไม่ชอบผู้ขาย เป็นต้น ในระดับการบริหารประเทศ เช่น รัฐบาลออกกฎกระทรวงที่เอื้ออำนวยต่อกิจการของบริษัทที่ตนมีผลประโยชน์ด้วยหรือมีความสนิมสนมกัน เป็นต้น ซึ่งทำให้บริษัทอื่นที่มีกิจการในลักษณะเดียวกันต้องเสียผลประโยชน์ที่พึงจะได้รับ ปัญหาอื่นที่จะเกิดขึ้นตามมาในภายหลัง เช่น การประท้วงขับไล่รัฐบาล เป็นต้น ถ้าหากผู้ขายมีความซื่อตรงต่ออาชีพของตน ปัญหาที่จะเกิดจากความลำเอียงก็จะมี

^{๗๐} ดุรายละเอียดใน อจ.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๖๑/๑๐๒.

^{๗๑} ดุรายละเอียดใน ม.ม. (ไทย) ๑๓/๔๓๐/๕๔๐.

^{๗๒} ดุรายละเอียดใน ที.ปา. (ไทย) ๒๔๖/๒๐๑.

^{๗๓} ดุรายละเอียดใน อจ.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๑๗/๒๙.

๒.๒.๕ ปัญหาเศรษฐกิจเชิงพุทธ

พระพุทธศาสนามีจุดมุ่งหมายที่จะสร้างความสุขให้แก่มนุษย์เช่นเดียวกับเศรษฐกิจตามหลักเศรษฐศาสตร์ แต่จุดหมายของพระพุทธศาสนาจะแตกต่างจากจุดหมายของเศรษฐกิจ เพราะเศรษฐกิจมีจุดหมาย เพื่อบำบัดหรือสนองความต้องการของมนุษย์ให้เกิดความสุขมั่งคั่งสมบูรณ์ด้วยโภคทรัพย์ทั้งปวง มีความต้องการให้มนุษย์มีการเป็นอยู่ที่ดี มีอาหารที่ดี มีเครื่องอุปโภคบริโภคที่หลากหลาย ในทางเศรษฐกิจถือว่าเป็นมาตรฐานในการครองชีพที่สูง เพราะจะทำให้ชีวิตมีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น ก็จะทำให้สินค้าที่ผลิตขึ้นมีการใช้บริการมากขึ้น จึงเน้นเป้าหมายสร้างความสุขให้มนุษย์ที่วัตถุนั้นเอง^{๗๔}

ส่วนพระพุทธศาสนามีจุดหมายของความสุข ๒ ประการคือ โลกียสุข และโลกุตตรสุข โลกียสุข เป็นความสุขของปุถุชนหรือฆราวาสผู้ครองเรือน เป็นความสุขที่พัวพันทรัพย์สินสมบัติและวัตถุต่าง ๆ เป็นประเภทอามิสสุข (กาม กิณ เกียรติ) ความสุขทางเศรษฐกิจก็จัดอยู่ในความสุขประเภทนี้ เพราะเป็นความสุขของการแสวงหาและการที่จะให้ได้สิ่งของมาบำบัดความต้องการของตนเองตามความปรารถนา ส่วนโลกุตตรสุข เป็นความสุขของผู้สิ้นกิเลสอาสวะและสำเร็จเป็นพระอรหันต์แล้ว เป็นความสุขที่เที่ยงแท้ ยั่งยืน ไม่พัวพันอยู่กับสิ่งวัตถุใด ๆ ที่เป็นเครื่องสนองอารมณ์ตามความปรารถนา เพราะเป็นความสุขที่ได้มาจากการตัด ลด ละ เลิก ความต้องการ หรือทะยานอยาก แทนที่เราจะพยายามหาสิ่งของมาสนองความต้องการที่ไม่รู้จักอิ่ม ไม่รู้จักพอ ของเราอย่างเดียว เราอาจจะหาความสุขจากการดับความต้องการที่ทำให้จิตร้อนรนหรือแทนที่จะหาความสุขจากการแสวงหาและสะสมทรัพย์อย่างเดียว เราอาจจะหาความสุขจากการเสียสละทรัพย์เพื่อประโยชน์สาธารณะหรือช่วยเหลือมนุษยโลกด้วยกันก็ได้ เพราะว่าถ้าเรารู้จักให้ แบ่งปัน เอื้ออารีย์ มากเท่าใด เราก็จะออกจากกิเลสอาสวะ โลก โภภะ หลง ได้ง่ายขึ้นและในที่สุดก็จะพบกับความสุขที่เป็นโลกุตตรหรือที่เรียกว่าเป็นบรมสุขอย่างแท้จริงในทางพระพุทธศาสนา พระพุทธศาสนาได้สอนเกี่ยวกับความสุขของบุคคลไว้ว่าทุกคนสามารถแสวงหาความสุขได้เท่าเทียมกันหากแต่ว่ารู้จักควบคุมจิตใจและความทะยานอยากของตนได้ ซึ่งตรงกันข้ามกับเศรษฐศาสตร์ที่กล่าวว่าผู้ที่มีทรัพย์เท่านั้นที่จะมีความสุข

ดังนั้น พระพุทธศาสนากับเศรษฐศาสตร์ ต่างก็มีจุดมุ่งหมาย คือให้มีความสุขเหมือนกัน แต่พระพุทธศาสนาได้ให้ความสุขที่กว้างขวางกว่าเศรษฐศาสตร์มากมาย แม้จะสอนเรื่องความสุขที่สูงกว่าวิชาเศรษฐศาสตร์ก็ตาม แต่พระพุทธศาสนา ไม่เคยมองข้าม โลกียสุข ที่ถือว่าเป็นความสุขสำหรับฆราวาสตามหลักเศรษฐศาสตร์ ดังมีหลักธรรมที่กล่าวไว้ในเบื้องต้นแล้ว เพราะทั้งสองมีวิธีการที่แตกต่างกัน อุปมาเหมือนคนเดินด้วยเท้าเปล่าและคนนั่งรถยนต์เพื่อไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้หรือที่ต้องการ จะต่างกันที่ประสิทธิภาพในการดำเนินไป คนเดินก็จะช้า เปรียบเหมือน โลกียสุข แต่คนนั่งรถยนต์ ก็จะสามารถไปได้เร็ว เปรียบเหมือน โลกุตตรสุข ที่เป็นความสุขที่เป็นอมตะ เศรษฐศาสตร์อุปมาเหมือนคนเดินด้วยเท้าเปล่า ส่วนพระพุทธศาสนาอุปมาเหมือนคนนั่งรถยนต์ ที่เหมือนกันคือเพื่อไปสู่ความต้องการ

^{๗๔} คุณ โทซันธ, พุทธศาสนากับชีวิตประจำวัน, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๒), หน้า ๙๑.

ถึงแม้ว่าพระพุทธศาสนาจะเน้นที่ โลกุตตรสุข มากกว่า โลกียสุข ก็ตามแต่พระพุทธศาสนาไม่เคยมองข้าม โลกียสุข เพราะถือว่า โลกียสุขเป็นจุดมุ่งหมายของเศรษฐกิจทั่วไป จึงพยายามสอนหลักศีลธรรม เพื่อให้เป็นคนดี มีคุณภาพ ของสังคม ประเทศชาติ พระพุทธศาสนาตระหนักดีว่า ศีลธรรมจะดีได้ยากถ้ามนุษย์ยังทุกข์ยาก ดังที่พระพุทธองค์ทรงตรัสไว้ในธรรมบทภาคที่ ๖ โดยทรงปรารภถึงบุคคลเลี้ยงโค ที่มีความหิว พระพุทธองค์ก็ไม่ทรงแสดงธรรมโปรด เพราะหาปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจของสังคมมีความสำคัญยิ่ง การที่จะปลูกฝังศีลธรรมให้มีในจิตใจของบุคคลได้นั้นย่อมตั้งอยู่บนพื้นฐานความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

พระพุทธศาสนามีหลักคำสอนมากมายก็เพื่อให้มนุษย์ตั้งเนื้อตั้งตัวให้ได้ในทางเศรษฐกิจ โดยพยายามยกฐานะของตนให้สูงขึ้นด้วยความขยันหมั่นเพียร โดยยึดหลักกรรมดำเนินควบคู่กันไป จะเห็นได้ว่าหลักกรรมเหล่านั้นจะเกี่ยวกับชีวิตทางเศรษฐกิจและไม่มีข้อใดที่ขัดแย้งกับระบบทางเศรษฐกิจสมัยใหม่เลย แต่ตรงกันข้ามคำสอนทางพระพุทธศาสนาเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและช่วยแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจอย่างได้ผลดีอีกด้วย

การทำงานทุกอย่างจะต้องพบกับปัญหาและอุปสรรคด้วยกันทุกอย่างในทางเศรษฐกิจเองก็ตามก็มีปัญหาเช่นเดียวกันปัญหาเศรษฐกิจในทางเศรษฐศาสตร์ คือมนุษย์มีความต้องการอยู่ไม่จำกัด แต่ปัจจัยที่จะนำมาผลิตเป็นสินค้าเพื่อสนองความต้องการและการให้บริการต่อความต้องการนั้นมีอยู่ค่อนข้างจำกัดจึงเกิดปัญหาขึ้นซึ่งอาจสรุปได้เป็น ๓ ประการ คือ

๑. เมื่อทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่มีอยู่ในโลกมีปริมาณจำกัด และไม่สามารถสนองความต้องการทั้งหมดของมนุษย์ได้

๒. จะผลิตสินค้าเพื่อให้บริการแก่มนุษย์ด้วยกรรมวิธีใด ที่จะให้มีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด

๓. สินค้าที่จะผลิตขึ้นจะผลิตด้วยกรรมวิธีที่ใช้ทุนต่ำจะผลิตเพื่อใคร

ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย และคณะ กล่าวไว้ในหลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้นโดยสรุปว่าปัญหาทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นเพราะความต้องการของมนุษย์มีไม่จำกัดแต่ทรัพยากรทางเศรษฐกิจมีจำนวนจำกัดจึงเกิดปัญหาขึ้น^{๗๕}

ในทางพระพุทธศาสนามีข้อความที่เกี่ยวกับปัญหาเศรษฐกิจในพระวินัยปิฎก เล่มที่ ๑ มหาวรรค ว่า ปัญหาเศรษฐกิจเกิดขึ้นที่เมืองเวรัญชา ซึ่งมีสาเหตุมาจากความอดอยาก เพราะเกิดทุพภิกขภัย ดังเนื้อความว่าก็โดยสมัยนั้นเมืองเวรัญชา มีประชาชนอดอยากยากเข็ญหาเลี้ยงชีพฝืดเคือง มีกระดูกคนตายขาวเกลื่อนต้องมีสลากซื้ออาหาร ภิกษุสงฆ์จะยังอัตภาพให้เป็นไปด้วยการถือบาตรแสวงหาก็กทำไม่ได้ง่าย ครั้งนั้น พวกพ่อค้าม้าชาวอุตตราประเทศมีม้า ๕๐๐ ตัวได้เข้าพักแรมตลอดฤดูฝนในเมืองเวรัญชาพวกเขาได้ตกแต่งข้าวแดงสำหรับภิกษุรูปละแห่งไว้ที่คอกม้าเวลาเช้าภิกษุทั้งหลายครองผ้าจีวรถือบาตร เข้าไปบิณฑบาตในเมืองเวรัญชา เมื่อไม่ได้อาหารจึงเที่ยวไปบิณฑบาตที่

^{๗๕} ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย, และคณะ, **หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น**, (หน่วยที่ ๑-๘), พิมพ์ครั้งที่ ๑๒, (นนทบุรี: คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, ๒๕๓๔), หน้า ๒๒.

คอกม้ารับข้าวแดงรูปละแห่งนำไปสู่อารามแล้วลงครกโขลกฉันทานพระอานนท์พุทธอุปัฏฐากบดข้าวแดงแล่งหนึ่งทีลีลา แล้วน้อมเข้าไปถวายแด่พระผู้มีพระภาคพระผู้มีพระภาคเสวยพระกระยาหารที่บดถวายนั้น^{๗๖}

๑) แนวทางการแก้ปัญหาในระดับประชาชน

การดำรงชีวิตของประชาชนทั่วไปในแต่ละวันในการประกอบอาชีพเพื่อหาเลี้ยงชีพตนเองตามหลักทางพระพุทธศาสนาให้ดำเนินตามหลัก มัชฌิมาปฏิปทา หรือ ทางสายกลางในการเป็นอยู่ การบริโภค โดยให้มีการจัดสรรแบ่งปันออกเป็นส่วนๆ ตามหลักโภควิภาค คือ บริโภค ๑ ส่วน ลงทุน ๒ ส่วน แจกจ่ายทำบุญเลี้ยงดูญาติ บำรุงผู้ทรงศีล ทรงธรรม ไม่หลงการกินที่อยู่ติดเงินไป แต่มีโยนิโสมนสิการในการพิจารณาใช้จ่ายทรัพย์ด้วยปัญญาอันฉลาดในการบริโภค โดยมีหลักธรรมที่เป็นแนวทางดังนี้

๑. สังคหัตถุ ๔

ทาน การให้ คือ เอื้อเพื่อเอื้อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือกันด้วยสิ่งของ ตลอดถึงการให้ความรู้แนะนำสั่งสอน

ปิยวาจา หรือ เปยยวชช วาจาอันเป็นที่รัก วาจาพูดดีมีน้ำใจ หรือวาจาซาบซึ้งใจ คือกล่าวคำสุภาพ ไพเราะอ่อนหวาน สมานสามัคคี ให้เกิดไมตรีและความรักใคร่นับถือ ตลอดถึงคำแสดงประโยชน์ประกอบด้วยเหตุผลเป็นหลักฐานจูงใจให้นิยมยอมตาม

อัตถจริยา การประพาสประโยชน์ คือ การชวนช่วยช่วยเหลือกิจการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์

สมานัตตตา ความมีตนเสมอ คือ ทำตนเสมอต้นเสมอปลาย ปฏิบัติสม่ำเสมอกันในชนทั้งหลาย และเสมอในสุขทุกข์โดยร่วมรับรู้แก้ไข ตลอดถึงการวางตนเหมาะสมแก่ฐานะ ภาวะ บุคคล เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ถูกต้องตามธรรมในแต่ละกรณี

๒. อิทธิบาท ๔

ฉันทะ พอใจรักใคร่ในสิ่งนั้น คือ จะทำการงานใดๆ ก็ตามเราจะต้องทำด้วยใจรักในงานที่ทำ ตั้งใจทำ

วิริยะ เพียรหมั่นประกอบในสิ่งนั้น คือ การทำงานเราจะต้องหมั่นดูแล เอาใจใส่ เช่นการทำเกษตร เราจะต้องคอยใส่ปุ๋ย รดน้ำ กำจัดแมลง เป็นต้น

จิตตะ เอาใจฝึกฝืนในสิ่งนั้นไม่วางธุระ คือ การจะทำอะไรเราจะต้องทำให้สำเร็จไม่ใช่ทำ ๆ เล่น ๆ ไปเพียงแค่นุกเท่านั้น ดังคำอีสานที่กล่าวว่า “แกงปลาให้เปื่อยก้าง แกงข้างให้เปื่อยงา” จะต้องทำให้สำเร็จเป็นอย่าง ๆ ไป

^{๗๖} ดูรายละเอียดใน วิ. มหา. (ไทย) ๑/๑๖/๘.

วิมังสา หมั่นตริตรองพิจารณาหาเหตุผลในสิ่งนั้น คือ คอยตรวจสอบว่างานดำเนินไปมากน้อยแค่ไหนแล้ว ต่อไปจะต้องทำอะไร

กล่าวโดยสรุป คือ เรากระทำการงานชนิดใดเราจะต้องพอใจในงานนั้น แล้วพยายามขยันในงานนั้น ไม่เห็นแก่เหน็ดเหนื่อย สนใจอยู่เสมอ เมื่องานนั้นสำเร็จก็ตรวจตราจนมั่นใจ

หลักสังคหวัตถุ ๔ เป็น หลักธรรมอันเป็นเครื่องจรโลงองค์กร เป็นหลักธรรมที่สร้างความสงบสุขสมานสามัคคี สร้างความเกื้อกูลกัน สร้างความผูกมิตรรักใคร่กลมเกลียว และเชื่อมสัมพันธ์กันของคนในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย ทาน คือ การให้ การแบ่งปัน ปิยวาจา คือ การสื่อสารกันด้วยถ้อยคำที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น อตถจริยา คือ การสร้างสรรค์สิ่งที่ดี มีคุณประโยชน์แก่ส่วนรวม สัมพันธภาพที่ดีระหว่างกัน การร่วมกันทำงานตามหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบให้ดีที่สุด รวมถึงการสงเคราะห์ การดูแลเอาใจใส่ การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การส่งเสริมกันให้เกิดผลสำเร็จของงาน และสมานัตตตา คือ การประพฤติตนอย่างเสมอต้นเสมอปลาย การไม่เลือกปฏิบัติ การรู้จักวางตนให้เหมาะสมตามเวลา สถานที่ และตำแหน่งหน้าที่ของตนเอง การร่วมทุกข์ร่วมสุขระหว่างเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และองค์กรรวมทั้งสังคมด้วย

หลักกอธิบาท ๔ เป็นทางไปสู่ความสำเร็จหรือคุณธรรมที่ให้ถึงความสำเร็จในการทำงาน ช่วยให้การปฏิบัติหน้าที่ของคุณคนได้ผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ซึ่งเป็นทางแห่งความสำเร็จดังนั้น การบริหารองค์กรถ้ายึดหลักกอธิบาท ๔ ในการปฏิบัติงานแล้ว ก็จะทำให้บุคลากร มีความรักใคร่ในงาน ปฏิบัติงานด้วยความพากเพียรบากบั่นด้วยความเอาใจใส่ในงาน และมีการตรวจสอบความสำเร็จในงานอยู่เสมอ ผลก็คือการปฏิบัติงานขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้ที่ใช้บริการมีความเป็นสุข

เศรษฐกิจเชิงพุทธไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแค่การผลิตและจำหน่ายให้กับผู้บริโภคเพื่อหวังผลกำไรเท่านั้น แต่หมายเอาการได้พัฒนาองค์ประกอบทุกอย่างของชีวิต เช่น การรู้จักประมาณ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ไม่มีการเอาเปรียบกันไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และไม่ใช้ชีวิตอย่างฟุ่มเฟือยเกินฐานะของตนและเป็นการตลาดเชิงพุทธคือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้เป็นมรรคาในการพัฒนาชีวิต มนุษย์สู่ความสมบูรณ์แบบและชีวิตมนุษย์นั้นประกอบด้วยกายและจิตการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงสองสิ่งนี้และจะต้องพัฒนาความก้าวหน้าของกายและจิตควบคู่กันไปการมุ่งเน้นผลตอบแทนทางการเงินเป็นการพัฒนาทางกายส่วนการมุ่งเน้นการบ่มเพาะคุณภาพที่ดีแก่จิตคือการพัฒนาจิตการดำเนินงานตามจริยธรรมแห่งสัมมาอาชีวะคือการบูรณาการทั้งสองสิ่งไว้ในวิถีการทำงานบริษัท สัมมาชีพมีความเชื่อที่แรงกล้าว่าการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องสร้างดุลยภาพของกายและจิตและยังประกอบด้วยสังคหวัตถุ ๔ คือในเชิงการตลาดโดยทั่วไปแล้วเข้าใจกันว่าทำให้เป็นกิริยาที่ตรงกันข้ามกับการขายเพื่อหวังผลกำไร แต่ความจริงแล้วสามารถประยุกต์ให้เกิดความเหมาะสมได้ เช่น การไม่ค้ากำไรเกินควร ผลิตสินค้าที่ดีจำหน่ายแก่ผู้บริโภค หรือการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจค้าขาย สิ่งเหล่านี้ก็ควรนับว่าเป็นการให้ได้เหมือนกัน การกล่าววาจาดีงามหรือการพูดคำไพเราะย่อมสามารถผูกมัดจิตใจลูกค้าไว้ได้จัดว่าเป็นการโฆษณาสินค้าของตนก็ได้ ซึ่งมีความสำคัญต่อการจำหน่ายสินค้าได้ดี สินค้าบางชนิดคุณภาพก็ธรรมดา แต่อาศัยการโฆษณาและการพูดโน้มน้าวจิตใจลูกค้า ก็ทำให้มียอดจำหน่ายสูง

๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจ

การประกอบธุรกิจหรือกิจกรรมต่าง ๆ มีการผลิตสินค้าและบริการ มีการซื้อขาย แลกเปลี่ยนจำหน่าย และกระจายสินค้าและมีประโยชน์หรือกำไรจากกิจกรรมนั้น ธุรกิจมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคมปัจจุบันมากเพราะนอกจากจะเป็นองค์การที่ผลิตสินค้า หรือบริการที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของการทำธุรกิจ

๒.๓.๑ ความหมายของธุรกิจ

จินตนา สุนทรธรรม ให้ความหมายธุรกิจว่าเป็นกระบวนการทั้งปวงของการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาเปลี่ยนสภาพตามกรรมวิธีการผลิตด้วยแรงงานคนและเครื่องจักรให้เป็นสินค้าและบริการแล้วเก็บรักษาไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ต้องการ^{๗๗}

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช ๒๕๒๕ ให้ความหมายธุรกิจว่าเป็นงานเกี่ยวกับอาชีพค้าขาย หรือกิจกรรมอย่างอื่นที่มีใช้ราชการ^{๗๘}

กิริติ บุญเจือ และ เจริญ อาทิตยา ได้ให้ความหมายของธุรกิจไว้ว่า ธุรกิจได้แก่การประกอบการ ที่ดำเนินกิจการอย่างถูกต้องตามหลักจริยธรรม และได้กำไรดังคำพูดที่ว่า “ให้กำไรคุ้มค่า พัฒนาจิตใจ สันติภาพประสิทธิ พิษิตรสนิยม”^{๗๙}

ธงชัย สันติวงศ์ ให้ความหมายธุรกิจว่า การรวมความพยายามของคนที่ยกตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อออกจำหน่ายในตลาด และหวังผลที่จะได้รับผลตอบแทนกลับมาในรูปใดรูปหนึ่ง^{๘๐}

รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ ให้ความหมายทางธุรกิจไว้ว่า กิจกรรมทางเศรษฐกิจประกอบด้วย การผลิต การบริโภค การกระจายรายได้ การแลกเปลี่ยน เพื่อให้เกิดกระบวนการผลิตการจำหน่าย และการบริการ ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะแสวงหากำไรจากการประกอบธุรกิจนั้น^{๘๑}

^{๗๗} จินตนา สุนทรธรรม, *ธุรกิจเบื้องต้น*, (เชียงใหม่: ศูนย์หนังสือเชียงใหม่, ๒๕๒๓), หน้า ๑.

^{๗๘} ราชบัณฑิตยสถาน, *พจนานุกรมศัพท์ปรัชญา (อังกฤษ-ไทย) ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*, (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด อรุณการพิมพ์, ๒๕๒๕), หน้า ๔๘๑.

^{๗๙} กิริติ บุญเจือ และพิมพ์ อาทิตยา, *พื้นฐานจริยศาสตร์วิชาชีพ*, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, ๒๕๓๘), หน้า ๗๘.

^{๘๐} ธงชัย สันติวงศ์ และคณะ, *เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ*, (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๒๙), หน้า ๗.

^{๘๑} รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ, *การศึกษาธุรกิจ*, (กรุงเทพมหานคร: บริษัทศูนย์การพิมพ์แก่นจันทร์, ๒๕๔๒), หน้า ๑.

นิพนธ์ จิตรประสงค์ และสมยศ นาวิการ ให้ความหมายธุรกิจว่า การผลิต(Production) การจำหน่าย (Distribution) และการให้บริการทางธุรกิจ (Business Services)^{๘๒}

สมยศ นาวิการ ให้ความหมายธุรกิจว่า กิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจและการพาณิชย์ที่มีเป้าหมายทางด้านกำไรในการจัดหาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค^{๘๓}

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ให้ความหมายธุรกิจไว้ว่า ความพยายามที่เป็นแบบแผนของนักธุรกิจใน การผลิตและขายสินค้าหรือบริการเพื่อสนองความต้องการของสังคม โดยมุ่งหวังกำไร^{๘๔}

สมคิด บางโม ให้ความหมายธุรกิจว่า กิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะแสวงหาผลกำไรจากการประกอบธุรกิจนั้น ๆ^{๘๕}

สรุปได้ว่า “ธุรกิจ” หมายถึง การประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้มีการผลิตสินค้า และบริการ มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนจำหน่าย และกระจายสินค้าและมีประโยชน์หรือกำไรจากกิจกรรมนั้น ธุรกิจมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคมปัจจุบันมากเพราะนอกจากจะเป็นองค์การที่ผลิตสินค้า หรือบริการที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของการดำรงชีวิต หรือปัจจัย ๔ การประกอบธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือใหญ่แค่ไหนก็ตามสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ กำไร เพราะเป็นแรงจูงใจของการ ดำเนินการทางธุรกิจก่อให้เกิดการแข่งขันและการขยายตัวทางธุรกิจให้เจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

๒.๓.๒ ประเภทของธุรกิจ

การจำแนกประเภทของธุรกิจสามารถที่จะจำแนกออกได้หลายวิธีด้วยกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าจะมองธุรกิจไปในแง่ของการดำเนินการ หรือลักษณะของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยของ สุมาลี สุขอร่ามซึ่งทำการจำแนกประเภทของธุรกิจต่อไปนี้ จะจำแนกเป็น ๓ ประเภท คือ จำแนกตาม ลักษณะการดำเนินการจำแนกตามลักษณะของผู้ประกอบการ และจำแนกตามลักษณะกิจกรรมของ ธุรกิจโดยมีรายละเอียดคือ^{๘๖}

๑. จำแนกธุรกิจตามลักษณะการดำเนินการ ซึ่งสามารถจำแนกได้ ๓ ประเภท คือ

^{๘๒} นิพนธ์ จิตรประสงค์ และสมยศ นาวิการ, **ธุรกิจเบื้องต้น**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธรรมศาสตร์, ๒๕๑๙), หน้า ๒.

^{๘๓} สมยศ นาวิการ, **ธุรกิจเบื้องต้น**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, ๒๕๔๐), หน้า ๓.

^{๘๔} ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ,รศ. และคณะ, **ธุรกิจทั่วไป : ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัทดวงกมลสมัย จำกัด, ๒๕๔๑), หน้า ๑.

^{๘๕} สมคิด บางโม. **ธุรกิจทั่วไป**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: นำอักษรการพิมพ์, ๒๕๑๙), หน้า ๑๓.

^{๘๖} สุมาลี สุขอร่าม, “การประยุกต์ใช้พุทธจริยธรรมในการประกอบธุรกิจกรณีศึกษา : บริษัท แฟรี่ แลนด์สรรพสินค้า จำกัด นครสวรรค์”, **วิทยานิพนธ์พุทธศาสนศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔), หน้า ๑๓.

๑.๑ การพาณิชย์ (Commerce) ธุรกิจประเภทพาณิชย์ หมายถึง ธุรกิจที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจำหน่ายสินค้า ประกอบการด้วยการซื้อและการขาย และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่อำนวยความสะดวกต่อการซื้อขาย เช่น การขนส่งสินค้า คลังสินค้า ธนาคาร การประกันภัย เป็นต้น และยังแบ่งเป็นการค้าภายในประเทศ การค้าต่างประเทศได้ด้วย

๑.๒ การอุตสาหกรรม (Industry) หมายถึง ธุรกิจที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการนำทรัพยากรธรรมชาติมาเปลี่ยนสภาพเป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือสินค้าสำเร็จรูป ธุรกิจอุตสาหกรรมยังแบ่งออกเป็นอีก ๒ ประเภทดังนี้คือ

๑.๒.๑ อุตสาหกรรมขั้นปฐม ได้แก่ อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมเหมืองแร่ การประมง การป่าไม้ เป็นต้น

๑.๒.๒ อุตสาหกรรมขั้นสำเร็จรูป ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต คือธุรกิจที่นำเอาวัตถุดิบต่างๆมาทำการผลิตจนเป็นสินค้าสำเร็จรูป และอุตสาหกรรมก่อสร้าง เป็นต้น

๑.๓ การให้บริการ (Services) หมายถึงการดำเนินการให้บริการแก่ผู้ที่ต้องการใช้บริการด้านต่างๆ เช่น การรับใช้ การพยาบาล สถานบันเทิง การเสริมสวย โรงแรม เป็นต้น^{๘๗}

ผู้วิจัยสรุปว่าการจำแนกธุรกิจตามลักษณะการดำเนินการ ๓ ประเภทคือการพาณิชย์ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการค้าขาย การอุตสาหกรรม เป็นการแปรรูปทรัพยากรธรรมชาติมี ๒ อย่างคือ ขั้นปฐม และสำเร็จรูป ธุรกิจการให้บริการเป็นการให้บริการผู้ต้องการเข้ามาใช้บริการที่ธุรกิจนั้น ๆ ดำเนินการ

๒. การจำแนกประเภทธุรกิจตามลักษณะของผู้ประกอบการ สามารถจำแนกได้เป็น ๖ ประเภท ดังต่อไปนี้^{๘๘}

๒.๑ ธุรกิจที่มีผู้ประกอบการโดยมีเจ้าของคนเดียว(Sole Proprietorship) การประกอบการโดยเป็นเจ้าของคนเดียว รับผิดชอบในการดำเนินงานและทางด้านกำไรขาดทุนแต่เพียงผู้เดียว เพราะจะต้องเป็นผู้ตัดสินใจทุกๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้าน การสั่งซื้อ การดำเนินการ การกำหนดราคา รวมทั้งการจัดหาเงินทุน เป็นต้น ลักษณะการประกอบการแบบนี้เป็นที่นิยมกันในประเทศไทย เพราะถือว่าจัดตั้งง่ายและเสียภาษีเป็นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเท่านั้น

๒.๒ ธุรกิจที่ประกอบการในรูปแบบห้างหุ้นส่วน (Partnership) ธุรกิจลักษณะนี้จะมีบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปทำสัญญาร่วมกันลงทุน โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการแบ่งผลกำไรระหว่างกัน การทำสัญญาอาจทำด้วยวาจาหรือทำไว้เป็นหนังสือสัญญาก็ได้ แล้วแต่คู่สัญญาจะตกลงกันว่า

^{๘๗} พิมพ์ศักดิ์ สังข์กุล, “การนำหลักธรรมในพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจ”, สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศาสนศึกษา, (วิทยาลัยศาสนศึกษา: มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๖), หน้า ๑๐.

^{๘๘} สุภาสินี สันติศรีสุข และคณะ, พฤติกรรมมนุษย์ และจริยธรรมทางธุรกิจ, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๕), หน้า ๒๕๕.

ร่วมหุ้นในลักษณะใด อาจจะมีอยู่ในรูปเงินสด ทรัพย์สินหรือแรงงานก็ได้หุ้นส่วนยังสามารถจำแนกออกเป็น ๒ ประเภท ด้วยกันคือ

๒.๒.๑ ห้างหุ้นส่วนสามัญ (General Partnership) เป็นห้างหุ้นส่วนประเภทผู้ถือหุ้นทุกคนต้องรับผิดชอบในหนี้สินของหุ้นส่วนโดยไม่จำกัด และจะจดทะเบียนนิติบุคคลหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลก็จะได้รับสิทธิทางกฎหมาย คือสามารถใช้ชื่อของห้างหุ้นส่วนนั้นทำนิติกรรมได้

๒.๒.๒ ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Partnership) ลักษณะการประกอบกิจการแบบนี้ หุ้นส่วนจะมี ๒ พวกด้วยกัน คือมีหุ้นส่วนกลุ่มหนึ่งจะรับผิดชอบหนี้สินไม่เกินจำนวนเงินที่ตนรับลงทุนในหุ้นส่วนนั้น และจะต้องมีหุ้นส่วนอีกกลุ่มหนึ่งจะต้องรับผิดชอบหนี้สินของหุ้นส่วนโดยไม่จำกัดจำนวน ห้างหุ้นส่วนประเภทนี้ต้องจดทะเบียนระบุงบเงื่อนไขโดยถูกต้องตามกฎหมาย และถ้าเป็นหุ้นส่วนที่จำกัดความรับผิดชอบรายใดรายหนึ่งถอนตัวออกไปก็ไม่ทำให้หุ้นส่วนเลิกล้ม แต่ถ้าเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญถ้ารายใดรายหนึ่งถอนตัวออกไปต้องเลิกล้มกิจการ

๒.๓ ธุรกิจที่ประกอบกิจการในรูปแบบบริษัทจำกัด (Corporation) เป็นการประกอบกิจการที่จัดตั้งขึ้นด้วยการแบ่งหุ้นออกเป็นมูลค่าหุ้นละเท่าๆ กัน โดยการออกหุ้นนั้นจะต้องระบุงบจดทะเบียนมูลค่าและจำนวนหุ้นที่ออกด้วย ผู้ถือหุ้นแต่ละคนจะทำหน้าที่รับผิดชอบจำกัดเฉพาะเพียงจำนวนหุ้นที่ตนถืออยู่เท่านั้น ส่วนใหญ่ธุรกิจจะมีการจัดตั้งกิจการในรูปแบบของบริษัทก็ต่อเมื่อธุรกิจมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนจำนวนมากในการดำเนินการ ดังนั้น จึงต้องพยายามดำเนินการในรูปแบบที่จะสามารถระดมเงินทุนได้มาก โดยไม่ต้องรับภาระเกี่ยวกับหนี้สินจำนวนมากนัก และผู้ถือหุ้นหรือผู้ลงทุนเป็นจำนวนมากนั้นก็เข้ามาเป็นส่วนเป็นเจ้าของกิจการโดยไม่จำเป็นต้องเข้ามามีบทบาททำหน้าที่ในการบริหาร ลักษณะของบริษัทจำกัดแบ่งออกเป็น ๒ แบบคือ

๒.๓.๑ บริษัทเอกชน จำกัด (Company Limited) คือ บริษัทประเภทที่จัดตั้งขึ้นด้วยการแบ่งหุ้นเป็นหุ้น มีมูลค่าเท่าๆ กัน โดยผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินเงินที่ตนยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าของหุ้นที่ตนถือและต้องจัดตั้งตั้งแต่ ๓ คนขึ้นไป จะก่อตั้งเป็นบริษัทจำกัดได้ก็ด้วยการเข้าชื่อกันทำหนังสือบริคณห์สนธิไปขอจดทะเบียน

๒.๓.๒ บริษัทมหาชนจำกัด (Public Company) คือ การประกอบกิจการของบริษัทที่สามารถมีบุคคลภายนอกเข้ามาลงทุนได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งในการขายหุ้นของบริษัทนั้นก็จะมีการขายหุ้นให้กับบุคคลภายนอกเข้ามาลงทุนได้เป็นจำนวนมาก ในการขายหุ้นของบริษัทนั้นก็จะมีการขายหุ้นให้กับบุคคลภายนอกได้และผู้ถือหุ้นจะต้องมีจำนวนมากกว่า ๑๐๐ คนขึ้นไปการขายหุ้นของบริษัทมหาชนนั้น จะมีการขายหุ้นผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งทางบริษัทมหาชนจะสามารถระดมทุนเข้ามาใช้ดำเนินการได้โดยการออกหุ้นทุนและหุ้นกู้ ดังนั้น การระดมเงินทุนของบริษัทจำกัดจึงสามารถทำได้ดังต่อไปนี้^{๘๙}

^{๘๙} สมคิด บางโม, **หลักการจัดการ, พิมพ์ครั้งที่ ๒**, (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดีจำกัด, ๒๕๓๙), หน้า

สรุปได้ว่าการแบ่งประเภทของธุรกิจที่ได้จำแนกมานี้ เป็นลักษณะการแบ่งเพื่อให้มองเห็นภาพของประเภทธุรกิจได้ชัดเจนขึ้น เพื่อจะได้สะดวกในการจัดระบบและดำเนินในธุรกิจแต่ละประเภท ได้สะดวกและง่ายต่อการดำเนินการในธุรกิจประเภทนั้นๆ การประกอบธุรกิจทุกประเภทเป็นการก่อให้เกิดรายได้ทั้งแก่ผู้ประกอบการและพนักงาน แต่ที่เป็นผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ก็คือก่อให้เกิดรายได้ประจำเป็นหลักประกันความเป็นอยู่ของพนักงาน และก่อให้เกิดอาชีพที่มั่นคงด้วย ทั้งยังต้องมีความสัมพันธ์กับชุมชนที่ธุรกิจเข้าดำเนินการอยู่ ดังนั้นจึงถือเป็นหน้าที่ของธุรกิจที่ต้องให้บริการต่อสังคม รวมไปถึงสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนในด้านต่างๆ ด้วย

๒.๔.๓ กลยุทธ์ธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นองค์การจำเป็นต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ไว้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานซึ่งกลยุทธ์หมายถึงแผนระยะยาวขององค์การที่กำหนดขึ้นโดยอาศัยการประเมินสถานะแวดล้อมขององค์การเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลซึ่งกลยุทธ์ธุรกิจสามารถจำแนกออกเป็น ๓ ประเภทคือ

๑. กลยุทธ์ระดับบริษัท (Company Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับคำถามที่ว่าบริษัทกำลังทำอะไรอยู่และบริษัทควรเป็นอย่างไร

๒. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งปรับปรุงฐานะ การแข่งขัน ผลผลิตภัณฑ์ ของบริษัทซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรม ให้สูงขึ้นและ รวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันไว้ในหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์

๓. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functioned Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งใช้ทรัพยากรของบริษัทให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยแผนงานตามหน้าที่จะพัฒนากลยุทธ์ตามหน้าที่

๒.๔.๔. แบบของผู้นำ

การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จนั้นผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการกำหนดความอยู่รอด และความเจริญเติบโตขององค์การเพราะมีผู้นำเป็นผู้ลงใจและโน้มน้าวผู้ใต้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติตามคำสั่ง อันนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์การ

จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยโอไฮโอสเตต (Ohio State University) โดยฟลิชแมน สตอกคิลล์และชาร์ท (Fleishman, Stogdill and Shartle) ได้จำแนก แบบของผู้นำเป็น ๒ ประเภทคือ

๑. ผู้นำแบบมุ่งงาน หมายถึง ผู้นำที่กำหนดให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาต้องปฏิบัติตามระเบียบแบบแผนวิธีการทำงานและเป้าหมายที่ผู้นำกำหนดไว้ผู้นำจะกำหนดมาตรฐานการทำงานไว้สูง และเน้นความสำเร็จของงานมากกว่าความรู้สึกหรือความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน

๒. ผู้นำแบบมุ่งคน หมายถึง ผู้นำที่เอาใจใส่ดูแลความสัมพันธ์ที่ระหว่างผู้นำกับผู้ใต้บังคับบัญชาเน้นการสร้างขวัญและกำลังใจแก่ผู้ร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชามากกว่าความสำเร็จของงาน

๒.๕ บริบทของธุรกิจค้าปลีก

บริบทของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ มีรายละเอียดต่อไปนี้

๒.๕.๑ พัฒนาการของการค้าปลีก

แต่เดิมประเทศไทยก็มีธุรกิจค้าปลีก ซึ่งเริ่มต้นอย่างจริงจังหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ซึ่งส่วนใหญ่พึ่งพาการนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปจากต่างประเทศ เพราะประเทศไทยยังไม่มีฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมประกอบกับต้นทุนการนำเข้าค่อนข้างต่ำขณะเดียวกันพ่อค้าที่สามารถ จัดหาสินค้านำเข้ามาจำหน่ายก็กลายเป็นผู้มีบทบาทและอำนาจต่อการวางรากฐานธุรกิจค้าปลีก สภาพร้านค้าปลีกและค้าส่งดั้งเดิมของไทยมี ๓ ประเภท คือ^{๙๐}

๑. ร้านขายส่ง ซึ่งคนจีนเรียกว่าร้านยี่ปั่ว ภาษาอังกฤษเรียกว่า ซัพพลายเออร์ หรือตัวแทนผู้ผลิตสินค้า เพื่อนำสินค้าจากโรงงานหรือจัดหาสินค้าจากผู้ผลิต มาส่งจำหน่ายต่อให้แก่ ร้านขายของชำหรือร้านโชห่วย ร้านค้าส่งเป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าคราวละมากๆ ขนาดกิจการยังไม่ใหญ่นัก มีการจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น สินค้าอุปโภค บริโภค เครื่องเขียน เสื้อผ้า เครื่องใช้ในบ้าน เป็นต้น โดยมีศูนย์รวมร้านค้าขายปลีกขายส่งขนาดใหญ่ที่ย่านสำเพ็ง รวมทั้งที่อื่นๆ ที่สำคัญรองลงมา เช่น ประตูน้ํา พายุรัต เป็นต้น

๒. ร้านขายปลีกทั่วไป เป็นร้านค้าที่มีขนาดไม่ใหญ่โต สินค้าที่จำหน่ายมีจำนวนไม่มาก แต่หลากหลายประเภท เช่นหนังสือ เครื่องเขียน ของใช้ประจำวัน อาหาร อุปกรณ์เย็บปักถักร้อย เสื้อผ้า และสินค้าเบ็ดเตล็ดอื่นๆ ซึ่งสินค้าแต่ละชนิดมีราคาไม่แพงนัก แต่ทางด้านคุณภาพปานกลางหรือค่อนข้างต่ำ

๓. ร้านขายของชำ เป็นร้านค้าแบบดั้งเดิม เน้นจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค ซึ่งตั้งอยู่ทั่วไปทุกหนแห่ง ไม่ว่าจะเป็นหมู่บ้านเล็กๆ ที่ค่อนข้างเงียบ หรือเมืองใหญ่ๆ แต่ร้านขายของชำในแต่ละท้องถิ่นจะมีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม เช่นร้านที่ตั้งอยู่ในชุมชนจะมีของขายน้อยกว่าร้านที่อยู่ในหมู่บ้านชนบท หรือหมู่บ้านที่มีร้านค้าน้อยซึ่งอาจแบ่งได้ ๒ ประเภท คือ ร้านขายของชำแบบครบเครื่องและแบบไม่ครบเครื่อง สินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ เช่น ข้าวสาร น้ำตาล น้ำปลา กะปิ สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก น้ำแข็ง น้ำอัดลม ปากกา เป็นต้น ถ้าเป็นร้านที่ครบเครื่องก็จะมีอาหารสดขายด้วย ซึ่งอาจจะมีทั้งผักสด เนื้อสัตว์ต่างๆ เป็นต้น

ธุรกิจการค้าปลีกค้าส่งของไทย ก็ได้พัฒนาก้าวหน้าตามลำดับโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการนำวิทยาการจัดการ มีการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจและใช้ผู้บริหารที่เป็นมืออาชีพเข้ามาดำเนินธุรกิจปลีกค้าส่งมากยิ่งขึ้นจนกลายเป็นการค้ายุคใหม่ โดยห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าเกิดขึ้นมากมาย

^{๙๐} ดุลกิจ เบญจาทิพรวงศ์, “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตที่เข้ามาทำค้าปลีกข้ามชาติในจังหวัดกรุงเทพมหานคร”, วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๒), หน้า ๗.

ขณะเดียวกันธุรกิจค้าปลีกค้าส่งก็ได้ขยายตัวจากกรุงเทพฯสู่ต่างจังหวัดอย่างรวดเร็ว เมื่อธุรกิจค้าปลีกสร้างผลกำไรให้ผู้ประกอบการมหาศาลจึงมีการแข่งขันกันพัฒนาด้านการบริหารจัดการที่ทันสมัย นับตั้งแต่ปี ๒๕๔๑ การดำเนินธุรกิจค้าปลีกค้าส่งของไทยก้าวสู่ขั้นตอนใหม่ที่เรียกขานกันว่าเป็นยุคแห่งการปฏิวัติการค้าปลีกของไทย นั่นเป็นเพราะธุรกิจค้าปลีกค้าส่งของไทย ดำเนินการเช่นเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งหลาย ทั้งนี้ในแต่ละปีรวมยอดจำหน่ายของผู้ประกอบการค้าปลีกทุกราย นับเป็นจำนวนมูลค่าหลายแสนล้าน ขณะเดียวกันก็ได้ขยายขอบเขต ผู้บริโภคในทุกระดับชั้น มีการบริหารที่เป็นระบบ จากการบริหารจัดการแบบง่าย ๆ สู่การบริหารงานแบบสลับซับซ้อน สินค้าที่นำมาขายครอบคลุมทั้งสินค้าฟุ่มเฟือย และสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวัน ยิ่งไปกว่านั้นรูปแบบการค้าปลีกค้าส่งยุคใหม่ยังมีลักษณะเป็นธุรกิจครบวงจร ที่ผู้ประกอบการสามารถสนองต่อความต้องการแก่ผู้ซื้อชนิดที่เรียกว่าหากมีเงินก็สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทุกชนิดและทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นการซื้อโดยตรงหรือซื้อด้วยบัตรเครดิต ไม่ว่าจะเป็นซื้อในสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือซื้อทางโทรศัพท์หรือแม้กระทั่งทางอินเทอร์เน็ต การบริการที่ทันสมัยเช่นนี้ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อทุกสิ่งตามใจปรารถนา โดยผู้จำหน่ายมีวิธีการจูงใจลูกค้าให้ซื้อสินค้าของตนได้อย่างง่ายดาย เช่นการลดแลก แจกแถม หรือด้วยการจับฉลากรางวัล มีโบนัสสะสมคะแนนให้แก่ลูกค้าและอื่นๆ อีกนับไม่ถ้วน ส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกรายย่อยหรือร้านขายของชำได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจนั้นเกิดการรวมตัวกันเพื่อประท้วงอยู่เสมอ เพื่อเรียกร้องให้รัฐบาลหันมาให้ความสนใจกับธุรกิจค้าปลีกรายเล็กๆ เช่น ร้านขายของชำ หรือร้านโชห่วยทั่วไป^{๙๑}

อริวัฒน์ ทรัพย์ไพฑูรย์ ได้กล่าวถึงธุรกิจค้าปลีกค้าส่งในยุคปัจจุบันว่านับตั้งแต่ ประเทศไทยก้าวเข้าสู่การค้ายุคใหม่ หรือยุคโมเดิร์นเทรด ซึ่งเป็นยุคที่แผงลอยและร้านโชห่วย กลายเป็นธุรกิจที่ขึ้นชื่อลือชาม สร้างผลกำไรให้แก่ผู้ประกอบการมหาศาล จนพัฒนาจากร้านของชำที่มีลักษณะเพียงห้องแถวเล็กๆ แคบๆ หนึ่งหรือสองคูหาสู่การบริหารจัดการที่ทันสมัยตามแบบฉบับการจำหน่ายสินค้าของชาติตะวันตกในลักษณะห้างสรรพสินค้าโดยเริ่มต้นในปี ๒๕๓๙ เป็นต้นมา เฉพาะอย่างยิ่งการค้าดำเนินธุรกิจขนาดยักษ์ ที่เรียกว่า อภิมหาศูนย์การค้า แบบวันสต็อป ซุปเปอร์ หรือห้างสรรพสินค้า ที่รวมทุกสิ่งทุกอย่างไว้ในสถานที่เดียวกัน ถือเป็นแนวรบที่เข้มข้นสู่สภาพลักษณะของศูนย์การค้าระดับอินเตอร์ ขณะเดียวกันกระแสการแข่งขันก็เข้มข้นขึ้นทุกขณะ กลายเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งยวด ของการก่อกำเนิดการแบ่งตลาด สู่รูปแบบของแนวการค้าปลีก อันเป็นรูปแบบที่ชัดเจนมากขึ้น ตามคอนเซ็ปต์จากต่างประเทศ ที่ได้มีการนำเข้ามาประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมกับตลาดของไทย รูปแบบใหม่ ๆ ของการค้าปลีกที่กำลังขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยที่ประเทศไทยยังไม่คุ้นเคยซึ่งมีบรรดายักษ์ใหญ่ค้าปลีกในบ้านเราต่างก็กำลังเร่งขยายฐานกันยกใหญ่ กระทั่งเมื่อเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในปี ๒๕๔๐ ได้ก่อให้เกิดให้ผู้ลงทุนที่ธุรกิจการค้าปลีกขนาดยักษ์อย่างมหาศาลโดยเฉพาะนักลงทุนที่กู้เงินลงทุนมาจากต่างประเทศ จนเป็นเหตุให้ยักษ์ใหญ่ค้าปลีกข้ามชาติหันหน้าเข้ามาซื้อกิจการจากยักษ์ใหญ่ค้าปลีกของเมืองไทย จนเกิดยี่ห้อค้าปลีกใหม่ขึ้นหลากหลาย ทั้งซูเปอร์เซ็นเตอร์ ซูเปอร์สโตร์ ดิสเคาท์สโตร์ ไฮเปอร์มาร์เกต แคชแอนด์แครี่ แคร่ริชออร์คิลเลอร์และแวร์เฮาส์คลับ หรือ ไพร์สคลับ เป็นต้น การที่มี

^{๙๑} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๘.

การแบ่งแยกการค้าปลีกออกเป็นลักษณะหรือรูปแบบต่างๆ ดังกล่าวเป็นการ แบ่งแยกโดยพิจารณาจาก ๓ หลักเกณฑ์ใหญ่ๆ ได้คือ

๑. แบ่งตามลักษณะของการดำเนินการ
๒. แบ่งตามรูปแบบของร้านค้า
๓. แบ่งตามลักษณะของผู้เป็นเจ้าของ

เมื่อมองย้อนยุคการก่อกำเนิดขึ้นของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าที่รวมอยู่ในตัวอาคารเดียวกันแล้ว ก็จะเห็นได้อย่างเด่นชัดว่าช่วงที่เป็นหัวเลี้ยวหัวต่อของการพัฒนาการก็คือการ ที่ห้างสรรพสินค้าพัฒนาเป็นช้อปปิ้งคอมเพล็กซ์ ในช่วงปี ๒๕๒๐-๒๕๒๗ ซึ่งจากจุดนั้นทำให้การค้าปลีกแบบใหม่กลายเป็นที่นิยมชมชอบของนักช้อปปิ้งทั้งหลาย ที่สำคัญคือ ช้อปปิ้งคอมเพล็กซ์เป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าระดับยักษ์ ที่ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไปแล้ว ยังมีอาคารสำนักงาน โรงแรม โรงภาพยนตร์ สวนสนุกและ ศูนย์อาหารรวมอยู่ด้วย^{๙๒}

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พัฒนาการของการค้าปลีกเริ่มมีมาอย่างจริงจังหลังสงครามโลกครั้งที่ ๒ เนื่องจากประเทศไทยไม่มีฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม ทำให้เกิดร้านขายส่งคือตัวแทนผู้ผลิตสินค้าร้านค้าปลีกทั่วไปคือ ร้านค้าที่มีสินค้าหลากหลายประเภท และร้านขายของชำ แต่ต่อมาปี ๒๕๔๑ ได้เข้าสู่การค้าปลีกรูปแบบใหม่ที่ทันสมัย โดยผู้จำหน่ายมีวิธีการจูงใจลูกค้า มีความสะดวกสบาย ทำให้เกิดผลกระทบต่อร้านโชห่วยและร้านขายของชำทั่วไป โดยร้านค้าปลีกรูปแบบใหม่นี้เป็นการดำเนินธุรกิจขนาดยักษ์ เป็นศูนย์ของสรรพสินค้า เข้าถึงได้ง่ายมีการจูงใจลูกค้า มีสถานที่ที่มีขนาดใหญ่ ที่เรียกว่าห้างสรรพสินค้านั่นเอง

๒.๕.๒. รูปแบบของธุรกิจค้าปลีกค้าส่งในยุคปัจจุบัน

ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งในยุคปัจจุบันอาจจะแบ่งลักษณะหรือรูปแบบตามความเป็นเจ้าของกิจการ และแบ่งตามลักษณะการดำเนินการ รวมทั้งอาจแบ่งในรูปของร้าน ซึ่งสามารถแบ่งได้ ๘ รูปแบบ และบางครั้งแต่ละรูปแบบก็อาจจะมีลักษณะการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกันจนไม่สามารถแยกประเภทได้ชัดเจนดังนี้ แต่ก็พอจะแยกได้ดังนี้^{๙๓}

๑. ห้างสรรพสินค้า หรือ ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ และศูนย์การค้า หรือช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าเป็นธุรกิจค้าปลีกหรือร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ที่มีสินค้าหลากหลายประเภทและมีปริมาณมาก ซึ่งเปิดบริการในประเทศมานาน เสมือนนำร้านค้าปลีกแต่ละประเภทมารวมอยู่ในสถานที่เดียวกัน เน้นการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ หรือเป็นแผนก ตามสายผลิตภัณฑ์เพื่อความสะดวกสบายในการเลือกสรรและจับจ่ายของผู้บริโภค โดยเฉพาะการบริหาร จัดการมีความสลับซับซ้อน มีพนักงานหรือเจ้าหน้าที่เป็นจำนวนมาก ห้างสรรพสินค้าที่ยังคงมีชื่อเสียงใน

^{๙๒} อธิวัฒน์ ทรัพย์ไพฑูรย์, อภิธานอาณาจักรธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง, (กรุงเทพฯ: ฟิงตัน, ๒๕๔๕).

^{๙๓} คุณกิจ เบญจาทิพรวงศ์, “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตที่เข้ามาค้าปลีกข้ามชาติในจังหวัดกรุงเทพมหานคร”, หน้า ๙.

กรุงเทพมหานครในปัจจุบันคือ ห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง และห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล ซึ่งดำเนินกิจการโดยคนไทย รูปแบบของห้างสรรพสินค้าแปรเปลี่ยนตลอดเวลา เห็นได้จากห้างสรรพสินค้าของไทยมีความแตกต่างจากห้างสรรพสินค้าในบางประเทศที่มักจะรวมเอาซูเปอร์มาร์เก็ตไว้ในห้างสรรพสินค้า จุดเด่นของห้างสรรพสินค้าอีกด้านหนึ่งคือ การรวมเอาร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างมาไว้ในสถานที่เดียวกัน อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาจากห้างสรรพสินค้าเป็นศูนย์การค้า หรือช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ ทั้งนี้เพื่อการแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะมีรูปแบบการให้บริการอื่นๆ อย่างครบวงจร เช่น โรงภาพยนตร์ ร้านอาหาร ศูนย์รวมร้านค้าย่อยประเภทต่างๆ รวมทั้งร้านจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ร้านแว่นตา ร้านเสริมสวย คลินิกดูแลและรักษาสุขภาพ เป็นต้น ขณะเดียวกันยังได้รวมเอาซูเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์สโตร์ ดิสเคาท์สโตร์ เข้ามาไว้ในห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าอีกด้วย โดยหวังที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า อย่างไรก็ตามถึงทุกกลุ่มเป้าหมายจุดเด่นของศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้า มีพื้นที่กว้างใหญ่ในการโชว์ สินค้า และสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งสถานที่จอดรถ สถานที่พักผ่อน ที่ดึงดูดลูกค้าด้วยความใหม่ แปลกและทันสมัยสินค้าของห้างสรรพสินค้าเน้นสินค้าที่มีราคาแพงและทันสมัย มีการแยกหมวดหมู่ชัดเจน มีพนักงานขายที่ต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี

๒. ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ หรือ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่นับเป็นร้านค้าที่มีลักษณะให้ผู้ซื้อบริการตนเอง เพื่อลด ค่าใช้จ่าย ไม่มีพนักงานของร้านเอาใจใส่ต่อผู้ซื้อ โดยร้านค้าจะนำอุปกรณ์การขายประเภทไม้ใช้ แรงงานคนมาช่วย เช่น ตะกร้า รถเข็น การตกแต่งร้านในลักษณะชั้นเปิด ไม่มีกระจกกั้น ในการ จำหน่ายสินค้าเน้นปริมาณมากแต่กำไรน้อย เพื่อให้อัตราการหมุนเวียนของสินค้ารวดเร็ว ทำให้เงินหมุนเวียนไม่ขาดตอน และสามารถต่อรองกับซัพพลายเออร์ได้เป็นอย่างดี ซูเปอร์มาร์เก็ตในเมืองไทย อาจมีความแตกต่างจากซูเปอร์มาร์เก็ตในต่างประเทศอยู่บ้าง ตรงที่ต่างประเทศเน้นขาย อาหารสดเป็นสินค้าหลัก เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เป็นต้น สำหรับซูเปอร์มาร์เก็ตแห่งแรกของประเทศไทยนั้น คือ แงงการู ซูเปอร์มาร์เก็ต เริ่มต้น

ในปี ๒๕๐๗ แต่ไม่ประสบความสำเร็จ ต่อมาในปี ๒๕๑๕ มีฟู้ดแลนด์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ก็ก่อกำเนิด จากนั้นแกงการูก็ได้หายไปจากตลาดค้าปลีกของไทย คงเหลือไว้แต่ฟู้ดแลนด์ที่ยืนยาวมาตราบนานแสนนาน ทุกวันนี้ และปี ๒๕๓๓ ขึ้นนี้ ซูเปอร์มาร์เก็ต ก็เปิดดำเนินการหลังจากนั้นจึงเกิดซูเปอร์มาร์เก็ตขึ้น มากมายหลากหลายประเภท ซูเปอร์มาร์เก็ตเน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค และเครื่องมือ เครื่องใช้ในชีวิต ประจำวันคละกันไป แต่ซูเปอร์มาร์เก็ตในต่างประเทศเปิดจำหน่ายเป็นร้านจำหน่ายโดยลำพังไม่รวมอยู่ในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าเช่นในประเทศไทย และส่วนใหญ่มุ่งเน้นทำเลที่ตั้งแถบ ชานเมืองหรือชุมชน หรือเป็นเส้นทางที่มีแหล่งชุมชนซูเปอร์มาร์เก็ตที่รู้จักกันดีคือ ฟู้ดแลนด์ โฮมเพอร์ซนาล์ท ที่อปซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายของซูเปอร์มาร์เก็ตต่างกับห้างสรรพสินค้า ขณะที่ห้างสรรพสินค้า เป็นกลุ่มคนทำงานที่มีอำนาจซื้อ และซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีเป็นหลัก อีกด้านหนึ่งลูกค้าของ ซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นลูกค้าทั่วไปไม่จำกัดว่าเป็นคนชั้นต่ำหรือชั้นสูง คนรวยหรือคนจน เนื่องจากแต่ละคนต่างก็ต้องบริโภคข้าวปลาอาหาร และต้องใช้สบู่ ผงซักฟอก ยาสีฟัน และอื่นๆ ใน ชีวิตประจำวัน กลุ่มเป้าหมายของลูกค้าคือแม่บ้านที่มาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน สำหรับซูเปอร์มาร์เก็ตที่ยังคงดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบันคือ ฟู้ดแลนด์

ซูเปอร์มาร์เก็ต แต่ปัจจุบันธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ตได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะขยายสาขาตามห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าต่างๆ แทนที่จะแยกตัวเป็นอิสระเหมือนในอดีตส่วนใหญ่ ซูเปอร์มาร์เก็ตจะตั้งอยู่บริเวณชั้นล่างของห้างสรรพสินค้า ทั้งนี้อาจเป็นนโยบายของห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าที่ต้องการนำซูเปอร์มาร์เก็ตมารวมไว้เพื่อให้เกิด วัน สต๊อป ซ้อปิ้ง คือสามารถซื้อหาสินค้าทุกชนิดในสถานที่เดียวกันนั่นเอง^{๙๔}

๓. ร้านสะดวกซื้อ หรือคอนวีเนียนสโตร์ ร้านสะดวกซื้อนับเป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ซึ่งคนไทยนิยมเรียกว่าร้านโชห่วยสมัยใหม่ หรือร้านขายของชำ ร้านค้าปลีกขนาดเล็กจำหน่ายสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวันรวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มประเภทพาสต์ฟู้ด มีสินค้าหลากหลายชนิด แต่ไม่หลากหลายเท่าซูเปอร์มาร์เก็ต โดยเฉพาะสินค้ามีจำนวนจำกัด ทั้งปริมาณและยี่ห้อ ราคาสินค้าโดยทั่วไปจะสูงกว่าในซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อเน้นสถานที่เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่นอยู่ในแหล่งชุมชน ป้ายรถเมล์ โรงพยาบาล โรงเรียน หรือปั้มน้ำมัน ร้านประเภทนี้เน้นความสะดวกสบายและเปิดบริการแก่ผู้บริโภค ๒๔ ชั่วโมง ซึ่งปัจจุบันร้านสะดวกซื้อมีการแข่งขันกันสูงที่พบเห็นโดยทั่วไปในจังหวัดกรุงเทพมหานครได้แก่ร้าน เซเว่นอีเลฟเว่น ร้านมินิมาร์ท เป็นต้น

ร้านค้าประเภทนี้อาจย่อส่วนให้เล็กลงตามขนาดและตามความจำเป็นของพื้นที่และปริมาณสินค้าที่วางจำหน่ายจำกัดไม่กี่ชนิด ซึ่งจะเรียกร้านที่ย่อส่วนลงนี้ว่ามินิมาร์ท เน้นจำหน่ายประเภทอาหารแห้ง ขนมขบเคี้ยว น้ำดื่ม และของจำเป็นในชีวิตประจำวันที่ทุกคนต้องใช้

๔. ร้านค้าแบบเน้นสินค้าราคาถูก หรือดิสเคาท์สโตร์ ร้านค้าแบบเน้นสินค้าราคาถูกหรือ ดิสเคาท์สโตร์เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่จำหน่าย สินค้าราคาถูกในปริมาณมากๆ เน้นลูกค้าระดับกลางและระดับล่าง ไม่มีเครื่องล่อใจให้เข้าไปซื้อ สินค้า ไม่เน้นสินค้ายี่ห้อดังเหมือนห้างสรรพสินค้า นอกเหนือจากนี้ยังยึดหลักให้ลูกค้าบริการตนเอง โดยร้านมีอุปกรณ์ช่วยขายได้แก่ ตะกร้า รถเข็น จัดไว้ให้ ซึ่งดิสเคาท์สโตร์บางแห่งเน้นการขายสินค้าส่ง ให้แก่ร้านค้าย่อยที่ต้องการซื้อสินค้าด้วยต้นทุนต่ำ เพื่อนำไปจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง สินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าแบบนี้ เป็นสินค้าทั่วไปไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าที่ขายได้รวดเร็ว หรือสินค้าที่สร้างผลกำไรมาก หากแต่เน้นขายสินค้าคุณภาพสูงเหมือนห้างสรรพสินค้า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือผู้รายได้ปานกลางถึงต่ำ ใช้ราคาเป็นเครื่องล่อใจลูกค้าสำหรับพื้นที่ที่มีขนาดกว้างใหญ่โดยทั่วไปประมาณ ๑๐,๐๐๐ - ๒๐,๐๐๐ ตารางเมตร สำหรับร้านดิสเคาท์สโตร์ ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในปัจจุบัน เช่น เทสโก้โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์, บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ เป็นต้น ร้านค้าประเภทนี้บางแห่งมีการเปิดรับสมัครสมาชิกเพื่อมอบส่วนลดในการซื้อ สินค้าจำนวนมาก อีกทั้งมีการจัดรายการลดแลกแจกแถมกันอย่างต่อเนื่อง นอกจากดิสเคาท์สโตร์จำหน่ายสินค้าในชีวิตประจำวันบางอย่างแล้วยังเป็นร้านค้าประเภทจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่างอยู่ด้วยเช่น จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้ในครัวเรือน เสื้อผ้าบุรุษ สตรี นอกจากนี้ยังมีร้านค้าย่อยรวมอยู่ในร้านดิสเคาท์สโตร์ เช่น ศูนย์อาหาร ร้านหนังสือ ร้านจำหน่ายเครื่องมือสื่อสาร เป็นต้น

^{๙๔} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๐.

๕. ซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็นร้านค้าอีกประเภทหนึ่งที่มีการผสมผสานระหว่างซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าซึ่งเป็นร้านค้าปลีกตามแนวคิดการค้าของอเมริกา เน้นจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม รวมทั้งเครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ และนำอาหารมาจำหน่ายเพิ่มเติมเป็นสินค้าเสริมสำหรับประเทศไทยจำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิด ดังนั้นจึงยากแก่การแบ่งแยกกว่าอะไรคือซูเปอร์เซ็นเตอร์หรือดิสเคาท์สโตร์ เช่น เทสโก้โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ อาจมองได้ว่าเป็นดิสเคาท์สโตร์ หรือ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ก็ได้ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันร้านค้าปลีกแบบซูเปอร์เซ็นเตอร์ในรูปแบบของต่างประเทศ ได้รับการยอมรับจากคนไทยมากขึ้นเนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าระดับกลางได้มากกว่า ขณะเดียวกันการดำเนินกิจการซูเปอร์เซ็นเตอร์มีความสลับซับซ้อนน้อยกว่า ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า^{๙๕}

๖. ร้านค้าปลีกครบวงจร หรือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าปลีกครบวงจร เป็นร้านค้าปลีกที่มีขนาดใหญ่เสมือนเป็นคลังสินค้า ทั้งนี้ลักษณะของร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตในต่างประเทศ อาจมีขนาดใหญ่กว่าซูเปอร์มาร์เก็ตถึง ๖ เท่า โดยมีพื้นที่ตั้งแต่ ๑๐,๐๐๐ ตารางเมตรขึ้นไป จำหน่ายสินค้านานาประเภท สินค้าราคาปานกลาง แต่มี สินค้าหลากหลาย เป็นการผสมผสานของ ซูเปอร์สโตร์ และดิสเคาท์สโตร์ ที่สำคัญก็คือ เป็นร้านค้าที่มีสินค้าหลากหลายถึง ๓๐,๐๐๐ ชนิด ไฮเปอร์มาร์เก็ตจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค รวมทั้งสินค้าที่จำเป็นเช่นเดียวกับซูเปอร์เซ็นเตอร์ แต่ที่แตกต่างคือเน้นจำหน่ายสินค้าประเภท อาหารเป็นสินค้าหลักมีอาหารให้เลือกมากมายเป็นพิเศษ และจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าเสริม เล็กน้อยทางด้านการบริหารงานจะสลับซับซ้อนกว่าร้านค้าทั่วไป เพราะต้องมีต้นทุนที่ต่ำและมีการจัดการที่ใช้ค่าใช้จ่ายน้อย เช่นคาร์ฟูร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น นอกจากนี้ยังเน้นจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด ด้วยรูปแบบการประสานระหว่าง ร้านค้าส่ง และร้านดิสเคาท์สโตร์กับซูเปอร์สโตร์เข้าด้วยกัน มีการจัดวางสินค้าภายในคล้ายคลึง กับคลังสินค้า โดยมีจุดชำระเงินอยู่ในลักษณะเดียวกับซูเปอร์มาร์เก็ต

๗. ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างหรือสเปเชียลสโตร์ ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างหรือสเปเชียลสโตร์ เป็นร้านค้าที่เปิดให้บริการจำหน่ายสินค้าเฉพาะเจาะจง ประเภทของสินค้า ได้แก่ เป็นร้านค้าจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เป็นร้านค้าที่เปิดบริการจำหน่ายสินค้าเฉพาะเจาะจง ประเภทของสินค้า ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เคหะภัณฑ์ หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านค้าที่จัดเป็นประเภทนี้ได้แก่ โฮมโปร เพาเวอร์บาย รวมถึงร้านจำหน่าย เครื่องสำอาง เช่น ร้านบู๊ท และร้านวัตสัน เป็นต้น ร้านค้าประเภทนี้เน้นจำหน่ายสินค้าเฉพาะสายผลิตภัณฑ์เดียว โดยมีสินค้าครบใน ประเภทนั้น ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายของยี่ห้อ คุณภาพ ขนาดและสี ที่สำคัญเน้นจำหน่ายใน ราคาถูก ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือผู้บริโภค ที่ต้องการสินค้าเฉพาะด้าน

๘. ร้านขายส่งขนาดใหญ่ ธุรกิจขายส่งขนาดใหญ่ ที่เน้นให้ลูกค้าบริการตนเองและต้องชำระเงินสด ซึ่งธุรกิจ ประเภทนี้มีคู่แข่งน้อยราย เน้นการจำหน่ายสินค้าที่บรรจุหีบห่อ จึงทำให้ปริมาณการจำหน่าย หรือ การหมุนเวียนค่อนข้างสูง เน้นลูกค้าองค์กรมากกว่าบุคคล ซึ่งได้แก่

^{๙๕} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๑.

โรงแรม ภัตตาคาร โรงพยาบาล และสถาบันการศึกษา ตลอดจนร้านค้าปลีกรายย่อยที่มีอยู่ทั่วประเทศ^{๔๖}

ปัจจุบันนี้ธุรกิจทุกรูปแบบที่กล่าวมาจัดว่าเป็นธุรกิจที่ผสมผสานกันค่อนข้างสูง จึงไม่สามารถแยกประเภทได้อย่างชัดเจน แต่ที่สำคัญคือกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่บริษัทข้ามชาติให้ความสนใจนำเงินมาลงทุนอย่างต่อเนื่อง และได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว สาเหตุที่สำคัญที่ทำให้ทุนข้ามชาติหลังไหลเข้ามาประกอบธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย มีสาเหตุหลัก อยู่ ๒ ประการ คือ

๑. สืบเนื่องมาจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้เปิดให้นักลงทุนต่างชาติ เข้ามาขอส่งเสริมการลงทุนในกิจการค้าปลีก ค้าส่ง หรือเข้ามาถือหุ้นในกิจการที่ดำเนินอยู่แล้วได้

๒. การบังคับใช้พระราชบัญญัติ การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. ๒๕๔๒ เปิดทางให้ต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย ทั้งนี้โดยมีข้อแม้ว่า ต้องมีเงินลงทุนจากต่างประเทศไม่ต่ำกว่า ๑๐๐ ล้านบาทเป็นผลให้บริษัทยักษ์ค้าปลีกเข้ามาลงทุนได้แก่

๑) กลุ่มรอยัลเอโฮล์ดจากเนเธอร์แลนด์ ซึ่งมียอดขายเป็นลำดับที่ ๑๒ ของโลก ถือหุ้นในท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต ๑๐๐ เปอร์เซนต์

๒) กลุ่มเทสโก้ จากอังกฤษมียอดขายเป็นอันดับที่ ๑๕ ของโลก ถือหุ้นในโลตัส หรือ เทสโก้โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ๙๑.๒ เปอร์เซนต์

๓) กลุ่มคาร์ฟูร์จากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งมียอดขายเป็นอันดับที่ ๒ ของโลก ถือหุ้นในบริษัท คาร์ฟูร์ไฮเปอร์มาร์ท ๔ เปอร์เซนต์

๔) กลุ่มกาสิโน มียอดขายเป็นอันดับ ๓๕ ของโลก ถือหุ้นในบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ๖๐ เปอร์เซนต์ ผลการรุกคืบเข้ามาลงทุนของร้านค้าปลีกข้ามชาติ ทำให้วงการค้าปลีกสมัยใหม่ของไทยกลับคึกคักและมีการขยายตัวอีกครั้งหนึ่งโดยเฉพาะในกลุ่มดิสเคาท์สโตร์ ในช่วงปี ๒๕๓๓-๒๕๔๐ มูลค่าการค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทยมีอัตราการเติบโต เพิ่มขึ้นค่อนข้างสูงและต่อเนื่องคือประมาณร้อยละ ๑๘ ต่อปี หลังการชะงักงันในช่วงปี ๒๕๔๐-๒๕๔๑ อยู่ระยะหนึ่ง ยักษ์ใหญ่ค้าปลีกต่างชาติก็เริ่มรุกเข้าสู่ประเทศไทย เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ อย่างเต็มที่ในปี ๒๕๔๒ การขยายสาขาอย่างรวดเร็วของดิสเคาท์สโตร์ ทำให้มียอดขายของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ สูงขึ้นทวีคูณ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจค้าปลีกรูปแบบอื่นๆ ก็จะเหนือกว่าอย่างไม่อาจ เทียบเคียงกันได้ การขยายสาขาอย่างรวดเร็วของดิสเคาท์สโตร์ที่ผ่านมา ทำให้มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ภายใต้กลยุทธ์การลดราคา เพื่อทำลายคู่แข่งจนให้ปิดกิจการไป แม้กระทั่งห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ต่างก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน เพราะยอดขายนำลดลงอย่าง มากจนมีแนวโน้มว่าจะดำเนินการต่อไปไม่ได้ในอนาคต จนกระทั่งกลายเป็นที่มาของการรวมตัวกันต่อต้านและเรียกร้องให้รัฐบาลจำกัดการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การค้าปลีกแบบจำหน่ายสินค้าราคาถูก (ดิสเคาท์สโตร์) และเกิดปัญหาอย่างต่อเนื่องเมื่อดิสเคาท์ สโตร์จากต่างชาติ สามารถขยายสาขาไปสู่

^{๔๖} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๓.

ต่างจังหวัดอย่างรวดเร็วส่งผลให้ร้านค้าปลีกรายย่อย และห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นในหลายจังหวัด ต่างได้รับผลกระทบกันทั่วหน้า ทำให้ร้านขายของชำดั้งเดิมและยี่ปี่ว ต้องปิดตัวเองลงปีละนับหมื่นราย^{๙๗} สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกค้าส่งขนาดเล็กและขนาดกลางรวมทั้งขนาดใหญ่ที่มีมา แต่ดั้งเดิมที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดก็คือ ร้านค้าปลีกค้าส่งในจังหวัดใหญ่ๆ เช่นพิษณุโลก ขอนแก่น อุดรธานี อุบลราชธานี นครราชสีมา เชียงใหม่และสงขลา เป็นต้น จังหวัดที่ต้อง เผชิญหน้า ระหว่างร้านค้าปลีกสมัยใหม่ด้วยกัน และร้านค้าปลีกสมัยใหม่กับสมัยเก่าก็คือ จังหวัด นครราชสีมา และจังหวัดสงขลา ต้องแข่งขันกันอย่างรุนแรงกับยักษ์ใหญ่ค้าปลีกข้ามชาติ ที่มีทั้ง แม็คโคร บิ๊กซี เทสโก้โลตัส และท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต ผลการรุกคืบของทุนต่างชาติที่ได้เข้ามาถือหุ้นข้างมากในธุรกิจค้าปลีกค้าส่งของไทย มิเพียงทำให้บริษัททุนข้ามชาติค้าปลีกมีบทบาทมากขึ้นเท่านั้น หากแต่ยังส่งผลกระทบอีกหลาย ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างทางธุรกิจ อีกทั้งส่งผล ต่อระบบ การบริหารการจ้างงาน ตลอดจนถึงส่งผลกระทบต่อทิศทางการบริหารธุรกิจค้าปลีกค้าส่งในด้านอื่นๆ อีกมาก แม้กระทั่งส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ในครอบครัวที่เคย ประกอบการค้าปลีกค้าส่งมา ยาวนาน อย่างร้านขายของชำหรือโชห่วย หรือร้านยี่ปี่วดั้งเดิม ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดและเพื่อให้ตน แข่งขันกับบริษัทยักษ์ใหญ่ด้านค้าปลีก ทำให้ร้านค้าปลีกดั้งเดิม จำต้องปรับปรุงตนเองให้สอดคล้องกับ สภาพที่เป็นจริง โดยเฉพาะต้องอาศัย การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังต้องนำ เทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการด้วย ใน การเปลี่ยนแปลงของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ หรือการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงธุรกิจค้าปลีกค้าปลีก ขนาดกลางและขนาดเล็ก จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น ต้องมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ ชัดเจน การวางสินค้า การตกแต่งร้าน การขายสินค้าในราคาที่เป็นธรรม เป็นต้น หลังจากทุนข้ามชาติหลั่งไหลเข้ามา จำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ สรุปได้ ดังนี้

๑. การแข่งขันธุรกิจค้าปลีกประเภทดีสเคาท์สโตร์และไฮเปอร์มาร์เก็ต ทวีความรุนแรง มากขึ้น โดยมีร้านค้าที่ต่างชาติถือหุ้นเป็นจำนวนมาก เช่น เทสโก้โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และ คาร์ฟูร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ทั้งนี้เนื่องจากโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์นอกจากจะใช้ทุนที่เพิ่มขึ้นเพื่อนำไป ชำระหนี้แล้ว ยังต้องการขยายไลน์สินค้าให้ครบวงจรมากขึ้น อันจะทำให้ได้เปรียบร้านค้าคู่แข่ง ประเภทเดียวกัน ซึ่ง นอกจากต้องแบกรับภาระหนี้สินแล้ว ยังไม่สามารถขยายสาขาได้ในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ในช่วงปี ๒๕๔๐

๒. ร้านค้าปลีกประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตนั้น ปรากฏว่าร้านค้าที่ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ตเป็น ซูเปอร์มาร์เก็ตที่ขายดีอันดับหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็ก ต่างเร่งปรับตัวเพื่อรองรับ การแข่งขัน มิฉะนั้นร้านค้าปลีกประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็ก ก็ต้องล่มสลายไปตามเกณฑ์ที่ว่าปลา ใหญ่กินปลาเล็ก

๓. ระบบการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยจะมีการพัฒนาให้ทันสมัยขึ้นมีความ เป็นสากลมากขึ้น เนื่องจากผู้บริหารงานต่างชาตินั้นมีประสบการณ์ที่ยาวนาน และมีประสิทธิภาพใน

^{๙๗} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๕.

การดำเนินธุรกิจสูง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าธุรกิจค้าปลีกในเมืองไทยทั้งดิสเคาท์สโตร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต แคริกอ์ริคิลเลอร์ เป็นต้น มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ในช่วง ๓-๕ ปี ที่ผ่านมามีการพัฒนาการอย่างรวดเร็วของร้านค้าปลีกข้ามชาตินั้น ล้วนมีสาเหตุจากทุนสากลมีบทบาทและอิทธิพลครองโลกหรือโลกาภิวัตน์ และธุรกิจไร้พรมแดน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการไหลบ่าของวัฒนธรรมบริโภคสมัยใหม่จากตะวันตกเช่นการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด หรือเป็นภาษาไทยว่าอาหารจานด่วน รวมทั้งการบริโภคอาหารที่มีการแต่งรส กลิ่น สีสวยงาม แต่ข้อดีของการหลั่งไหลของวัฒนธรรม คือ มีการถ่ายทอดเทคโนโลยี ตลอดจนการบริหารจัดการที่ทันสมัยและมีการถ่ายทอดระบบการบริหารงานให้แก่คนไทย

๔. ทุนค้าปลีกข้ามชาติมีส่วนช่วยกระตุ้น ให้ธุรกิจค้าปลีกของคนไทยปรับตัวสู่ความเป็นสากล เนื่องจากธุรกิจต่างประเทศจะแข่งขันกันนำเทคโนโลยี และความรู้ต่างๆ เข้ามาพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ที่สำคัญคือร้านค้าปลีกของไทยจำเป็นต้องพัฒนาโดยเฉพาะการจัดการบริหารในองค์กรของแต่ละธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและมีความเป็นสากล แทนการบริหารงานแบบครอบครัว เพื่อแข่งขันกับบริษัทยักษ์ใหญ่ค้าปลีกต่างประเทศในไทย

๕. แม้ว่าการลงทุนต่างชาติจะไม่หลั่งไหลเข้ามาลงทุนค้าปลีกในประเทศไทย แต่การขยายการลงทุนของผู้ค้าปลีกชาวไทยด้วยกันเอง ก็เป็นไปอย่างรวดเร็วและเกิดการแข่งขันอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน เพียงแต่การที่ทุนต่างชาติเข้ามาหลังปี ๒๕๔๐ เป็นการช่วยเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินให้แก่ักลงทุนคนไทย ที่กำลังเจอพิษมรสุมเศรษฐกิจจนต้องขาดแคลนเม็ดเงินลงทุน ด้วยเหตุนี้เท่ากับร้านค้าปลีกข้ามชาติเหล่านี้ เข้ามาช่วยเหลือไม่ให้ธุรกิจค้าปลีกของไทยต้องปิดตัวลงทันทีทันใด และสามารถกลับฟื้นคืนมาใหม่ แต่เป็นการฟื้นที่ส่งผลกระทบต่อการค้าปลีกของไทยทั้งระบบ ในแง่ที่ว่าทำให้การแข่งขันเป็นไปอย่างเข้มข้น จนกระทั่งทำให้ธุรกิจรายกลางและเล็กซึ่งมีเงินทุนไม่เพียงพอและไม่มีการปรับตัวต้องปิดกิจการเร็วขึ้น

๖. ทางด้านกลยุทธ์การแข่งขันหลังปี ๒๕๔๐ ร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง มีใช้เพียงความหรูหราทันสมัยด้วยเทคโนโลยีหากแต่ยังมีความครบถ้วนของสินค้าและบริการ เช่น แคชเชียร์เช็คเอาต์ที่รวดเร็ว สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานก็สามารถเปลี่ยนใหม่ได้ยิ่งกว่านั้นกลยุทธ์ทางด้านราคาก็ยังคงมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดและจะทวีความรุนแรงตามภาวะการแข่งขัน

๗. ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า และผู้สนับสนุนการลงทุน คือ ซัพพลายเออร์และกลุ่มสถาบันการเงินจะเปลี่ยนแปลงไป ผู้ค้าปลีกต้องมองถึงสัมพันธ์ภาพกับซัพพลายเออร์ ในฐานะคู่ค้ามากกว่าศัตรู^{๙๘}

สรุปว่าการที่ต่างชาติเข้ามาถือหุ้นใหญ่ ในร้านค้าปลีกในประเทศไทย และไม่เข้ามามีการลงทุนดำเนินธุรกิจค้าปลีกค้าส่งแนวใด ก็ทำให้เกิดผลกระทบหลายด้านต่อธุรกิจค้าปลีกค้าส่งไม่น้อย แต่ก็ไม่ใช่จะหายไปจากการดำเนินธุรกิจ หากแต่อาจจะดำรงอยู่ได้ยาวนาน เว้นแต่นักลงทุนค้าปลีกค้าส่ง ยังคงยึดการบริหารและการลงทุนแบบเก่า ที่ไม่พัฒนาให้สอดคล้องกับภาวะการณ์ที่

^{๙๘} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๗.

เปลี่ยนแปลงไป เฉพาะอย่างยิ่ง การที่สามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางการแข่งขัน ที่เต็มไปด้วยทุนต่างชาตินั้น ผู้ค้าปลีกรายย่อยหรือค้าปลีกค้าส่งดั้งเดิม จำเป็นจะต้องปรับตัวอย่างทันท่วงที การเข้ามาเปิดกิจการของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาตินั้นส่งผลกระทบต่อห้างสรรพสินค้าขนาดเล็ก ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใกล้เคียงกับร้านดิสเคาท์สโตร์ ทำให้ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าต่างหันเหไปซื้อสินค้าที่ร้านค้าประเภทดิสเคาท์สโตร์มากขึ้น ก่อให้เกิดวิกฤติทางธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในชุมชนดั้งเดิมของไทยนั้นอยู่บนพื้นฐานของการพึ่งพากันและกัน ทุกครอบครัวเป็นหน่วยในการผลิตเท่าๆ กับเป็นหน่วยในการบริโภค ปัจจัยที่จำเป็นหากผลิตไม่ได้ก็อาศัยการแลกเปลี่ยนสิ่งของที่ผลิตได้ระหว่างชุมชนเช่นการแลกเปลี่ยนข้าวสารกับเกลือของชาวนาในเขตภูเขากับชุมชนใกล้ทะเล การจัดการแรงงานก็ใช้ระบบแลกเปลี่ยนแรงงาน ในระบบเศรษฐกิจแบบยังชีพนี้มีการเปลี่ยนมือของเงินน้อยมาก และเงินแทบไม่ใช้สิ่งที่เป็นในการได้มาซึ่งสิ่งของหรือบริการในชุมชนต่างๆ เลย สำนักวิจัยเอแบคโพล ได้ทำการสำรวจการขยายตัวของร้านค้าปลีกข้ามชาติพบว่าส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงหลายด้านเช่นวิถีชีวิต ค่านิยม รวมทั้งพฤติกรรมกรรมการบริโภคของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ จากการสังเกตในเบื้องต้นจะเห็นได้ว่าประชาชนหันมาจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าปลีกข้ามชาติเหล่านี้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในวันหยุด สถานที่จอดรถของร้านค้าปลีกข้ามชาติเหล่านี้แทบไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนที่เข้าไปซื้อสินค้าและบริการ ในสภาวะการณ์ปัจจุบันก็ไม่เอื้ออำนวยให้คนไปซื้อของในตลาดสดอีกต่อไป

เนื่องจากต้องประสบกับปัญหาโรคติด ไม่มีสถานที่จอดรถ ตลอดจนปัญหาราคาสินค้าบางอย่างที่แพงกว่าในร้านค้าปลีกข้ามชาติทำให้ลูกค้าต้องไปต่อรองราคากับแม่ค้าเกิดความไม่สะดวกแก่ผู้บริโภคร้านค้าปลีกข้ามชาติได้สร้างแรงจูงใจให้ประชาชนเข้าไปจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีกลไกการตลาดที่ทันสมัย สามารถตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันของคนที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีเวลาว่างน้อยลง วิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนในปัจจุบันที่เห็นได้ชัดคือการมีรายได้สูงมากขึ้น ทั้งสามีและภรรยาต้องทำงานด้วยกันทั้งคู่ ทำให้ไม่มีเวลาในการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าเพื่ออุปโภคบริโภคได้ทุกวัน การจับจ่ายซื้อสินค้าในแต่ละครั้งจึงต้องซื้อคราวละมากๆ ในขณะที่วันหยุดก็ต้องพาครอบครัวออกไปนอกบ้านเพื่อรับประทานอาหารจากร้านอาหารต่างๆ ที่มีอยู่ในร้านค้าปลีกข้ามชาติหรือห้างสรรพสินค้าต่างๆ และถือว่าการพักผ่อนหย่อนใจอย่างหนึ่งของผู้คนในยุคปัจจุบัน ซึ่งทำให้การดำรงชีวิตตลอดจนพฤติกรรมกรรมการบริโภคของประชาชนในเขตเมืองจึงผูกพันอยู่กับการเข้าไปจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในร้านค้าปลีกข้ามชาติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในปัจจุบันนี้เป็นยุคการสื่อสารไร้พรมแดนเทคโนโลยีที่ทันสมัยได้เข้าถึงทุกสังคมทำให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารสะดวกขึ้น ทำให้ร้านค้าปลีกข้ามชาติสามารถใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์ หรือแม้กระทั่งทางไปรษณีย์ โดยมีการจัดส่งรายการสินค้าที่มีจำหน่ายในร้านค้าพร้อมทั้งเสนอราคาสินค้าให้ทราบด้วย จึงทำให้ร้านค้าปลีกข้ามชาติเหล่านี้ได้เปรียบตลาดประเภทอื่นๆ ที่ไม่สามารถใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์เหล่านี้ให้เกิดประโยชน์ได้^{๙๙}

^{๙๙} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๑.

ผู้วิจัยเห็นว่า ธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบัน มี ๘ รูปแบบคือ แบบห้างสรรพสินค้าเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีสินค้าหลากหลายมีความสะดวกสบายในการจับจ่ายของผู้บริโภค โดยมีจุดเด่นคือการรวมเอาสินค้าเฉพาะอย่างมาไว้ในที่เดียวกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีที่จอดรถ สถานที่พักผ่อน และมีการดึงดูดลูกค้าด้วยแรงจูงใจในการตลาด แบบร้านค้าปลีกขนาดใหญ่หรือซูเปอร์มาร์เก็ต มีลักษณะที่เป็นร้านค้าปลีกโดยเน้นที่ปริมาณมากแต่กำไรน้อย โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือแม่บ้าน และกลุ่มคนทำงานที่มีอำนาจซื้อ แบบร้านสะดวกซื้อ เป็นร้านค้าปลีกที่เปิดบริการ ๒๔ ชั่วโมง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า แบบซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็นการผสมผสานระหว่างซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าซึ่งเป็นร้านค้าปลีกเน้นจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม รวมทั้งเครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ และนำอาหารมาจำหน่ายเพิ่มเติม แบบร้านค้าปลีกครบวงจร เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่แบบคลังสินค้า เพื่อจำหน่ายสินค้านำราคาประหยัด แบบร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างเป็นร้านค้าที่เปิดให้บริการจำหน่ายสินค้าเฉพาะเจาะจง ประเภทของสินค้า เช่นร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น แบบร้านขายส่งขนาดใหญ่เป็นร้านค้าแบบผสมผสานเน้นการจำหน่ายสินค้าที่บรรจุหีบห่อ จึงทำให้ปริมาณการจำหน่าย หรือ การหมุนเวียนค่อนข้างสูงเน้นลูกค้าองค์กรมากกว่าบุคคล จะเห็นได้ว่าการดำเนินชีวิตตลอดจนพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนผูกพันอยู่กับการเข้าไปจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในร้านค้าปลีกได้เปรียบตลาดประเภทอื่นๆ ที่ไม่สามารถใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์เหล่านี้ให้เกิดประโยชน์ได้

๒.๖ แนวคิดการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน

แนวคิดทฤษฎีและหลักการว่าด้วยการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๒.๖.๑ ความหมายของห้างสรรพสินค้า

ห้างสรรพสินค้า คือศูนย์การค้า ซึ่งมีความหมายตามที่นักวิชาการให้ความหมายดังต่อไปนี้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทธิ และ สุณี เลิศแสวงกิจกล่าวว่า ศูนย์การค้า (Shopping Center) หมายถึง เป็นสถานที่ที่รวมร้านค้าปลีกหลายประเภทและจำนวนหลาย ๆ ร้านค้าอยู่รวมกันในอาคารเดียวกัน โดยมีการบริหารโดยกลุ่มบุคคลหนึ่ง^{๑๐๐}

นอกจากนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ กล่าวว่า ศูนย์กลางการเลือกซื้อ (Shopping Center) หมายถึง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกของการค้าปลีก มีการก่อสร้างโดยเจ้าของ และมีร้านค้าจำนวนมาก ศูนย์กลางการเลือกซื้อ (Shopping Center) เป็นแหล่งที่มีการออกแบบและมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะให้บริการผู้บริโภคหลายกลุ่ม ซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกัน อาศัยการจัดการจากส่วนประสมของร้านค้าร่วมกัน มีบรรยากาศที่สบาย ที่จอดรถเพียงพอ และมีการจัด

^{๑๐๐} ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทธิ และ สุณี เลิศแสวงกิจ, การบริหารธุรกิจขนาดย่อม, (กรุงเทพมหานคร: วังอักษร, ๒๕๓๘), หน้า ๖๘.

เหตุการณ์พิเศษเพื่อจูงใจลูกค้า ความสะดวกของศูนย์กลางการเลือกซื้อสำหรับครอบครัวและครัวเรือน โดยมีทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญ^{๑๐๑}

สมชาย หิรัญกิตติ กล่าวว่า ศูนย์การค้า (Shopping Center) หมายถึง สถานที่ที่ต้องการได้รับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า คนที่ขับรถมาที่ศูนย์การค้าต้องการที่จอดรถอย่างสะดวกสามารถหาสินค้าและบริการที่ดี มีสินค้าหลากหลาย และมีสิ่งบันเทิงที่มากขึ้น เป็นศูนย์รวมของคนจำนวนมาก มีการวางแผนและการจัดสรรต้นทุน มีที่จอดรถ มีความสะอาดและสิ่งแวดล้อมที่ดี^{๑๐๒}

สรุปได้ว่า ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าเป็นสถานที่รวบรวมสินค้าและบริการประเภทต่างๆ อย่างครบวงจร รวมอยู่ในสถานที่แห่งเดียวกัน ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงภาพยนตร์ ศูนย์อาหาร และบริการที่จอดรถ โดยเน้นสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมาก

๒.๖.๒ หลักการให้บริการของห้างสรรพสินค้า

หลักการให้บริการของห้างสรรพสินค้ามีนักวิชาการให้ความหมายดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ กล่าวว่า การให้บริการควรประกอบด้วย ๕ ประการ คือ

๑. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้ว นอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย

๒. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ครบวงจรของการบริการแล้วนั้นมิได้มีเพียงขั้นตอนนี้

๓. หลักความเสมอภาค กล่าวคือ บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นมาก

๔. หลักความประหยัด กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

^{๑๐๑} ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่, (กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร, ๒๕๔๖), หน้า ๒๐๔.

^{๑๐๒} สมชาย หิรัญกิตติ, อ่างใน วิชาเรีย เรื่องโพธิ์, “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน”, สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๓), หน้า ๔๕.

๕. หลักความสะดวก กล่าวคือ บริการที่จัดให้แก่ผู้รับจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก และยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการ^{๑๐๓}

กุลธน ธนาพงศธร กล่าวไว้ว่า หลักการให้บริการได้แก่

๑. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

๒. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

๓. หลักความเสมอภาค ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

๔. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

๕. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย และไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรมากนัก^{๑๐๔}

นอกจากนี้ วิเชียร ชันธหัตถ์ ได้ให้หลักปฏิบัติในการบริการที่ประสบความสำเร็จมีดังนี้

๑. สถานที่ สะอาด สะดวก สบาย และสวยงาม
๒. เตรียมตัวเองให้พร้อมทุกด้าน สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิต และบุคลิกภาพ
๓. ตรงต่อเวลา
๔. มีความกระตือรือร้นที่จะบริการ ยิ้ม ทักทาย
๕. สามารถให้รายละเอียดแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
๖. ให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
๗. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยไม่แสดงอาการเบื่อหน่ายให้ลูกค้าเห็น
๘. เมื่อมีงานแทรกเข้ามาระหว่างปฏิบัติงาน ถ้าต้องทิ้งงานบริการที่กำลังทำให้ลูกค้า ต้องแจ้งให้ลูกค้าว่าใครจะเป็นผู้ให้บริการแทนตัวเอง

^{๑๐๓} ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (๗P : Service Marketing Mix), (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๔๖), หน้า ๑๔๖.

^{๑๐๔} กุลธน ธนาพงศธร, คุณภาพในงานบริการ, (กรุงเทพมหานคร: ประชาชน, ๒๕๓๐), หน้า ๓๐๔.

๙. เมื่อมีลูกค้าเข้ารับบริการพร้อมกัน ให้หมายเลขตามลำดับก่อน-หลัง และส่งความอาหารถึงลูกค้าที่กำลังรออยู่โดยส่งยิ้ม หรือทักทายเพื่อแสดงว่ายินดีบริการ

๑๐. กรณีเกิดปัญหาขัดแย้งกับลูกค้า ถ้าไม่สามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ด้วยตัวเอง ให้นำเข้าพบหัวหน้าหรือพยายามชักจูงไปยังห้องอื่นเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน^{๑๐๕}

ผู้วิจัยเห็นว่าหลักการให้บริการของห้างสรรพสินค้า ควรมีความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ มีความสม่ำเสมอ มีความเสมอภาค มีความประหยัด มีความสะดวก และสถานที่ สะอาด สะดวก สบาย และสวยงาม เตรียมตัวเองให้พร้อมทุกด้าน สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิต และบุคลิกภาพ ตรงต่อเวลา มีความกระตือรือร้นที่จะบริการ ยิ้ม ทักทาย ให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยไม่แสดงอาการเบื่อหน่ายให้ลูกค้าเห็น เมื่อมีงานแทรกเข้ามาระหว่างปฏิบัติงาน ถ้าต้องทิ้งงานบริการที่กำลังทำให้ลูกค้า ต้องแจ้งให้ลูกค้าว่าใครจะเป็นผู้ให้บริการแทนตัวเอง เมื่อมีลูกค้าเข้ารับบริการพร้อมกัน ให้หมายเลขตามลำดับก่อน-หลัง และส่งความอาหารถึงลูกค้าที่กำลังรออยู่โดยส่งยิ้ม หรือทักทายเพื่อแสดงว่ายินดีบริการ กรณีเกิดปัญหาขัดแย้งกับลูกค้า ถ้าไม่สามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ด้วยตัวเอง ให้นำเข้าพบหัวหน้าหรือพยายามชักจูงไปยังห้องอื่นเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

๒.๖.๓ การให้บริการลูกค้าของห้างสรรพสินค้า

การให้บริการลูกค้าของห้างสรรพสินค้ามีหลักการดังนี้

๑. การจำแนกระดับของการบริการ

เลอพลอค ได้แบ่งการบริการออกเป็น ๓ ระดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับการให้บริการของผู้ให้บริการ ดังต่อไปนี้^{๑๐๖}

๑. บริการที่มีการเผชิญหน้าสูง (High Contract Service) มีส่วนร่วมกับการให้บริการโดยตลอด เกือบทุกกระบวนการในการส่งผ่านบริการ หรืออีกนัยหนึ่งผู้บริโภคต้องเข้าไปในสถานที่ให้บริการ และอยู่ที่นั่นตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น

๒. บริการที่มีการเผชิญหน้าปานกลาง (Medium Contract Service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการต่ำกว่าบริการแรก ซึ่งผู้บริโภคจะเข้าไปในสถานที่ให้บริการ แต่ไม่ได้อยู่ที่นั่น ตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น บริการระดับนี้จะรวมถึงการให้บริการแบบช่วยเหลือตัวเอง (Self Service) ด้วย

๓. บริการที่มีการเผชิญหน้าต่ำ (Low Contract Service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการต่ำที่สุด หรืออาจไม่มีเลยก็ได้ ซึ่งบริการระดับนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการผ่านสื่อหรือเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ กิจกรรมค้าปลีกรูปแบบศูนย์การค้า

^{๑๐๕} วิเชียร ชันธหัตถ์, อ่างใน วิชาเรียน เรื่องโพธิ์, “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน”, หน้า ๑๑.

^{๑๐๖} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๒.

ซึ่งเป็นกิจการขายปลีกที่จะได้รับความสำเร็จจะมีความเจริญรุ่งเรืองหรือไม่ ขึ้นอยู่กับลูกค้าผู้บริโภครที่เข้ามาใช้บริการว่ามีมากน้อยเพียงใดผู้ประกอบการศูนย์การค้าจึงจำเป็นต้องจัดการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพอใจของลูกค้าผู้บริโภครให้ดีที่สุดและมากที่สุด

๑. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายการบริการ เนื่องจากการจัดบริการแก่ลูกค้าผู้บริโภครเป็นเรื่องที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายผู้ประกอบการศูนย์การค้าจะต้องพิจารณากำหนดนโยบายการบริการด้วยความระมัดระวังอย่างรอบคอบ จะต้องเลือกบริการที่เหมาะสมและได้ประโยชน์คุ้มค่ากับการให้บริการ เช่น การบริการนั้นต้องช่วยขายสินค้าได้มากขึ้น มีกำไรมากขึ้นสร้างความพอใจและประทับใจลูกค้าผู้บริโภครมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการศูนย์การค้าจะต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการดังนี้

๑.๑ การแข่งขัน (Competition) ผู้ประกอบการควรพิจารณาตรวจสอบการบริการของกิจการประเภทเดียวกัน และจัดบริการให้ทัดเทียมกันหรือจัดเสนอสิ่งอื่นชดเชย เพื่อเป็นสิ่งเปรียบเทียบเชิญชวนให้ลูกค้าผู้บริโภครเลือกใช้บริการของกิจการให้มากที่สุด

๑.๒ ประเภทของสินค้า (Type of merchandise) สินค้าที่มีขนาดใหญ่ ราคาสูง จำเป็นต้องให้บริการขนส่ง ขายเงินผ่อน บริการให้เครดิต และบริการติดตั้งปรับสภาพ เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เตาแก๊ส เครื่องซักผ้า เครื่องเรือน เป็นต้น

๑.๓ ประเภทของลูกค้า (Type of client) ความแตกต่างกันในเรื่องต่างๆ ของลูกค้าคือ อาชีพ รายได้ ที่อยู่อาศัย อุปนิสัยในการซื้อ ล้วนมีผลกระทบต่อการจัดบริการ เช่น ลูกค้าผู้บริโภครที่มีรายได้สูงย่อมต้องการความสะดวกสบายมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่ำ

๑.๔ นโยบายราคาสินค้า กิจการที่มีนโยบายขายสินค้าราคาถูกมักจะต้องจัดบริการบางอย่างลง เหมาะสำหรับลูกค้าผู้บริโภครที่มีรายได้ต่ำ และเน้นการช่วยตัวเอง

๑.๕ ที่ตั้งของกิจการร้านค้า กิจการร้านค้าที่อยู่ใจกลางเมืองอาจต้องมีบริการส่งของ ส่วนร้านที่อยู่ตามหมู่บ้านหรือตามชานเมืองไม่จำเป็นต้องมีบริการส่งของ แต่ให้ลูกค้าผู้บริโภครที่มีรายได้ต่ำ และเน้นการช่วยตัวเอง

๒. ประเภทของบริการ ผู้ประกอบการกิจการศูนย์การค้าควรตระหนักเสมอว่า การจัดบริการให้ลูกค้าผู้บริโภครนั้น เพื่อหวังผลกำไรระยะยาว แต่การจัดการบริการจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายสูงจึงต้องเลือกการบริการแก่ลูกค้าผู้บริโภครที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำ และต้องคอยรับฟังความคิดเห็นหรือคำร้องเรียนของลูกค้า การบริการดังกล่าวมีหลายรูปแบบ คือ

๒.๑ บริการปรับปรุงแก้ไขสำหรับสินค้าบางประเภท เช่น เสื้อผ้าที่ต้องปรับปรุงแก้ไขให้พอเหมาะกับความต้องการของลูกค้าผู้บริโภครด้วยบริการฟรี บางกิจการอาจคิดค่าบริการบ้างแต่ส่วนมากจะกำหนดราคาสินค้าเหล่านั้นไว้สูงกว่าปกติอยู่แล้ว

๒.๒ บริการบรรจุหีบห่อสินค้า การขายปลีกสินค้าทั่วไปมักจะต้องมีการบรรจุหีบห่อหรือหีบห่อ แต่ละกิจการจะจัดบริการหีบห่อสินค้าแต่ละอย่างแตกต่างกัน โดยมีเครื่องหมายการค้าของกิจการสรรพสินค้าเพื่อช่วยโฆษณาชื่อเสียงของกิจการ การบริการหีบห่อจะต้องมีความรู้และทักษะ

พอสมควร เช่น สินค้าปกติทั่วไปอาจใช้กระดาษลดทอนสลายสวยสะอาดห่อให้เรียบร้อย เพื่อความสวยงาม เพิ่มคุณค่าของสินค้ายิ่งขึ้นช่วงเทศกาลต่างๆ อาจบริการห่อของขวัญกระดาษรีปั่นประดับดอกไม้สีสวย ซึ่งกิจการสรรพสินค้าส่วนใหญ่มักบริการฟรี บางกิจการอาจคิดค่าบริการบ้างหรืออาจคิดเฉพาะค่ากระดาษและรีปั่นประดับเท่านั้น

๒.๓ บริการส่งสินค้า สินค้าที่มีน้ำหนักมากและขนาดใหญ่ที่ลูกค้าไม่สามารถนำติดตัวไปได้สะดวก เช่น เครื่องนอน เครื่องประดับบ้าน ตู้เย็น โทรทัศน์ เต้าแก๊ส เครื่องซักผ้าอาจมีบริการขนส่งหลายรูปแบบจัดให้ เช่น ส่งถึงบ้าน ส่งถึงที่จอดรถ ซึ่งจะต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมไม่มากนักน้อย จึงจำเป็นต้องจัดระบบการส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้^{๑๐๗}

๒.๓.๑ ระบบการส่งสินค้าของกิจการ โดยเครื่องมือ อุปกรณ์ และพนักงานของกิจการ เช่น ให้พนักงานของกิจการใช้รถบรรทุกสินค้าจากชั้นบนของห้างสรรพสินค้าส่งถึงลานจอดรถ เป็นต้น

๒.๓.๒ ระบบการส่งสินค้าร่วมกัน โดยกิจการขายปลีกหลายแห่งร่วมกันจัดตั้งบริษัทส่งของต่างหาก ซึ่งอาจรับบริการส่งสินค้าให้กิจการขายปลีกรายอื่นเป็นการหารายได้นอกจากขนส่งสินค้าของกิจการร่วมกันได้อีกด้วย

๒.๓.๓ ระบบธุรกิจการส่งสินค้ารวมกับค่าบริการส่งสินค้าโดยเฉพาะ โดยคิดค่าบริการตามชิ้น

๒.๓.๔ การส่งสินค้าทางพัสดุภัณฑ์และทางเร่งด่วน เหมาะสำหรับการส่งสินค้าจำนวน น้อยให้ลูกค้าที่อยู่ห่างไกล ไม่เหมาะสมสำหรับกิจการขายปลีก เพราะอัตราค่าส่งค่อนข้างแพง

๒.๔ บริการรับฟังข้อคิดเห็นเพื่อปรับปรุงแก้ไขและสร้างความพอใจกับลูกค้าในครั้งต่อๆ ไป กิจการสรรพสินค้าจึงควรรับฟังความคิดเห็นข้อเรียกร้องจากลูกค้า เช่น สินค้าไม่ได้มาตรฐาน ระบบกิจการไม่มีประสิทธิภาพ ส่งสินค้าไม่ครบจำนวน พนักงานของกิจการขาดความระมัดระวัง เป็นต้น

๒.๕ บริการรับคืนสินค้า ได้แก่ สินค้ามีขนาดผิดไปไม่มีข้อมูลที่ฉลากเพียงพอ มีความบกพร่องจากการผลิต ส่งสินค้าล่าช้าผิดรายการ สินค้าได้รับความเสียหายระหว่างการจัดส่ง มีการซ่อมหรือปรับปรุงแก้ไขไม่ดีพอ พนักงานขายพยายามยัดเยียดให้ซื้อสินค้าที่ยังไม่มีความต้องการ บางครั้งลูกค้าอาจเปลี่ยนใจภายหลัง ซึ่งล้วนเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่าย หรือเพิ่มต้นทุนดำเนินกิจการทั้งสิ้น ผู้ประกอบการต้องค้นหาสาเหตุและแก้ไข เพื่อลดการรับคืนสินค้าเหล่านั้น

๒.๖ เพื่อสนองความสะดวกตามความต้องการของลูกค้า เช่น การเปิดบริการในช่วงเย็นหลังเลิกงาน การเปิดบริการขายทุกวัน ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่กิจการ แต่ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ ค่าจ้างพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ว่าคุ้มกับรายได้หรือไม่เพียงใด

^{๑๐๗} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๒ - ๑๓.

๒.๗ บริการทางการเงิน เช่น การใช้ระบบบัตรเครดิต ที่ลูกค้าไม่ต้องพกเงินสดติดตัว

๒.๘ บริการซ่อมแซม เช่น โทรศัพท์ รถยนต์ เครื่องไฟฟ้า รวมทั้งการติดตั้งปรับสภาพภายหลังการขายไปแล้ว

๒.๙ บริการอื่นๆ เช่น

๒.๙.๑ การบริการขายสินค้าส่วนตัว ได้แก่ การขายสินค้าทางไปรษณีย์หรือทางโทรศัพท์ โดยการเลือกสินค้าให้ จัดหาสินค้าจากร้านค้าอื่น แล้วจัดส่งไปให้ลูกค้า

๒.๙.๒ ช่วยลูกค้าหาสินค้า ในกิจการสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่มีสินค้ามากมายหลาย ชนิด จำเป็นต้องฝึกอบรมพนักงานขายคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือลูกค้าค้นหาสินค้าตามความต้องการ

๒.๙.๓ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ารวมกับบริการส่งสินค้าโดยเฉพาะ โดยคิดค่าบริการตามรายชั้น หรือตามน้ำหนัก ลดความยุ่งยากในการขนส่งสินค้าของกิจการขายปลีกเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ไม่สามารถควบคุมการขนส่งด้วยตนเองได้ อาจล่าช้าชำรุดเสียหายมีผลต่อการคืนสินค้าภายหลังได้

๒.๙.๔ การส่งสินค้าทางพัสดุภัณฑ์และทางเร่งด่วน เหมาะสำหรับการส่งสินค้าจำนวนน้อยให้ลูกค้าที่อยู่ห่างไกล ไม่เหมาะสำหรับกิจการขายปลีก เพราะอัตราค่าส่งค่อนข้างแพง^{๑๐๘}

ผู้วิจัยเห็นว่า การให้บริการลูกค้าของห้างสรรพสินค้า เมื่อจำแนกตามระดับการให้บริการตามวิธีการของเลอฟลอก คือบริการที่มีการเผชิญหน้าสูง บริการที่มีการเผชิญหน้าปานกลาง บริการที่มีการเผชิญหน้าต่ำนั้น ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายการบริการ คือ การแข่งขัน ประเภทของสินค้า ประเภทของลูกค้า นโยบายราคาสินค้า ทั้งตั้งของกิจการ โดยที่ประเภทของบริการนั้น ผู้ประกอบการเข้าใจการจัดบริการให้ลูกค้าแบบหวังผลกำไรระยะยาว และต้องคอยรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าด้วย

๒.๖.๕ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้า

๑. ความจำเป็น (Needs) ลูกค้ามีความจำเป็นที่จะต้องมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้สินค้าและบริการนั้นๆ เช่น บริษัทมีความจำเป็นต้องสื่อสารให้ทราบว่ามีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่

๒. ความต้องการ (Wants) ได้แก่ ความต้องการที่จะใช้สินค้าและบริการประเภทนั้น เช่น บริษัทต้องการโปรโมทสินค้าหรือบริการนั้นๆ

๓. วัตถุประสงค์ (Objectives) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนอง Needs และ Wants คือ บริษัทมีความประสงค์ต้องการนำเสนอสินค้าและบริการให้กับลูกค้า

^{๑๐๘} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๓ - ๑๔.

๔. การตลาด (Marketing) เนื่องจากงานโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด ดังนั้นการตลาดจึงเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง กล่าวคือ มีหน้าที่สร้างการรับรู้และตระหนักถึงที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความต้องการที่จะตอบสนองความจำเป็น

๕. แรงจูงใจ (Motivation) ผลักดันให้มีการกระทำเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์นั้น ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) ตาม Needs^{๑๐๙}

ผู้วิจัยเห็นว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางสรรพสินค้าผ่านกระบวนการความจำเป็น ความต้องการ วัตถุประสงค์ การตลาด และแรงจูงใจ ซึ่งทางสรรพสินค้ามีวิธีการทางการตลาดในการดึงใจลูกค้าอยู่เสมอ

๒.๖.๖ การบริการประชาสัมพันธ์

เสรี วงษ์มณฑา ได้กล่าวถึง การบริการประชาสัมพันธ์ การบริการถือว่ามียุทธศาสตร์สำคัญมากต่อการประชาสัมพันธ์ เพราะไม่ว่าจะเผยแพร่ข่าวสารที่ดีกับองค์กร อย่างไรก็ตาม ท้ายสุดแล้วถ้าผู้บริโภคมาติบริษัทยังไง สิ่งนั้นก็จะเป็นภาพพจน์ขององค์กร ดังนั้นพนักงานทุกคนที่มีโอกาสพบลูกค้าควรต้องฝึกฝนให้มีวิสัยทัศน์ของการประชาสัมพันธ์^{๑๑๐}

เสรี วงษ์มณฑา ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

๑. สินค้าและบริการในปัจจุบันมีความทัดเทียมกัน

๑.๑ สร้างความแตกต่างทางด้านตัวสินค้าโดยตรง

๑.๒ สร้างความแตกต่างในด้านการบริการพิเศษ

๑.๓ ความแตกต่างในด้านบุคลากร

๑.๔ ความแตกต่างในด้านภาพพจน์

๒. ปัจจุบันเป็นยุคของสิทธิมนุษยชน การแสดงภาพลักษณ์เกี่ยวกับการเคารพสิทธิของประชาชนจึงเป็นสิ่งสำคัญ

๓. ปัจจุบันชุมชนต่างๆ จะไม่ยอมให้ธุรกิจใดๆ เข้าไปอยู่ในชุมชนของเขาโดยที่ประชาชนของชุมชนนั้นไม่มีปากเสียง เพราะในปัจจุบันชุมชนเริ่มมีปฏิริยาและมีบทบาทมากขึ้นในการที่ยอมหรือไม่ยอมให้ธุรกิจเข้ามาในชุมชน ดังนั้นบริษัททั้งหลายจึงต้องสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ชุมชน

๔. ผู้บริโภคในปัจจุบันเป็นกลุ่มที่ใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม (Environmental) ธุรกิจจึงต้องทำการประชาสัมพันธ์สร้างภาพพจน์ที่ดีและใส่ใจธุรกิจตน

^{๑๐๙} วิชชาธิยา เรื่องโพธิ์, “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน”, หน้า ๑๔.

^{๑๑๐} เสรี วงษ์มณฑา, กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด, (กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์, ๒๕๔๒), หน้า ๓๒๐

๕. ปัจจุบันข่าวสารมากมายที่สามารถสร้างคุณภาพเพิ่มเติมให้แก่สินค้าได้ (Value Added) การประชาสัมพันธ์จะเป็นวิธีที่เหมาะสมในการสร้างคุณภาพเพิ่ม

๖. ภาพพจน์ของโฆษณานั้นไม่ดี เพราะรบกวนในขณะดูข่าวหรือละคร ดังนั้นการนำเสนอข่าวสารของบริษัทมอบแก่ผู้บริโภคจึงควรมอบด้วยสื่อต่างๆ ของการประชาสัมพันธ์

๗. ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงมากมายในด้านของรูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) แนวความคิดจึงจำเป็นต้องใช้สื่อต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์และให้การศึกษาแก่คนทั้งหลาย จากแนวคิดที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง เพื่อเพิ่มทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ทั้งยังเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กร ซึ่งการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญยิ่งในปัจจุบัน เพราะรูปแบบการดำรงชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว^{๑๑๑}

ผู้วิจัยมองว่า อาจารย์เสรี วงษ์มณฑา ให้ความสำคัญต่อบทบาทการประชาสัมพันธ์ คือ สินค้าและบริการในปัจจุบันทัดเทียมกัน ปัจจุบันเป็นยุคของสิทธิมนุษยชน ซึ่งผู้บริโภคปัจจุบันเป็นกลุ่มที่ใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม ข่าวสารเพิ่มเติมให้แก่สินค้า ภาพพจน์ของโฆษณาและรูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นสิ่งสำคัญเพราะมีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วซึ่งผู้วิจัยมองว่าเป็นสิ่งที่ห้างสรรพสินค้าควรตระหนักและให้ความสำคัญ

๒.๖.๗ ลักษณะของการบริการ

การบริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป เมื่อเกี่ยวพันกับการดำเนินการทางธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการแล้ว บริการมีลักษณะที่สำคัญ ๔ ประการ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดังนี้^{๑๑๒}

๑. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากการบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

๑.๑ สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ

๑.๒ บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกินความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

^{๑๑๑} เสรี วงษ์มณฑา, *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*, (กรุงเทพมหานคร: วิสิทธ์พัฒนา, ๒๕๔๐), หน้า ๑๙๘-๑๙๙.

^{๑๑๒} ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, *การบริหารการตลาดยุคใหม่*, หน้า ๔๓๒-๔๓๓.

๑.๓ เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์จะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการ ที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

๑.๔ วัสดุสื่อสาร (Communication) สื่อโฆษณาและเอกสารโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

๑.๕ สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อให้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

๑.๖ ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการ ให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับการบริการที่แตกต่างกัน

๒. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้เพราะต้องผลิต และบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

๓. ความไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็น ใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องการควบคุมคุณภาพทำได้ ๒ ขั้นตอน คือ

๓.๑ ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงานที่ให้บริการ ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี

๓.๒ ต้องสร้างความพอใจให้กับลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูล เพื่อการแก้ไขปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น

๔. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า^{๑๑๓}

นอกจากนี้สุดาดวง เรื่องธุรกิจ (๒๕๔๐: ๓๑๗) ได้กล่าวไว้ว่า บริการมีลักษณะสำคัญ อยู่ ๔ ประการ คือ

๑. จับต้องไม่ได้ (Intangible) บริการไม่มีตัวตน ที่ผู้ซื้อจะจับต้องทดลองตัวอย่างก่อนได้ ไม่ว่าจะโดยการชิม รู้สึก มองเห็น ได้ยิน หรือได้กลิ่น ดังนั้นการเสนอขายบริการจึงต้องแสดงถึงคุณประโยชน์ (Benefits) ที่จะได้รับจากการบริการนั้นมากกว่าจะเน้นถึงลักษณะการให้บริการ

^{๑๑๓} วิชชาวีรยา เรื่องโพธิ์, “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน”, หน้า ๑๖.

- Visualization แสดงให้เห็นด้วยภาพของเหตุการณ์ หรือผลที่เกิดขึ้นจากการได้บริการ หรือแสดงถึงเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่จะเสนอบริการให้ เช่น การเสนอขายบริการนำเที่ยวจะโฆษณาด้วย ภาพสถานที่ต่างๆที่ตื่นเต้นเร้าใจ รถโดยสารที่ดูสะอาดสบาย ภาพในรถที่มีทัศนอาจร ใบหน้าแสดง ความสุข พนักงานต้อนรับหรือมีคฤเทศก์ที่แสดงการเอาใจใส่ลูกค้า หรือเสนอบริการรถ เช่าที่ดูใหม่ น่า ซัก เป็นต้น

- Association เชื่อมโยงบริการกับสินค้าที่จับต้องได้ ตัวบุคคล เหตุการณ์หรือสถานที่ที่จะ สู่ถึงได้ เช่น สายการบินอ้างถึงการเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับด้วยหมวกสีดำของสายการบิน ออสเตรเลีย หรือความปลอดภัยเหมือนห่อหุ้มด้วยพรมในนิยายอาหรับราตรี หรือการบินไทยให้คำขวัญ ว่า รักคุณเท่าฟ้า ธนาคารแสดงถึงความรวดเร็วในการให้บริการ ด้วยเหตุการณ์ในภาพยนตร์โฆษณาที่ คุณยายเดินไปหาที่นั่ง เพื่อนั่งลง คุณหลานวิ่งมาหา บอกได้รับบริการเรียบร้อยแล้ว เป็นต้น

- Physical Representation ใช้สัญลักษณ์ที่จะเป็นตัวแทนบริการ อาจเป็น Logo สี หรือเครื่องแบบของผู้ให้บริการ สีทอง สีเงิน จะแสดงถึงคุณภาพของบริการที่เยี่ยม หรือสูงกว่า ความ โอโถงของสถานที่ แสดงถึงความมั่นคงของการบริการเกี่ยวกับการเงิน ทำให้ไม่น่าเชื่อถือไว้วางใจ เครื่องแบบการแต่งกายทำให้สื่อถึงความสะอาด และความไว้วางใจในระดับการให้บริการได้ใน ร้านอาหาร เครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้มองเห็นว่าจะได้รับบริการที่ทันสมัยด้วย

๒. การไม่สามารถแยกแยะระหว่างผู้ให้บริการและบริการ (Inseparability) ผู้ซื้อจะคิดถึง ผู้ผลิต บริการและบริการซื้อเป็นหนึ่งเดียวกัน ไม่สามารถแยกบริการจากผู้ผลิตไปจำหน่ายต่างสถานที่ ต่างเวลาได้ การผลิตและจำหน่ายบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ช่างตัดผม สระผม ตัดผมให้ลูกค้า เป็นการผลิตและขายบริการโดยตรง เป็นการใช้ Direct Channel ผู้ผลิตบริการจะต้องพบปะกับ ลูกค้า เป็นข้อจำกัดในการเสนอขายหลายๆ ตลาด หรือลูกค้าหลายคนพร้อมกันไม่ได้ในหลายประเภท ของบริการ การเสนอขายบริการอาจทำการตั้งตัวแทนช่วยในด้านการส่งเสริมการตลาดได้ แต่ไม่ สามารถจะผลิตบริการแทนได้ เช่น การท่องเที่ยวที่มีตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบินหรือพาหนะอื่นๆ เสนอขายห้องพักในโรงแรมได้ ตัวแทนขายประกันต่างๆ ตัวแทนจำหน่ายบัตรการแสดงต่างๆ ได้ แต่ ไม่ใช่ผู้ผลิตบริการต่างๆ โดยตรง เป็นเพียงพนักงานขายหรือคนกลางเท่านั้น

๓. มีความแตกต่างในการให้บริการ (Heterogeneity) การเสนอขายแต่ละครั้งจะมีความ แตกต่างกันได้ ถึงแม้จะผลิตจากผู้ให้บริการคนเดียวกัน และบริการชนิดเดียวกันจากผู้ให้บริการที่ แตกต่างกันจะไม่เหมือนกัน ความหลากหลายในการให้บริการมีมากจนไม่สามารถจะกำหนด มาตรฐานการให้บริการได้ ดังนั้น การเสนอขายบริการ จึงต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับรายละเอียดของ การบริการที่เสนอขายตั้งแต่แรก และพยายามโฆษณาให้เกิดความเชื่อถือในระดับคุณภาพที่สม่ำเสมอ การผลิตบริการจะต้องควบคุมให้สูงกว่าระดับที่โฆษณาไว้หรือที่ลูกค้าคาดหวังเสมอ

๔. อุปสงค์ของบริการจะมีอายุสั้น และเปลี่ยนแปลงตามฤดูมาก (Perish ability and Fluctuation Demand) บริการผลิตทันทีและส่งมอบในขณะที่ให้บริการแก่ลูกค้าบริการจึงไม่สามารถ จะผลิตล่วงหน้าไม่สามารถรักษาไว้ก่อน ขณะเดียวกันด้านผู้ซื้อบริการจะเกิดความต้องการ หากต้อง รอไว้นานๆ จะเปลี่ยนใจได้ นอกจากนั้นความต้องการซื้อบริการ จะขึ้นลงเปลี่ยนแปลงได้มากตาม

ฤดูกาล ตามช่วงเวลาในแต่ละเดือน เวลาในแต่ละวัน การใช้นโยบายราคาแตกต่างกันในช่วงเวลาที่มีลูกค้าน้อย จึงมักจะมีการนำมาใช้เสมอเพื่อปรับการเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาให้ลดน้อยลง แม้แต่บริการสื่อสาร โทรศัพท์ทางไกล เป็นต้น^{๑๑๔}

ผู้วิจัยมองว่าลักษณะเฉพาะของการบริการ คือ ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้เพราะสถานที่ บุคคล เครื่องมือ วัสดุสื่อสาร สัญลักษณ์ ราคา ต้องมีสร้างความเชื่อมั่น พนักงานขายมีการแต่งกายที่เหมาะสม มีเครื่องมือที่ทันสมัย และรวดเร็ว มีสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย นอกจากนี้ราคาคงเหมาะสมกับระดับการให้บริการ นอกจากนี้ควรมองถึงกลยุทธ์การตลาดได้แก่ ไม่สามารถจับต้องได้ คือการวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากการบริการ ไม่แบ่งแยกการบริการ ไม่แน่นอนคือผู้ประกอบการต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และต้องตรวจสอบ สร้างความพอใจให้กับลูกค้า ไม่สามารถเก็บไว้ได้ คือบริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นหรือบริการไม่ทันลูกค้า ดังนั้นต้องเข้าใจความแตกต่างในการให้บริการ และอุปสงค์ของการบริการ

๒.๖.๘ การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ

เซอร์ซิล งานการตลาดของผู้ให้บริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งโดยเสนอคุณภาพให้บริการตามที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ โดยในการประเมินคุณภาพบริการทั่วไป ลูกค้ามักใช้เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของการบริการที่ได้รับ โดยคำนึงถึงคุณลักษณะ หรือ ตัวกำหนดคุณภาพที่สำคัญ ดังนี้^{๑๑๕}

๑. ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ เช่น การตกแต่งสถานที่ และให้บริการลูกค้า การใช้เครื่องมืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆ การแต่งกายของผู้ปฏิบัติงานบริการ เอาสารสิ่งพิมพ์หรือสื่อต่างๆ ที่ใช้ติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

๒. ความไว้วางใจหรือความพึงพาได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานในลักษณะที่เชื่อถือได้ถูกต้อง สม่าเสมอ กล่าวคือ เป็นความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง เช่น ลูกค้าติดต่อทำเรื่องกู้เงิน และธนาคารระบุว่าพิจารณาอนุมัติการกู้เงินภายใน ๒๐ วัน หากลูกค้าทราบผลภายในระยะเวลาที่กำหนด แสดงว่าธนาคารนี้มีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ เป็นต้น

๓. ความพร้อมในการตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการและช่วยเหลือลูกค้าอย่างรวดเร็ว

^{๑๑๔} สุดาตวง เรืองรุจิระ, อังใน วิชชาธิยา เรื่องโพธิ์, “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน”, หน้า ๑๗.

^{๑๑๕} Churchill, อังใน วิชชาธิยา เรื่องโพธิ์, “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน”, หน้า ๑๗.

๔. ความเชี่ยวชาญหรือความสามารถในการแข่งขัน (Competence) หมายถึง ทักษะและความรู้ความสามารถที่จำเป็นในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบ เพื่อให้บริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น นักบินเข้าในเส้นทางบิน และรู้จักควบคุมเครื่องยนต์ต่างๆ ในเครื่องบิน พยาบาลเข้าใจคำสั่งแพทย์ในการดูแลผู้ป่วย เป็นต้น

๕. การเข้าถึงบริการได้ง่าย (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าพบการบริการได้ง่าย เช่น การใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะด้วยการหยอดเหรียญหรือบัตรโทรศัพท์ การเบิกเงินด้วยเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ การติดต่อสื่อสารด้วยเครื่องโทรสาร เป็นต้น

๖. ความมีอัธยาศัยบน้อมหรือการมีมารยาทที่ดี (Courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพบน้อมเป็นกันเองของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้บริการ อีกทั้งผู้ปฏิบัติงานบริการจะต้องรู้จักให้เกียรติผู้อื่น อ่อนน้อม จริงใจ มีน้ำใจ ให้ความเคารพไม่ถือตัว และเป็นมิตรกับลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น พนักงานโรงแรมมักจะแสดงการต้อนรับด้วยรอยยิ้ม ท่าที่อ่อนโยน และพูดจาสุภาพเรียบร้อย เป็นต้น

๗. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสามารถในด้านการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ เช่น เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าโดยไม่ทราบว่าเป็นในช่วงจัดรายการลดราคาพิเศษ พนักงานคิดเงินควรคิดเงินลูกค้าในราคาที่เป็นพิเศษ เป็นต้น

๘. การติดต่อสื่อสารที่ดี (Communication) หมายถึง การตั้งใจและเข้าใจได้ เป็นความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและรับฟังผู้ใช้บริการ เช่น ตัวแทนประกันชีวิตต้องสามารถอธิบายให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ของการทำประกันชีวิต หรือพนักงานเสิร์ฟอาหารสามารถแนะนำรายการอาหารให้กับลูกค้าได้ เป็นต้น

๙. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยและปัญหาต่างๆ กล่าวคือ เป็นการปกป้องลูกค้าจากอันตราย ความเสี่ยง หรือข้อสงสัยต่างๆ เคารพในความลับที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เช่น สถานที่ติดตั้งเครื่องถอนเงินอัตโนมัติอยู่ในทำเลที่ไม่เปลี่ยว มีระบบป้องกันความปลอดภัยให้ผู้มีบัตรผ่านเท่านั้นที่เข้าไปใช้บริการได้หรือการกำหนดจำนวนผู้โดยสารและน้ำหนักที่เครื่องบินบรรทุกได้ปลอดภัย เป็นต้น

๑๐. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding of Customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการ (want) และความจำเป็น (Need) ของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจในการที่จะตอบสนองความต้องการดังกล่าว เช่น ช่างทำผมทำทรงผมตามสมัยนิยมให้กับลูกค้า หรือพนักงานขายช่วยเลือกเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับบุคลิกและรูปร่างของลูกค้า เป็นต้น

๑๑. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ อุปกรณ์ รวมถึงบุคลิกภาพของพนักงาน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการสร้างความแตกต่าง ของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตาม

ความคาดหวังของลูกค้า ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก หรือจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) และในรูปแบบที่เขาต้องการ (How) ซึ่งนักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้ในการพิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

๑. การบริการที่นำเสนอ (Offering) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย ๒ ประการคือ - ลักษณะการให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary Service Package) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ

- ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary Service Features) ได้แก่ บริการที่กิจการมีบริการเพิ่มเติมให้ นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป

๒. การบริการส่งมอบ (Delivery) ที่มีคุณภาพสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่งชั้นโดยการตอบสนองความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ในอดีต คำพูดโฆษณาของธุรกิจ ลูกค้าจะเลือกธุรกิจให้บริการโดยถือเกณฑ์ภายหลังจากการรับบริการ ให้บริการ เขาจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่สนใจ แต่ถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวังของเขา ลูกค้าก็จะใช้บริการนั้นซ้ำ

๓. ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์สำหรับบริษัทที่ให้บริการ โดยอาศัยสัญลักษณ์ (Symbols) ตราสินค้า (Brand) โดยอาศัยเครื่องมือการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการสื่อสารการตลาดอื่นๆ

๔. ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative Features) เป็นการเสนอบริการให้ลักษณะที่มีแนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งทั่วไป นอกจากนี้เรายังสามารถสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์จากสัญลักษณ์และตราสินค้า เช่น โรงแรมโอเรียนเต็ลมีภาพลักษณ์ที่ดีเหนือโรงแรมอื่น^{๑๑๖}

จะเห็นว่า เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการตามวิธีการของเซอร์ซิล คือพิจารณาจาก ลักษณะของการบริการ คือสภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ ความไว้วางใจ หรือความพึงพอใจได้ ความพร้อมในการตอบสนองความพอใจของลูกค้า ความเชี่ยวชาญหรือความสามารถในการแข่งขัน การเข้าถึงบริการได้ง่าย ความมีอัธยาศัยและมารยาทที่ดี ความน่าเชื่อถือ มีการติดต่อสื่อสารที่ดี มีความปลอดภัย เข้าใจลูกค้าและสิ่งที่สัมผัสได้ ส่วนศิริวรรณ เสรีรัตน์ ให้ความสำคัญคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังของลูกค้า ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก หรือจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความ

^{๑๑๖} ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่, หน้า ๔๓๗-๔๓๘.

ต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) และในรูปแบบที่เขาต้องการ (How) ซึ่งนักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใด โดยที่บริการที่น่าเสนอ การบริการส่งมอบ ภาพลักษณ์ ต้องอยู่ในเกณฑ์ มีความสม่ำเสมอ และมีการสื่อสารที่ได้อย่างเข้าใจ

๒.๖.๙ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

คอตเลอร์ และ อามสตรอง (Kotler; & Armstrong.๑๙๙๖: ๖) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถทำงานร่วมกันให้เกิดผลในตลาดเป้าหมาย^{๑๑๗} เมื่อจะกล่าวถึงกลยุทธ์ของการผลิตสินค้าแล้วนั้น นักการตลาดส่วนใหญ่มักจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ ๔P's ซึ่งจะประกอบด้วย ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แต่ตามหลักการจริงของการบริการจะเกี่ยวกับปัจจัยความต้องการของลูกค้าและมีเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นเราจึงต้องนำหลักการของ “๔P's” ของการบริหารสำหรับธุรกิจบริการแบบบูรณาการซึ่งองค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้จัดการด้านการบริการก็เป็นได้ ซึ่งหลักการอธิบายนี้เราจะใช้ภาพของเรือในการอธิบาย เพื่อที่จะทำให้เราสามารถได้เห็นหลักการของ “๔P's” ได้โดยการอาศัยเพียงหลักการที่ว่า ไม่ใช่เพียงแค่ความเร็วอย่างเดียวที่จะสามารถทำให้เรือแข่งแล่นเร็วได้ หากแต่ยังต้องอาศัยความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ในการที่จะได้รับความสำเร็จนั้นกรรเชียงพายแต่ละส่วนย่อมมีส่วนสำคัญที่จะทำให้สิ่งต่างๆ ดำเนินไปอย่างมีทิศทางซึ่งทั้งนี้ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมี ดังนี้ คือ

๑. Products Element เราต้องเลือกคุณภาพของผลิตภัณฑ์หลัก รวมถึงการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และสามารถแข่งกับคู่แข่งได้

๒. Place ตามหลักการของการจัดส่งสินค้าถึงลูกค้า นั้น ส่วนใหญ่มักจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของสถานที่และเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งการที่จะสามารถกระจายสินค้าให้ไปถึงลูกค้าได้นั้น เราจำเป็นต้องทำการวางหลักการของการบริการก่อน การบริการด้านข้อมูล และการให้ข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตนั้น ซึ่งจะทำให้เกิดการลดช่องว่างการติดต่อจากลูกค้าได้ การยืนยันการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า นั้นจะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ ซึ่งทั้งนี้จะเป็นผลดีต่อองค์กร เนื่องจากลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับสินค้าตามกำหนดและตรงเวลา

๓. Promotion and Education ไม่มีนักการตลาดคนไหนที่จะละเลยการส่งเสริมการตลาดเนื่องจากการส่งเสริมการตลาดสามารถที่จะสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าทำการซื้อสินค้าได้ ซึ่งนับว่าเป็นข้อดีที่องค์กรต่างๆ นั้นมักจะทำการส่งเสริมการตลาดสื่อสารไปยังลูกค้า ไม่ว่าจะผ่านสื่อโทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา โบชัวร์ และอินเทอร์เน็ต

^{๑๑๗} Kotler, Philip and Armstrong Gary, *Principles of Marketing*, 7th ed, (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1996), p.6.

๔. Price and Other User Outlays ราคาเป็นสิ่งที่ทั้งองค์กรและลูกค้าต่างให้ความสำคัญซึ่งทางองค์กรเองก็ต้องการทำให้ต้นทุนในการผลิตต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ และทางด้านลูกค้าเองนั้นก็ต้องการที่จะซื้อในราคาที่ถูกเช่นเดียวกัน บางครั้งทางองค์กรอาจจะต้องเพิ่มรายได้โดยอาจจะมีการสร้างลูกค้าที่เป็นการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ หรือไม่ว่าจะเป็นการให้ส่วนลดราคา

๕. Process การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รวมทั้งกระบวนการจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าเป็นกระบวนการที่ต้องทำให้เกิดประสิทธิภาพที่สูงที่สุด กระบวนการนั้นจะหมายถึง ตั้งแต่ลำดับการคิดการบริการในระบบงานต่างๆ ซึ่งถ้าหากกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งของขั้นตอนเกิดความล่าช้าจะส่งผลทำให้งานเกิดผิดพลาดและอาจจะสร้างความไม่พอใจแก่ลูกค้าได้

๖. Productivity and Quality การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ได้ผลดีนั้น จะทำให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ นอกจากนี้คุณภาพการบริการนั้นจะสามารถสร้างความแตกต่างกับคู่แข่ง และสร้างความภักดีต่อสินค้าได้ อย่างไรก็ตามการที่จะลงทุนเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพนั้น หากปราศจากความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของต้นทุนและการเพิ่มขึ้นของรายได้แล้วจะทำให้เกิดผลทางด้านความเสียหายขึ้นมา

๗. People การบริการขึ้นอยู่กับบุคคล ซึ่งในที่นี้หมายถึง ลูกค้าและพนักงาน ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อลูกค้าในด้านการบริการ ลูกค้ามักจะตัดสินคุณภาพของการบริการจากสิ่งที่ลูกค้าได้รับการบริการที่ประสบความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับ การคัดสรร การฝึกฝน การสร้างแรงจูงใจแก่พนักงานเป็นสำคัญ

๘. Physical Evidence ลักษณะของอาคาร ทำเลที่ตั้ง พาหนะ การตกแต่งภายใน อุปกรณ์สมาชิก สัญลักษณ์ วัสดุทางการพิมพ์ และบริการอื่นๆ ขององค์กรที่สามารถจัดต้องได้ และปรากฏในสายตาของลูกค้าสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะมีผลกระทบต่อความประทับใจของลูกค้า และในด้านการบริการที่มีองค์ประกอบที่จับต้องได้น้อยนั้น เช่น การประกันภัย การโฆษณา มักจะมีการสร้างสัญลักษณ์ที่มีความหมายเพื่อแทนบริการนั้นๆ^{๑๓๘}

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ กล่าวว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's เช่นเดียวกับธุรกิจขายสินค้าซึ่งประกอบด้วย

(๑) ผลิตภัณฑ์ (Product)

(๒) ราคา (Price)

(๓) สถานที่ (Place)

(๔) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม ประกอบด้วย

^{๑๓๘} วิชชาวีรยา เรื่องโพธิ์, “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน”, หน้า ๒๘.

(๕) บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันขึ้นอยู่กับพนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

(๖) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management (TQM) ตัวอย่างโรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-Value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ

(๗) กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction)^{๑๑๙}

ธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง ๗ ตัว ที่กล่าวมาเป็นมุมมองของธุรกิจที่ให้บริการ การที่จะบริหารการตลาดของ ธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย

๑. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับใคร สิ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้นธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง

๒. ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการนั้นต้องคุ้มค่างับบริการที่จะได้ หากลูกค้ายินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่าความคาดหวังในบริการนั้นย่อมสูงด้วย ดังนั้นในการตั้งราคาค่าบริการ ธุรกิจจะต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้นไปใช้ในการลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้

๓. ความสะดวก (Convenience) ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือที่ทำงานลูกค้า

๔. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันลูกค้าก็ต้องการติดต่อธุรกิจเพื่อให้ข้อมูล ความเห็น หรือข้อร้องเรียน ธุรกิจจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อการให้และรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้า ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

๕. การดูแลเอาใจใส่ (Caring) ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย เช่น ด้านความงาม ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ตั้งแต่เริ่ม

^{๑๑๙} ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่, หน้า ๔๓๔-๔๓๖.

ก้าวเท้าแรกเข้ามาจนถึงก้าวออกจากร้านนั้น ไม่ว่าจะเป็ครั้งแรกหรือครั้งใดของการใช้บริการก็ตาม หรือไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ใดที่ให้บริการก็ตาม

๖. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ไม่ว่าจะเป็นการบริการตัดผม ผมที่ออกมาจะต้องมีความเรียบร้อย ตรงกับความต้องการลูกค้า หรือการเข้ารับรักษาอาการป่วย ไม่ว่าจะในโรงพยาบาลใดอาการป่วยจะต้องหาย ในแต่ละธุรกิจบริการ แม้ขั้นตอนการให้บริการจะมีความซับซ้อนเพียงใด ต้องจ้างพนักงานจำนวนมากมายเพียงใด ลูกค้าไม่มีส่วนมารู้ รู้ อย่างเดียวว่ากระบวนการให้บริการต้องตอบสนองความต้องการอย่างครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง

๗. ความสบาย (Comfort) สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็อาคาร เคาน์เตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องสร้างความสบายตาและความสบายใจให้ลูกค้า โดยเฉพาะหากลูกค้ามาใช้บริการประเภทหรูหราฟุ่มเฟือย สิ่งเหล่านั้นจะต้องทำให้ความทุกข์ใจและความสบายกายได้บรรเทาเบาบางลงเช่นการนั่งฟัง เพลงของลูกค้า^{๑๒๐}

ผู้วิจัยเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ ๔ ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการติดต่อสื่อสาร หรือการส่งเสริมการตลาด แต่สำหรับธุรกิจการบริการนั้นเราจะนำหลักการของ ๘P's เข้ามาใช้ ซึ่งปัจจัยทั้ง ๘ ต่างก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน ดังนั้นปัจจัยทั้ง ๘ จะเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ส่วนประสมทางการตลาดจะเป็นตัวกระตุ้นทางการตลาดในการสร้างความต้องการซื้อในตัวผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งหมายถึงการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั่นเอง ส่วนประสมการตลาดในมุมมองลูกค้าคือสิ่งที่ลูกค้าจะพิจารณา มี ๗ อย่างคือคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ความสบาย ซึ่งลูกค้าจะเลือกใช้บริการโดยคำนึงผลประโยชน์ความคุ้มค่าต้นทุนที่จ่ายไป พร้อมกับมีความสะดวก

^{๑๒๐} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๘๑.

๒.๗ แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของห้างสรรพสินค้าในจังหวัดขอนแก่น

ความรับผิดชอบเป็นลักษณะของความเป็นพลเมืองที่ดีที่สำคัญอย่างหนึ่งความรู้สึก
รับผิดชอบ เป็นลักษณะนิสัยและทัศนคติของบุคคลซึ่งเป็นเครื่องผลักดันให้เกิดการปฏิบัติตามระเบียบ
เคารพสิทธิของผู้อื่น ทำตามหน้าที่ของตนเองและมีความซื่อสัตย์สุจริตมีผู้ที่ให้ความหมายของคำว่า
ความรับผิดชอบไว้หลายๆ ท่านดังนี้

๒.๗.๑ ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

Flippo กล่าวถึงความรับผิดชอบ คือ ความผูกพันในการปฏิบัติหน้าที่ให้สำเร็จลุล่วงไปได้
และความสำเร็จนี้เกี่ยวกับปัจจัย ๓ ประการ คือ พันธะผูกพันหน้าที่การงานและ วัตถุประสงค์^{๑๒๑}

Browen สรุปลักษณะประกอบของความรับผิดชอบไว้ดังนี้ คือความไว้วางใจ ความคิดริเริ่ม
ความไม่ท้อถอยต่ออุปสรรค ทำงานแข่งขัน มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความปรารถนาที่จะทำให้ดีกว่า
เดิม^{๑๒๒}

Cattell กล่าวถึง บุคคลที่มีความสามารถในความรับผิดชอบว่า คือบุคคลที่รับผิดชอบใน
หน้าที่ มีความบากบั่นพากเพียร ถือศักดิ์ศรี ยึดมั่นในกฎเกณฑ์ ลักษณะผู้มีความรับผิดชอบน้อย คือ
คนที่ถือความสะดวกเป็นเกณฑ์ หลีกเลียงข้อบังคับ^{๑๒๓}

Lawshe กล่าวถึง ความรับผิดชอบไว้ว่า เป็นลักษณะของการค้นหาอุปนิสัย อารมณ์ของ
บุคคลว่ามีความรอบคอบ รับผิดชอบและเป็นทีไว้วางใจได้มากน้อยเพียงใด^{๑๒๔}

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของ ความรับผิดชอบไว้ว่า
หมายถึง ความมุ่งมั่นตั้งใจปฏิบัติหน้าที่การงานให้บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ยอมรับผลการ
กระทำและพยายามปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้น ด้วยความมานะ พากเพียร ไม่ย่อท้อต่อ
ปัญหาและอุปสรรคใดๆ^{๑๒๕}

^{๑๒๑} Flippo (๑๙๙๖), อ้างใน ลักษณะ สະแกคคุม, “การเพิ่มความรับผิดชอบในเยาวชนกระทำผิดโดยใช้
กระบวนการให้การปรึกษาแบบกลุ่มตามแนวของ Glasser, รายงานการวิจัย, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓),
หน้า ๓๔.

^{๑๒๒} Browen, C.G, *The Study of Leadership*, Illinois : The Interstate Printers and
Publishers, Inc, (1985), P. 58.

^{๑๒๓} Cattell, Raymond B. *Manual for Junior-Senior High School Personality
questionnaire “HSP” form A*. Illinois : The institute for personality and Ability Testing,(1963),P.
145.

^{๑๒๔} Lawshe , C.H. *Principles of Personnel Testing*, (New York : McGraw-Hill Book
Co.1966),P.143.

^{๑๒๕} สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, *คู่มือการปลูกฝังค่านิยม*, (กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์กราฟิการ์ต. ๒๕๒๖),หน้า ๓๒-๙๕.

ฟังก์และแวกแนลส์ (Funk & Wagnalls) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบไว้ว่า ความรับผิดชอบ หมายถึง การแสดงออกถึงการรับผิดชอบต่อในการกระทำของตน มีความซื่อสัตย์ไว้ใจได้ สามารถจัดการเงินและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังหมายถึงความสามารถในการตอบสนองต่อหน้าที่ หรือข้อตกลงที่ตั้งไว้ตามอุดมคติ และหลักศีลธรรมด้วย^{๑๒๖}

ซวาล แพร์ตกุล ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบในรูปแบบของ พฤติกรรมไว้ว่า หมายถึง ความสนใจ ความตั้งใจที่จะทำงานและติดตามผลงานที่ได้ทำไปแล้ว เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้เป็นผลสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ยอมรับในสิ่งที่ตนได้กระทำลงไปทั้งที่เป็นผลดี และผลเสีย โดยแสดงออกในรูปการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความสำเร็จ ปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังอย่างมีจุดหมาย เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ได้รับงานมา^{๑๒๗}

นิภา วิจิตรศรี ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบไว้ว่า เป็นความ สนใจตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเพียรพยายามและละเอียดรอบคอบ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย รักษาสิทธิและหน้าที่ของตน ยอมรับผลการกระทำของตนทั้งในด้านที่เป็นผลดีหรือผลเสีย ทั้ง พยายามปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้น^{๑๒๘}

สุพัตรา สุภาพ ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบไว้ว่า หมายถึง การรู้จักหน้าที่ที่ตนต้องกระทำต้องปฏิบัติ ไม่นึกถึงแต่สิทธิเพียงอย่างเดียว เช่น เป็นนักเรียนมี สิทธิที่จะมาเรียนหนังสือ ความรับผิดชอบของการเป็นนักเรียน คือ ต้องมาเรียนสม่ำเสมอ ไม่นิเรียน ความรับผิดชอบจึงเป็นการกระทำที่พึงกระทำหรือควรกระทำตามสถานภาพของบุคคล^{๑๒๙}

คณิงรัตน์ ลาโพธิ์ ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบไว้ว่า หมายถึง ความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ทั้งต่อตนเองและสังคมด้วยความผูกพัน ความพากเพียรพยายาม และละเอียดรอบคอบ ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจไม่ว่าจะเป็นผลดีหรือผลเสียไม่ว่าจะกระทำผิด หรือถูก ไม่ปิดความรับผิดชอบไปให้ผู้อื่น ทั้งพร้อมพยายามที่จะปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติหน้าที่ให้ ได้ผลดียิ่งขึ้น^{๑๓๐}

^{๑๒๖} Funk; & Wagnalls. *New standard Dictionary of the English Language*. V.2. (New York : Funk and Wagnalls. 1961), p.20.

^{๑๒๗} ซวาล แพร์ตกุล, *หลักสูตรอบรมพิเศษวิชาวัดผลการศึกษาระยะสั้น*, (กรุงเทพมหานคร: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ๒๕๔๑), หน้า ๓๓.

^{๑๒๘} นิภา วิจิตรศรี, “ผลของกิจกรรมกลุ่มที่มีต่อความรับผิดชอบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑ โรงเรียนหนองแค “สรกวิทยา” จังหวัดสระบุรี”, *รายงานการวิจัย*, (กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ๒๕๒๕), หน้า ๔.

^{๑๒๙} สุพัตรา สุภาพ, *สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครั้ว ศาสนา ประเพณี*, พิมพ์ครั้งที่ ๖. (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๓๑), หน้า ๙.

^{๑๓๐} คณิงรัตน์ ลาโพธิ์, “ผลของการนำกิจกรรมกลุ่มสร้างคุณภาพไปประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมแนะแนวที่มีต่อความรับผิดชอบของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖”, *รายงานการวิจัย*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ๒๕๓๕), หน้า ๓๘.

จัวร์ตัน นันทยทวิกุล ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบไว้ว่า หมายถึง คุณลักษณะหนึ่งของบุคคลที่แสดงออกในลักษณะการมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่การ งานที่ได้รับมอบหมายด้วยความเอาใจใส่ มีความละเอียดรอบคอบ มีการวางแผน มีความ ขยันหมั่นเพียร อดทน เพื่อให้งานนั้นบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ยอมรับผลการกระทำไม่ว่าจะเป็นผลดีหรือผลเสีย และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น^{๑๓๑}

พระเมธีธรรมาภรณ์ ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบไว้ว่า คือ ความตระหนักรู้ในหน้าที่และคิดจะทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ด้วยความเต็มใจ และผู้ที่มีความรับผิดชอบ ควรมีลักษณะ ๓ ประการ คือ ทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ ไม่บกพร่องต่อหน้าที่ ไม่ละทิ้งหน้าที่ และไม่ทุจริตต่อหน้าที่^{๑๓๒}

พุทธทาสภิกขุ ความรับผิดชอบ คือ การยอมรับรู้แล้วตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องกระทำในฐานะที่มันเป็นหน้าที่ ขึ้นชื่อว่าหน้าที่ ไม่ว่าจะชนิดไหนหมด มันเป็นสิ่งที่ต้องกระทำเรายอมรับรู้และตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องกระทำตามหน้าที่นั้น^{๑๓๓}

อโณทัย อุดมบุญญาคุณภาพและคณะ กล่าวว่า ความรับผิดชอบ หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายด้วยความเต็มใจและตั้งใจ โดยมีการวางแผนไว้อย่างดี ไม่ต้องการให้ใครคอยว่ากล่าวตักเตือนและพร้อมที่จะรับผลดีและผลไม่ดีในกิจกรรมที่ได้กระทำไป^{๑๓๔}

พัฒนาวดี อนุสรณ์เทวินทร์ กล่าวว่า ความรับผิดชอบ หมายถึง พฤติกรรมความตั้งใจ เอาใจใส่ในการปฏิบัติหน้าที่การทำงาน ตามที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความมานะ พยายามเอาใจใส่และตรงต่อเวลาเพื่อให้งานนั้นสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้^{๑๓๕}

หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครูได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบไว้ว่า หมายถึง ความมุ่งมั่นตั้งใจในปฏิบัติหน้าที่ด้วยความผูกพัน ด้วยความพากเพียร และความละเอียดรอบคอบ ยอมรับผลของการกระทำในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมายทั้งพยายามที่จะปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้น^{๑๓๖}

^{๑๓๑} จัวร์ตัน นันทยทวิกุล, “การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะความรับผิดชอบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑ ในกรุงเทพมหานคร”, รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ๒๕๓๘), หน้า ๒๔.

^{๑๓๒} พระเมธีธรรมาภรณ์, พุทธศาสนากับปรัชญา, (กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์ พรินติ้ง กรุ๊ป, ๒๕๓๓), หน้า ๕๙-๖๗.

^{๑๓๓} พุทธทาสภิกขุ, ศีลธรรมกับมนุษย์โลก, (กรุงเทพมหานคร: การพิมพ์พระนคร, ๒๕๒๐), หน้า ๓๗๖.

^{๑๓๔} อโณทัย อุดมบุญญาคุณภาพและคณะ, จิตวิทยาการทำงาน, (กาฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์ ๒๕๕๗), หน้า ๑๒๐.

^{๑๓๕} พัฒนาวดี อนุสรณ์เทวินทร์, “การใช้กลุ่มสัมพันธเพื่อพัฒนาความรับผิดชอบของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖ โรงเรียนลุ่มพุก (วันครู ๒๕๐๓) อำเภอคำชะอี จังหวัดยโสธร”, รายงานการวิจัย (มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๔๔), หน้า ๒๖.

^{๑๓๖} หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู, โครงสร้างของคุณลักษณะจริยธรรม, (กรุงเทพมหานคร: มปท. ๒๕๒๒), หน้า ๑๒๙.

ก่อน สวัสดิ์พาณิชย์ กล่าวว่า ความรับผิดชอบ หมายถึง การควบคุมตนเองได้ ปฏิบัติหน้าที่ให้ได้ผลสมบูรณ์ ทั้งนี้รวมไปถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนให้ถูกต้องตามกฎหมาย คนที่รับผิดชอบต่อยอมเป็นที่เชื่อถือของคนอื่น คุณสมบัติด้านความรับผิดชอบจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างมนุษย์^{๑๓๗}

จากคำจำกัดความหมายของความรับผิดชอบที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของความรับผิดชอบต่อในงานวิจัยครั้งนี้ว่า ความรับผิดชอบ หมายถึง การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความเต็มใจ รวมทั้งคอยติดตามผลงานเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น การรู้จักรักษาสีทิวทัศน์และหน้าที่ของตนเอง และปฏิบัติให้อยู่ในระเบียบโดยเคร่งครัด การรักษาทรัพย์สินสมบัติของส่วนรวมเหมือนของตนเอง มีความซื่อสัตย์ไว้ใจได้และกล้าเผชิญต่อความจริง

ดังนั้น อาจพอสรุปแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของความรับผิดชอบซึ่งจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบและผลการศึกษาของนักวิชาการต่างๆ

ปัจจุบันกระแสความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ขององค์กรและหน่วยงานต่างๆ กำลังได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายเพื่อไม่ให้ความรับผิดชอบต่อสังคม (SR) กลายเป็นเพียงกระแสฮิตทางสังคมที่เกิดขึ้นแล้วก็ดับไปอย่างรวดเร็ว องค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ใช้เป็นเพียงการสร้างภาพของเพื่อให้ผ่านตามาตรฐานสากลขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization) หรือ ISO ได้จัดทำข้อเสนอการกำหนดมาตรฐานระหว่างประเทศในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) จึงควรที่จะต้องทำความเข้าใจรูปแบบ กลไก และประโยชน์ของความรับผิดชอบต่อสังคม (SR) อย่างแท้จริงให้ได้รับการยอมรับเป็นนโยบายสาธารณะ เนื่องจากการดำเนินกิจการใดๆ ในสิ่งที่ตั้งมุ่งสู่สังคมมาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อสร้างให้องค์กรอยู่รอดได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนมีการกำกับดูแลที่ดีโดยมุ่งที่การให้ประโยชน์กับคน ชุมชนและสังคมโดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจของผู้บริหารรวมถึงบุคลากรทุกคนในองค์กรจะต้องมีบทบาทและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำมาซึ่งประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุดขององค์กรได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนเน้นการพัฒนาที่รากฐานของสังคม^{๑๓๘} ความรับผิดชอบต่อสังคมหมายถึงการยอมรับทั้งผลที่ไม่ดีและผลที่ดีในกิจการที่ได้ทำลงไปหรือที่อยู่ในความดูแลของกิจการนั้นๆ ตลอดจนการรับภาระหรือเป็นธุระดำเนินการป้องกันและปรับปรุงแก้ไขผลที่ไม่ดี รวมถึงการสร้างสรรคและบำรุงรักษาผลที่ดีซึ่งส่งกระทบไปยังผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ

^{๑๓๗} ก่อน สวัสดิ์พาณิชย์, วิจารณ์และการปรับปรุงบุคลิกภาพ, (กรุงเทพมหานคร: วัฒนาพานิช, ๒๕๑๙), หน้า ๑๕๐.

^{๑๓๘} รัตน์ชัย ตรีสุวรรณ, “การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน”, วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๖), หน้า ๑๕

ราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายว่าความรับผิดชอบหมายถึงอาการยอมตามผลที่ดีหรือไม่ดีในกิจการที่ได้กระทำไป^{๑๓๙} ริกกีต ดับเบิลยู กริฟฟิน (Griffin) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า เป็นข้อผูกพันและเป็นหน้าที่ขององค์กรที่มีหน้าที่ในการป้องกันและให้ประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมรอบข้าง^{๑๔๐} อาร์ เวนมอนดี (Mondy) ได้กล่าวว่า ข้อผูกมัดของผู้บริหารในการหาวิธีที่จะรักษาหรือปกป้องผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว^{๑๔๑} เรน อาร์ พลังเกตต์ (Plunkett) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า เจตนาที่ไม่เพียงพอจะสร้างทางธุรกิจของบุคคลและองค์กรของคนฝ่ายเดียวแต่ยังป้องกันและสร้างสรรค์ผลประโยชน์นั้นๆ ให้แก่บุคคลอื่นและให้แก่สังคม รวมถึงความพยายามหลีกเลี่ยงไม่กระทำการใดๆ ให้บุคคลอื่นและสังคมต้องเสียหายอีกด้วย^{๑๔๒} คอแลอร์และลี (Kotler and Lee) ได้กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นพันธกิจในการปรับปรุงชุมชนให้ดีขึ้นด้วยบทเรียนทางธุรกิจและการให้ในสิ่งที่มี^{๑๔๓} และคาร์เตอร์ วี กูด (Good) ได้กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมหมายถึง คุณธรรมที่เป็นความคิดรวบยอดในความรู้สึกผิดชอบชั่วดี อันเป็นเครื่องเหนี่ยวรั้ง ควบคุม พฤติกรรมที่แสดงออกเพื่อสนองความปรารถนาของคนกลุ่มใหญ่ และพร้อมที่จะแสดงออกเมื่อมีเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมมากกระตุ้น^{๑๔๔}

สรุปได้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึงการดำเนินการใดๆ ที่คำนึงถึงผลที่จะกระทบต่อสังคมโดยไม่ทำให้สังคมหรือสิ่งแวดล้อมเกิดความเสียหายและยังมีหน้าที่ที่จะต้องบำรุงรักษาให้สังคมหรือสิ่งแวดล้อมดีขึ้น

๒.๘ สภาพทั่วไปของจังหวัดขอนแก่น

สภาพการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในจังหวัดขอนแก่นสามารถเลือกกลุ่มตัวอย่างได้ ๓ แห่งคือ บิ๊กซี แฟรี่และโรบินสัน

๒.๘.๑ ข้อมูลทั่วไปของบริบทองค์กรธุรกิจ และสภาพเศรษฐกิจของจังหวัดขอนแก่น

๑ ที่ตั้งและพื้นที่

^{๑๓๙} ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔, พิมพ์ครั้งที่ ๖, (กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์, ๒๕๕๖), หน้า๖๙๑.

^{๑๔๐} Griffin, R. W, **Management**, 5th ed. (Houghton: Mifflin,1966), p. 11.

^{๑๔๑} Mondy , R. W, **Management: Concepts and practices**, 6th ed ,(Needham Heights, Massachusetts: Allyn and Bacon,1998),p. 22.

^{๑๔๒} Plunket, Richard W., **Supervision: The Direction of People at work**. (Boston : Allyn and Bacon,1994), p. 819.

^{๑๔๓} Kotler,Philip abd Lee, Nancy, **Corporate social responsibility** (New Jersey : John Willey and Sons, 2005), p. 3.

^{๑๔๔} Good, Carter, **Dictionary of Education**, 3rd ed. (New York: McGraw – Hill : 1973), p. 20.

จังหวัดขอนแก่น ตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ ๑๕ - ๑๗ องศาเหนือ และเส้นแวงที่ ๑๐๑ - ๑๐๓ องศาตะวันออก ซึ่งอยู่บริเวณตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ห่างจากกรุงเทพมหานคร ๔๔๕ กิโลเมตร มีพื้นที่ ๑๐,๘๘๕.๘๙ ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ ๖.๘ ล้านไร่ ภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบ มีลักษณะสูงต่ำสลับเป็นลูกคลื่นลาดเทไปทางทิศตะวันออกและทิศใต้ มีที่ราบลุ่มแถบลุ่มน้ำชีและลุ่มน้ำพอง พื้นที่สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ย ๑๐๐ - ๒๐๐ เมตร

๒ อาณาเขต

ทิศเหนือ - ติดกับจังหวัดอุดรธานี เลย และหนองบัวลำภู

ทิศใต้ - ติดกับจังหวัดนครราชสีมา และบุรีรัมย์

ทิศตะวันออก - ติดกับจังหวัดกาฬสินธุ์ และมหาสารคาม

ทิศตะวันตก - ติดกับจังหวัดชัยภูมิ และเพชรบูรณ์

๓ การปกครอง

อำเภอ - จำนวน ๒๖ อำเภอ ๑๙๘ ตำบล ๒,๓๓๑ หมู่บ้าน และ ๓๘๙ ชุมชน

(ที่ทำการปกครองจังหวัดขอนแก่น ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๔)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - จำนวน ๒๒๕ แห่ง ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด จำนวน ๑ แห่ง เทศบาล จำนวน ๗๕ แห่ง (เทศบาลนคร จำนวน ๑ แห่ง เทศบาลเมือง จำนวน ๖ แห่ง และเทศบาลตำบล จำนวน ๖๘ แห่ง) และองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน ๑๔๙ แห่ง

ราชการส่วนภูมิภาค - ๓๓ ส่วนราชการ

ราชการส่วนกลางและรัฐวิสาหกิจ - ๒๐๘ หน่วยงาน

๔ ประชากร

ประชากรรวม ๑,๗๖๖,๐๖๖ คน แยกเป็นชาย ๘๗๕,๐๑๓ คน หญิง ๘๙๑,๐๕๓ คน จำนวนบ้าน ๕๓๔,๗๑๕ หลัง

๕ เส้นทางคมนาคม

ทางรถยนต์ มีทางหลวงแผ่นดินผ่านพื้นที่จำนวน ๗ สาย ได้แก่

ทางหลวงหมายเลข ๒ : สระบุรี-นครราชสีมา-ขอนแก่น-อุดรธานี-หนองคาย

ทางหลวงหมายเลข ๑๒ : ขอนแก่น-เพชรบูรณ์

ทางหลวงหมายเลข ๒๓ : แยกจากทางหลวงหมายเลข ๒ ผ่านอำเภอบ้านไผ่ ขอนแก่นมหาสารคาม

ทางหลวงหมายเลข ๒๐๑ : ขอนแก่น-ชัยภูมิ-เลย

ทางหลวงหมายเลข ๒๐๗ : ขอนแก่น-บุรีรัมย์

ทางหลวงหมายเลข ๒๐๘ : ขอนแก่น-มหาสารคาม

ทางหลวงหมายเลข ๒๐๙ : ขอนแก่น-กาฬสินธุ์

ทางรถไฟ เส้นทางจาก กรุงเทพฯ-หนองคาย ขนานกับทางหลวงหมายเลข ๒ หรือถนนมิตรภาพ ผ่านอำเภอในเขตพื้นที่ คือ อำเภอพล บ้านไผ่ บ้านแฮด เมืองขอนแก่น น้ำพอง และเขาสวนกวาง

ทางเครื่องบิน มีท่าอากาศยานพาณิชย์ ๑ แห่ง ห่างจากตัวเมือง ๘ กิโลเมตร เส้นทางบิน กรุงเทพฯ -ขอนแก่น- กรุงเทพฯ ฯ ใช้เวลาเดินทางประมาณ ๕๕ นาที วันละ ๘ เที่ยวบิน

๖ ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศของจังหวัดขอนแก่น ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของมรสุมที่พัดประจำฤดูกาล ซึ่ง ๒ ชนิด คือ มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งพัดพามวลอากาศเย็นและแห้งจากประเทศจีนเข้าปกคลุมประเทศไทยตั้งแต่ ประมาณกลางเดือนตุลาคมถึงประมาณเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งอยู่ในช่วงฤดูหนาวของประเทศไทย ทำให้จังหวัดขอนแก่นมีอากาศหนาวเย็นและแห้งทั่วไป ส่วนมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ที่พัดพามวลอากาศชื้นจากทะเลและมหาสมุทรเข้าปกคลุมประเทศไทยในช่วงฤดูฝน (ประมาณกลางเดือนพฤษภาคมถึงประมาณกลางเดือนตุลาคม) ทำให้มีฝนตกชุกทั่วไป (ที่มา : ศูนย์ภูมิอากาศ สำนักพัฒนาอุนิยมวิทยา กรมอุตุนิยมวิทยา มิถุนายน ๒๕๖๐)

หมายเหตุ ๑. อุณหภูมิสูงสุด หรือต่ำสุด คือ ค่าของอุณหภูมิสูงสุดหรือต่ำสุดที่ตรวจวัดได้ในช่วงเวลา ๒๔ ชั่วโมง (เวลา ๐๗.๐๐ น.วันนี้ ถึง เวลา ๐๗.๐๐ น.วันพรุ่งนี้)

๒. อุณหภูมิเฉลี่ยของปี คือ ค่าเฉลี่ยของอุณหภูมิที่ตรวจวัดได้ทุกครั้งในเวลา ๑ ปี

๒.๘.๒. เศรษฐกิจ

คลังจังหวัดขอนแก่น เปิดเผยว่า เศรษฐกิจประเทศปี ๒๕๖๑ คาดว่าจะขยายตัว ร้อยละ ๔.๒-๔.๗ โดยมีแรงสนับสนุนที่สำคัญประกอบด้วย การขยายตัวเร่งขึ้นของเศรษฐกิจโลก และการปรับตัวดีขึ้นของระดับราคาสินค้าในตลาดโลก ซึ่งจะสนับสนุนให้การส่งออกสินค้าและบริการขยายตัวในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่อง แรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายภาครัฐ และการลงทุนภาครัฐยังคงมีแนวโน้มที่จะอยู่ในเกณฑ์ดี การฟื้นตัวที่ชัดเจนมากขึ้นของการลงทุนภาคเอกชน และการปรับตัวดีขึ้นของฐานรายได้ของประชาชนในระบบเศรษฐกิจ

โครงการสร้างทางเศรษฐกิจจังหวัดขอนแก่น GDP ปี ๒๕๕๙ มูลค่าการผลิต (GPP) ๑๙๔,๘๔๘ ล้านบาท รายได้ต่อหัว ๑๑๒,๐๓๘ บาทต่อคน ต่อปี ประชากรจังหวัด ๑,๗๓๙,๑๑๘ คน แยกเป็น อุตสาหกรรม ๓๕.๒๐ เปอร์เซ็นต์ เกษตร ๑๐.๓๙ เปอร์เซ็นต์ การค้า ๑๒.๓๓ เปอร์เซ็นต์ การศึกษา ๑๒.๒๐ เปอร์เซ็นต์ การเงิน ๖.๑๘ เปอร์เซ็นต์ อื่น ๆ ๒๓.๖๐ เปอร์เซ็นต์ คาดการณ์เศรษฐกิจจังหวัดขอนแก่น ปี ๒๕๖๑ ไตรมาสที่ ๒/๒๕๖๑ เศรษฐกิจจังหวัดขอนแก่น +๓.๕ เปอร์เซ็นต์ โดยมีภาคอุตสาหกรรม เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจังหวัด การใช้จ่ายภาครัฐ

เป็นแรงกระตุ้นให้เศรษฐกิจภายในจังหวัดเติบโต การบริโภค การลงทุน เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้เศรษฐกิจเติบโตด้านอุปทานการผลิต ภาคเกษตรกรรม +๔.๔ เปอร์เซ็นต์ แยกเป็นข้าวเหนียว +๒.๕ เปอร์เซ็นต์ ข้าวเจ้า +๓.๘ เปอร์เซ็นต์ อ้อย ๗.๓ เปอร์เซ็นต์ มันสำปะหลังบวก ๕.๓ เปอร์เซ็นต์ ภาคอุตสาหกรรม + ๒.๖ เปอร์เซ็นต์ โรงงาน +๒.๗ เปอร์เซ็นต์ ไฟฟ้า +๒.๕ เปอร์เซ็นต์ ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ +๑.๘ เปอร์เซ็นต์ ภาคบริการ + ๓.๙ เปอร์เซ็นต์ ขายส่ง ขายเป็นปลีก +๓.๕ เปอร์เซ็นต์ ผู้โดยสารผ่านสนามบิน +๔.๕ เปอร์เซ็นต์ นักท่องเที่ยว +๔.๐ เปอร์เซ็นต์ รายได้เกษตรกร + ๙.๑ เปอร์เซ็นต์

ด้านอุปสงค์การใช้จ่าย การบริโภคภาคเอกชน +๔.๙ เปอร์เซ็นต์ รถยนต์ +๑๒.๕ เปอร์เซ็นต์ รถจักรยานยนต์ +๒.๓ เปอร์เซ็นต์ ภาษีมูลค่าเพิ่ม +๓.๕ เปอร์เซ็นต์ การลงทุนภาคเอกชน + ๒.๑ เปอร์เซ็นต์ สินเชื่อ +๒.๔ เปอร์เซ็นต์ พื้นที่ก่อสร้าง +๑.๘ เปอร์เซ็นต์ ยอดขายวัสดุก่อสร้าง + ๓.๕ เปอร์เซ็นต์ การใช้จ่ายภาครัฐบาล +๔.๐ เปอร์เซ็นต์ รายจ่ายประจำ +๒.๕ เปอร์เซ็นต์ รายจ่ายลงทุน +๑๓.๕ เปอร์เซ็นต์ สถียรภาพทางเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อ +๑.๐ เปอร์เซ็นต์ การจ้างงาน + ๑.๐ เปอร์เซ็นต์ หรือ +๙,๖๘๐ คน
(ที่มา : สำนักงานคลังจังหวัดขอนแก่น คาดการณ์เศรษฐกิจจังหวัดขอนแก่น ปี ๒๕๖๑ ไตรมาสที่ ๒/ ๒๕๖๑)

๒ อุตสาหกรรม

มีโรงงานอุตสาหกรรมได้รับอนุญาตให้ประกอบการ (สะสมจำพวก ๒,๓) จำนวนทั้งสิ้น ๑,๓๕๓ โรงงาน เงินทุน ๗๓,๘๑๐,๗๕๕,๑๑๖ บาท คนงาน ๖๐,๗๓๘ คน แยกตามจำพวกโรงงานได้ดังนี้

| จำพวกที่ | จำนวนโรงงาน | จำนวนเงินลงทุน (บาท) | จำนวนคนงาน |
|----------|-------------|----------------------|------------|
| ๒ | ๕๓๘ | ๘๕๖,๕๘๓,๒๙๕ | ๔,๐๖๐ |
| ๓ | ๘๑๕ | ๗๒,๙๕๔,๑๗๑,๘๒๑ | ๕๖,๖๗๘ |
| รวม | ๑,๓๕๓ | ๗๓,๘๑๐,๗๕๕,๑๑๖ | ๖๐,๗๓๘ |

ตารางที่ ๕ : ประเภทโรงงานอุตสาหกรรม

หมายเหตุ จำพวกที่ ๒ คือ ต้องแจ้งให้ทราบก่อนการประกอบกิจการโรงงาน

จำพวกที่ ๓ คือ ต้องได้รับอนุญาตก่อนจึงจะดำเนินการได้

สาขาอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนมากที่สุด ๗ อันดับแรกของจังหวัดขอนแก่น ได้แก่

๑. อุตสาหกรรมโลหะ จำนวน ๒๐๘ โรงงาน
๒. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ จำนวน ๒๐๒ โรงงาน

| | | |
|----|---------------------------------|------------------|
| ๓. | อุตสาหกรรมขนส่ง | จำนวน ๑๗๙ โรงงาน |
| ๔. | อุตสาหกรรมอาหาร | จำนวน ๑๓๑ โรงงาน |
| ๕. | อุตสาหกรรมการเกษตร | จำนวน ๑๑๑ โรงงาน |
| ๖. | อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล | จำนวน ๑๑๔ โรงงาน |
| ๗. | อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ | จำนวน ๕๖ โรงงาน |

มีโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการที่ใช้แรงงานเกิน ๑๐๐ คนขึ้นไป
แยกได้ดังนี้

| | | |
|----|---|--------------|
| ๑. | โรงงานที่ใช้คนงานตั้งแต่ ๑๐๐-๒๐๐ คน | มี ๓๓ โรงงาน |
| ๒. | โรงงานที่ใช้คนงานตั้งแต่ ๒๐๐-๕๐๐ คน | มี ๒๕ โรงงาน |
| ๓. | โรงงานที่ใช้คนงานตั้งแต่ ๕๐๐-๑,๐๐๐ คน | มี ๗ โรงงาน |
| ๔. | โรงงานที่ใช้คนงานตั้งแต่ ๑,๐๐๐ คนขึ้นไป | มี ๗ โรงงาน |

๓ เกษตรกรรม

มีพื้นที่การเกษตร ๔,๓๖๙,๐๔๓ ไร่ (ร้อยละ ๖๔.๑๙ ของพื้นที่จังหวัด) โดยอยู่ในเขต
ชลประทาน ๖๑๔,๖๘๐ ไร่ (คิดเป็นร้อยละ ๙.๑๙ ของพื้นที่จังหวัด) จำนวนคนทำงานในภาคเกษตร
๓๑๒,๔๘๗ คน

โดยมีผลผลิตจากพืชที่สำคัญ ดังนี้

ข้าว

| | | | |
|----------|-----------|-----------|-----|
| ▶ นาปี | ผลผลิตรวม | ๑,๑๐๖,๙๗๔ | ตัน |
| ▶ นาปรัง | รวมผลผลิต | ๗๖,๙๖๐ | ตัน |

อ้อยโรงงานผลผลิตรวม ๖,๓๔๐,๓๔๙ ตัน

มันสำปะหลัง ผลผลิตรวม ๘๓๑,๐๔๗ ตัน

ถั่วเหลือง ผลผลิตรวม ๗,๖๗๓ ตัน

โดยมีผลผลิตจากสัตว์ที่สำคัญ ดังนี้

โคเนื้อ ผลผลิตรวม ๔๕,๖๕๔ ตัว

สุกร ผลผลิตรวม ๑๔๒,๕๓๑ ตัว มีฟาร์มสุกร ๑๓๐ แห่ง

ไก่เนื้อ ผลผลิตรวม ๘,๐๙๕,๕๐๔ ตัว มีฟาร์มไก่เนื้อ ๑๑๖ แห่ง

โคนม ผลผลิตน้ำนมดิบรวม ๒๕,๒๔๙ ตัน มีฟาร์มโคนม ๔๓๗ แห่ง

ไก่ไข่ ผลผลิตไข่ไก่รวม ๑๐๙,๐๙๖,๑๙๑ ฟอง มีฟาร์มไก่ไข่ ๒๑๑ แห่ง

ด้านประมง มีผู้เลี้ยงปลาจำนวน ๔๓,๔๘๔ ราย แยกเป็นเลี้ยงในบ่อดิน ๖๖,๐๓๘ บ่อ จำนวน ๔๒,๐๔๐ ราย เลี้ยงในกระชัง ๒,๕๔๘ กระชัง จำนวน ๑๘๗ ราย เลี้ยงในบ่อซีเมนต์ ๑,๓๘๕ บ่อ จำนวน ๑,๑๘๕ ราย เลี้ยงในนาข้าว ๗๒ แปลง จำนวน ๗๒ ราย และมีผู้เลี้ยงจระเข้ ๓๑ ราย จำนวนจระเข้ที่เลี้ยง ๒,๑๔๒ ตัว

๔ พลังงาน

มีโรงงานผลิตเอทานอล ๒ แห่ง กำลังการผลิตจากมันสำปะหลัง ๑๓๐,๐๐๐ ลิตร/วัน และจากกากน้ำตาล ๑๕๐,๐๐๐ ลิตร/วัน สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ๕๒๓ แห่ง สถานีบริการก๊าซธรรมชาติ (NGV) ๙ แห่ง สถานีบริการก๊าซ LPG ๓๐ แห่ง และร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม (LPG) ๘๐ แห่ง

๕ สื่อสารและโทรคมนาคม

มีที่ทำการไปรษณีย์ จำนวน ๒๘ แห่ง แยกเป็นประเภทรับฝาก (ปทฝ.) ๔ แห่ง และประเภทรับ-จ่าย (ปทจ.) ๒๔ แห่ง มีสำนักงานเขตโทรศัพท์ภูมิภาคที่ ๒ ซึ่งมีชุมสายในการปฏิบัติงานในจังหวัด ๘ แห่ง

สื่อมวลชนมีสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT ขอนแก่น สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๑ สถานีถ่ายทอดผ่านดาวเทียมของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง ๓ และช่อง ๙ อ.ส.ม.ท. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง ๕ ช่อง ๗ และทีวีไทย นอกจากนี้ยังมีสถานีวิทยุกระจายเสียง ๑๔ สถานี หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง ๑๒ ฉบับ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ๑๓ ฉบับ

๖ การเงินการธนาคาร

เป็นที่ตั้งของธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และสถาบันการเงินพิเศษของรัฐ ได้แก่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย รวมทั้งธนาคารพาณิชย์สาขาหลักและสาขาย่อย รวมทั้งสิ้น ๑๐๓ แห่ง

-ปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์คงค้าง ณ สิ้นเดือนมิถุนายน ๒๕๕๕ มียอดคงค้าง ๗๕,๕๘๙.๕๗ ล้านบาท ขยายตัวจากเดือนเดียวกันปีที่แล้วร้อยละ ๑๑.๑๗ ชะลอตัวจากเดือนที่แล้วที่ขยายตัวร้อยละ ๑๕.๘๕ ตามการชะลอตัวของเงินฝากออมทรัพย์ และเงินฝากประจำ เนื่องจากผู้ฝากเงินหันไปลงทุนในรูปแบบอื่นที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่ามากขึ้น ในขณะที่เงินฝากกระแสรายวันหดตัวจากเดือนเดียวกันของปีที่แล้ว ร้อยละ ๑.๒๕ และปรับตัวลดลงจากเดือนที่แล้วที่ขยายตัว ร้อยละ ๐.๖๖

-ปริมาณเงินฝากธนาคารรัฐ (ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม ๒๕๕๕ มียอดคงค้าง ๓๕,๑๒๓.๔๒ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเดือนเดียวกันของปีที่แล้วร้อยละ ๑๔.๔๗ ชะลอตัวจากเดือนที่แล้ว ที่ขยายตัวร้อยละ

๑๖.๕๒ เนื่องจากการชะลอตัวของเงินฝากธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร และธนาคารอาคารสงเคราะห์

-ปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์คงค้าง ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม ๒๕๕๕ มียอดคงค้าง ๑๐๒,๔๙๔.๘๗ ล้านบาท ขยายตัวจากเดือนเดียวกันปีที่แล้ว ร้อยละ ๑๗.๔๒ ชะลอจากเดือนที่แล้วที่ ขยายตัวร้อยละ ๒๒.๓๙ ตามการชะลอตัวของเงินให้กู้และตัวเงิน

-ปริมาณสินเชื่อธนาคารรัฐ (ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม ๒๕๕๕ มียอดคงค้าง ๗๓,๐๐๒.๑๐ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเดือนเดียวกันปีที่แล้วร้อยละ ๒๗.๘๕ ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนที่แล้ว ที่ขยายตัวร้อยละ ๒๗.๕๑ จากการขยายตัวของสินเชื่อตามนโยบายของภาครัฐผ่านธนาคารออมสิน ในขณะที่ธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และธนาคารอาคารสงเคราะห์ปรับตัวดีขึ้น ชะลอตัวจากเดือน เดียวกันของปีที่แล้ว และเดือนที่แล้ว

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๒๕๕๕

๗ การค้าและการบริการ

ปี ๒๕๕๕ มีนิติบุคคลจดทะเบียน ๖๐๘ ราย ทุนจดทะเบียน ๒,๒๑๕.๓๘ ล้านบาท โดยมี นิติบุคคลจดทะเบียนที่ยังคงอยู่ทั้งสิ้น ๔๑,๔๗๔ แห่ง (ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด ขอนแก่น ๒๕๕๕)

มีโรงแรม ๑๘๘ แห่ง ห้องพัก ๖,๔๗๖ ห้อง มีศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ๖ แห่ง และขนาด กลาง ๒๓ แห่ง โรงภาพยนตร์ ๒๐ โรง สถานบริการ ๖๕ แห่ง **๘ ประปา**

การประปา มีสำนักงานประปาอยู่ในพื้นที่ จำนวน ๙ แห่ง ให้บริการจ่ายน้ำประปา ๘ แห่ง ได้แก่ สำนักงานประปาขอนแก่น บ้านไผ่ ชุมแพ น้ำพอง ชนบท กระนวน หนองเรือ และเมือง พล จำนวนผู้ใช้น้ำรวม ๑๕๗,๒๐๗ ราย กำลังการผลิตที่ใช้งาน ๒๑๑,๐๐๘ ลูกบาศก์เมตร/วัน ปริมาณน้ำผลิต ๕,๒๔๘,๗๙๒ ลูกบาศก์เมตร ปริมาณน้ำผลิตจ่าย ๕,๗๐๐,๒๑๓ ลูกบาศก์เมตร ปริมาณน้ำจำหน่าย ๓,๔๕๙,๔๒๙ ลูกบาศก์เมตร

๙ ไฟฟ้า

การไฟฟ้า มีแหล่งผลิตไฟฟ้าที่สำคัญ คือ โรงไฟฟ้าพลังน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ และโรงไฟฟ้า พลังความร้อนร่วมน้ำพอง กำลังผลิต ๒๕.๒ เมกกะวัตต์ และ ๗๑๐ เมกกะวัตต์ตามลำดับ สถานะการ ใช้ ไฟฟ้าของจังหวัดขอนแก่น ๔๗๘,๙๑๙ ครัวเรือน มีไฟฟ้าใช้แล้ว ๔๖๔,๒๘๖ ครัวเรือน เป็นร้อยละ ที่มีไฟฟ้าใช้ ๙๖.๙๔

๒.๘.๓. สังคม การศึกษา และสาธารณสุข

๑ แรงงาน

ประชากรและกำลังแรงงาน ผลสำรวจข้อมูลสถานการณ์ทำงานไตรมาส ๓ ปี ๒๕๕๕ (กรกฎาคม-กันยายน) ของสำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น พบว่ามีประชากรทั้งสิ้น ๑,๙๐๒,๑๑๗ คน

เป็นผู้มีอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป จำนวน ๑,๕๒๔,๒๙๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๐.๑๓ ของประชากรรวมทั้งหมด เป็นผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงานมีจำนวน ๑,๐๘๔,๖๓๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๑.๑๕ ของผู้มีอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป โดยแบ่งเป็น ผู้มีงานทำจำนวน ๑,๐๗๙,๕๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๙.๕๓ ผู้ว่างงานจำนวน ๑,๖๖๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๑๕ ผู้รอดคุกจำนวน ๓,๔๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๓๑ ของผู้อยู่ในกำลังแรงงาน ส่วนผู้ที่ไม่อยู่ในกำลังแรงงานมีจำนวน ๔๓๙,๖๖๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๘๔ ของผู้มีอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป แบ่งเป็นกลุ่มทำงานบ้านจำนวน ๑๐๖,๐๙๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๑๒ กลุ่มเรียนหนังสือจำนวน ๑๖๒,๙๔๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๐๖ และอื่น ๆ จำนวน ๑๗๐,๖๓๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๘๐ ของผู้ไม่อยู่ในกำลังแรงงาน

ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า ๑๕ ปี มีจำนวน ๓๗๗,๘๒๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๘๖ ของประชากรรวมทั้งหมด

การมีงานทำ การมีงานทำของประชากรในจังหวัดขอนแก่น พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น ๑,๐๗๙,๕๓๘ คน แบ่งเป็น ชายจำนวน ๕๙๘,๕๗๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๕๘ หญิงจำนวน ๔๘๐,๙๖๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๕๑ ซึ่งจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ทำงานในสาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้มีจำนวน ๕๙๓,๒๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๙๕ ของประชากรอายุ ๑๕ ปีขึ้นไปที่มีงานทำ รองลงมาคือ การขายส่ง ขายปลีกมีจำนวน ๑๓๒,๘๑๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๓๐ การผลิต มีจำนวน ๙๔,๒๔๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๗๓ การก่อสร้างจำนวน ๖๔,๖๙๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๙๙ กิจกรรมโรงแรมและอาหาร มีจำนวน ๓๙,๑๓๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๖๒

การว่างงาน มีผู้ว่างงานจำนวนทั้งสิ้น ๑,๖๖๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๑๕ เป็นชายจำนวน ๔๐๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๙๖ เป็นหญิงจำนวน ๑,๒๖๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๖.๐๓ ของผู้ว่างงานทั้งหมด

การจัดหางานในประเทศ มีตำแหน่งงานว่างทั้งสิ้น ๒,๐๖๕ คน เป็นชายจำนวน ๕๗ อัตรา คิดเป็นร้อยละ ๒.๗๖ เป็นหญิงจำนวน ๓๐ อัตรา คิดเป็นร้อยละ ๑.๔๕ และไม่ระบุเพศจำนวน ๑,๙๗๘ อัตรา คิดเป็นร้อยละ ๙๕.๗๙

ผู้ลงทะเบียนสมัครงานจำนวนทั้งสิ้น ๒,๗๒๑ คน เป็นชายจำนวน ๑,๒๕๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๑๒ เป็นหญิงจำนวน ๑,๔๖๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๘๘

การบรรจุงานมีจำนวนทั้งสิ้น ๓,๙๒๓ คน เป็นชายจำนวน ๑,๕๗๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๑๒ เป็นหญิงจำนวน ๒,๓๔๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๙.๘๗

แรงงานต่างด้าว ในจังหวัดขอนแก่นมีจำนวนทั้งสิ้น ๔,๗๘๖ คน จำแนกเป็น ๔ ประเภท ดังนี้

๑. แรงงานต่างด้าวที่เข้ามาในราชอาณาจักรว่าด้วยกฎหมายคนเข้าเมืองและคนต่างด้าวบนพื้นที่สูง มีจำนวนทั้งสิ้น ๖๐๔ คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเภทชั่วคราว จำนวน ๕๑๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๕.๖๐ รองลงมาเป็นการส่งเสริมการลงทุน จำนวน ๖๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๔๓ ส่วนคนต่าง

ตัวมาตรา ๑๒ (คนต่างด้าวซึ่งเข้ามาทำงานในราชอาณาจักรตามกฎหมายพิเศษ ได้แก่ กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน และกฎหมายอื่น เช่น พ.ร.บ. การนิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น) จำนวน ๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๙๗

๒. แรงงานต่างด้าวหลบหนีเข้าเมืองสัญชาติพม่า ลาว และกัมพูชา ที่เข้ามาในราชอาณาจักรโดยไม่ถูกต้องตามกฎหมายและได้รับการผ่อนผันให้ทำงานชั่วคราวตามมติคณะรัฐมนตรี ณ เดือนกันยายน ๒๕๕๕ จำนวนทั้งสิ้น ๘๖๐ คน โดยแรงงานต่างด้าวที่ได้รับใบอนุญาตทำงานส่วนใหญ่เป็นสัญชาติพม่าจำนวน ๔๑๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๓๗ รองลงมาสัญชาติลาวจำนวน ๒๘๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๒๖ ส่วนสัญชาติกัมพูชาจำนวน ๑๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๓๗

๓. แรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตให้เดินทางเข้ามาทำงานในราชอาณาจักรตามข้อตกลงระหว่างรัฐ (MOU) ได้แก่ แรงงานต่างด้าว สัญชาติพม่า ลาว และกัมพูชา สัญชาติที่มีมากที่สุดคือสัญชาติลาว จำนวน ๖๕๑ คน รองลงมาคือสัญชาติพม่า จำนวน ๔๙๐ คน และสัญชาติกัมพูชาจำนวน ๑๔ คน เข้ามาทำงานในราชอาณาจักรตามข้อตกลงระหว่างรัฐ (MOU)

๔. แรงงานต่างด้าวที่ผ่านการพิสูจน์สัญชาติและได้รับอนุญาตให้ทำงาน จำนวน ๒,๑๖๗ คน เป็นแรงงานสัญชาติพม่า จำนวนทั้งหมด ๑,๙๔๖ คน แรงงานสัญชาติลาว จำนวน ๑๖๙ คน และแรงงานสัญชาติกัมพูชา จำนวน ๕๒ คน

๒ ประกันสังคม

ไตรมาส ๓ ปี ๒๕๕๕ (กรกฎาคม-กันยายน) สถานประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกองทุนประกันสังคมจำนวน ๕,๖๔๐ แห่ง ผู้ประกันตน ๑๕๒,๐๔๔ คน รายรับ ๖๐๗,๙๘๓,๔๕๑.๘๑ บาท รายจ่าย ๒๔๔,๕๐๕,๑๔๒.๕๓ บาท สำหรับสถานประกอบการที่มีนายจ้างขึ้นทะเบียนกองทุนทดแทนจำนวน ๔,๘๖๐ แห่ง รายรับ ๑๓,๓๑๔,๒๘๘.๕๙ บาท รายจ่าย ๑๑,๓๕๐,๗๐๔.๑๕ บาท ผู้ขึ้นทะเบียนประกันสังคมกรณีว่างงาน ๙๒,๙๐๓ คน ผู้ขึ้นทะเบียนประกันสังคมตามมาตรา ๓๙ (การสมัครใจประกันตนต่อหลังจากสิ้นสภาพการเป็นผู้ประกันตน) ๑๐,๒๒๘ คน มีผู้ใช้บริการสถานพยาบาลประกันสังคมจำนวน ๑๔๙,๐๒๓ ราย พบได้ว่ามีผู้ใช้บริการในสถานพยาบาลของรัฐจำนวน ๑๔๒,๓๓๘ ราย คิดเป็นร้อยละ ๙๕.๕๑ และผู้ใช้บริการในสถานพยาบาลของเอกชนจำนวน ๖,๖๘๕ ราย คิดเป็นร้อยละ ๔.๔๙

ด้านเงินกองทุนทดแทนมีจำนวนของผู้มาใช้บริการจากการประสบอันตรายจากการทำงานจำนวน ๑๙๗ คน ซึ่งมีผู้ประกันตนที่ใช้บริการสูงสุด แยกเป็นหยุดงานไม่เกิน ๓ วัน จำนวน ๑๖๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๑.๒๒ และหยุดงานเกิน ๓ วัน จำนวน ๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๑๘ สูญเสียอวัยวะบางส่วนจำนวน ๑๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๖๐ เสียชีวิตและทุพพลภาพ ไม่มีผู้ใช้บริการ

มีสถานพยาบาลที่เข้าร่วมโครงการกับสำนักงานประกันสังคมจังหวัดขอนแก่นทั้งหมด ๔ แห่ง เป็นสถานพยาบาลของรัฐจำนวน ๓ แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลศูนย์ขอนแก่น โรงพยาบาลชุมแพ โรงพยาบาลศรีนครินทร์ ส่วนสถานพยาบาลเอกชนจำนวน ๑ แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลเวชประสิทธิ์

หมายเหตุ สถานประกอบการ หมายถึง สถานที่หรือบางส่วนของสถานที่ที่มีที่ตั้งที่แน่นอน และมีการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจไม่ว่ากิจกรรมนั้นจะดำเนินงานโดยบุคคลที่เป็นเจ้าของหรือควบคุมกิจการโดยนิติบุคคล

๓ การศึกษา

โรงเรียนทุกสังกัดที่เปิดทำการสอนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน ๑,๑๓๘ แห่ง จำนวนนักเรียน ๒๔๗,๔๒๙ คน จำนวนครู ๑๓,๕๙๙ คน จำนวนห้องเรียน ๑๑,๔๔๐ ห้อง สถาบันอุดมศึกษา ๖ แห่ง เป็นของรัฐ ๓ แห่ง เอกชน ๓ แห่ง

๔ สาธารณสุข

มีสถานบริการสาธารณสุข ประกอบด้วย โรงพยาบาล ๓๒ แห่ง เป็นโรงพยาบาลสังกัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ๒๓ แห่ง มหาวิทยาลัยขอนแก่น ๒ แห่ง กระทรวงกลาโหม ๑ แห่ง กรมอนามัย ๑ แห่ง กรมสุขภาพจิต ๑ แห่ง กรมการแพทย์ ๑ แห่ง เอกชน ๓ แห่ง และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล ๒๔๘ แห่ง บุคลากรทางการแพทย์ ได้แก่ แพทย์ ๑,๐๐๗

๕ ศาสนาและวัฒนธรรม

ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา ๑,๓๑๒ แห่ง ประกอบด้วย วัด ๑,๒๗๖ แห่ง โบสถ์คริสต์ ๕๘ แห่ง มัสยิด ๗ แห่ง และสุเหร่า ๒ แห่ง โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกธรรม - บาลี ๒๖ แห่ง และมหาวิทยาลัยสงฆ์ ๒ แห่ง

การดำเนินงานในด้านการส่งเสริม และอนุรักษ์วัฒนธรรม ได้จัดให้มีศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ จำนวน ๑๓๘ แห่ง โครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน ๔๕ แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ๑๒ แห่ง ศูนย์เฝ้าระวังทางวัฒนธรรม ๗๙ แห่ง ศูนย์วัฒนธรรมในสถานศึกษา ๒๖ แห่ง องค์กรเครือข่ายทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย สภาวัฒนธรรมจังหวัด ๑ แห่ง สภาวัฒนธรรมอำเภอ ๒๖ แห่ง สภาวัฒนธรรมตำบล ๑๙๙ แห่ง สภาวัฒนธรรมหมู่บ้าน ๒,๓๓๗

๒.๘.๔ สภาพการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี แพร์รี่และ โรบินสัน

๒.๘.๔.๑ สภาพการบริหารธุรกิจของห้างบิ๊กซี สาขาขอนแก่น

๑) ลักษณะธุรกิจของห้างบิ๊กซี บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (อังกฤษ: BIG C SUPERCENTER PUBLIC COMPANY LIMITED ชื่อย่อ:BIGC) เป็นบริษัทที่ดำเนินกิจการค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ในรูปแบบร้านไฮเปอร์มาร์ทขนาดใหญ่ชื่อ บิ๊กซี (Big C) มีสาขาอยู่ทั่วประเทศไทยและประเทศในเอเชีย เช่น เวียดนาม โดยข้อมูลในปี ๒๕๕๔ หลังจากควบรวมกิจการของคาร์ฟูร์ในประเทศไทย (บริษัท เซ็นคาร์ จำกัด) เข้ามา ทำให้บิ๊กซี มีสาขาทั้งหมด ๑๒๒ สาขาในประเทศไทย โดยแบ่งแยกเป็นบิ๊กซี เอ็กซ์ตร้าจำนวน ๑๕ สาขา, บิ๊กซี จัมโบ้ ๒ สาขาและ บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ๑๐๕ สาขาโดยบิ๊กซีได้ให้ความหมายของคำว่า Big C คือ

Big หมายถึง พื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ พร้อมด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับลูกค้า และยังครอบคลุมไปถึงความหลากหลายของสินค้าที่บิกซีคัดสรรมาจำหน่าย โดยบิกซีมีสินค้ามากกว่า ๑๐๐,๐๐๐ รายการ เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า

C หมายถึงลูกค้าที่ให้การสนับสนุนบิกซีตลอดเวลา

สาขาขอนแก่น เปิดทำการวันที่ ๑๑ ธันวาคม ๒๕๓๙ ตั้งอยู่ที่ ๒๙๐/๑ หมู่ ๑๗ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง ขอนแก่น ๔๐๐๐๐ เปิดทำการ ทุกวัน ๙.๐๐ - ๒๓.๐๐ น.

๒) นโยบายและการดำเนินธุรกิจของห้างบิกซี บิกซี เกิดจากความคิดกลุ่มค้าปลีกในเครือเซ็นทรัลและเครืออิมพีเรียลเมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๖ โดยได้ทำการก่อตั้งบริษัท เซ็นทรัล ซูเปอร์สโตร์ จำกัด ขึ้นมา และได้ทำการเปิดสาขาแรกบนถนนแจ้งวัฒนะ ในปี พ.ศ. ๒๕๓๗[๑] และก็ได้ทำการเปลี่ยนชื่อเป็นบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในปี พ.ศ. ๒๕๓๘ แต่ต่อมาจนกระทั่งถึงช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในปี ๒๕๔๐ บริษัท Casino Guichard-Perrachon ผู้ประกอบการค้าปลีกอันดับสองของฝรั่งเศส ได้เข้ามาเพิ่มทุนและก็ได้กลายเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ใน พ.ศ. ๒๕๔๒

ใน พ.ศ. ๒๕๕๙ บริษัท Casino Guichard-Perrachon ได้ขายหุ้นที่ถืออยู่ในบิกซีทั้งหมดให้กับ บริษัท ทีซีซี กรุ๊ป จำกัด ของนายเจริญ สิริวัฒนภักดี หลังจากเปิดการประมูลกิจการทั้งในไทย ลาว และเวียดนาม เพื่อนำเงินทุนไปชำระหนี้สินของบริษัท โดยมีกลุ่มเซ็นทรัล และทีซีซีกรุ๊ปเป็นผู้เข้าประมูล โดยการซื้อขายหุ้นจะเสร็จเรียบร้อยภายในเดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ และทีซีซีกรุ๊ปจะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่คนใหม่ทันที แต่ทั้งนี้ทีซีซีกรุ๊ปจะได้สิทธิ์บริหารเฉพาะสาขาในประเทศไทยเท่านั้น ในขณะที่สาขาที่เวียดนาม ๓๔ สาขา จะอยู่ภายใต้การบริหารของ บริษัท เซ็นทรัล ฟู๊ด รีเทล จำกัด ในกลุ่มเซ็นทรัล และสาขาที่ประเทศลาวยังไม่มีเปิดเผยว่าใครเป็นผู้บริหารต่อ

๒.๘.๔.๒ ทิศทางการประกอบการธุรกิจของห้างบิกซี

เมื่อวันที่ ๑๕ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๓ Casino Guichard-Perrachon หรือกลุ่มคาสีโน ได้ชนะการประมูลกิจการคาร์ฟูร์ในประเทศไทย ด้วยราคาซื้อขาย ๖๘๖ ล้านยูโร โดยมีธนาคารดอยช์แบงก์ เป็นที่ปรึกษา ทั้งนี้บริษัทดังกล่าวถือหุ้นบริษัท บิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในประเทศไทย และ ๒ บริษัทจะรวมตัวกัน และส่งผลให้สาขาของบิกซีเพิ่มเป็น ๑๐๕ สาขา จาก ๖๐ สาขา คิดเป็นมูลค่า ๓๕,๕๐๐ ล้านบาท และมีผลทำให้ตลาดค้าปลีกในประเทศไทยเหลือเพียง ๒ เจ้าใหญ่เท่านั้น ได้แก่ เทสโก้ โลตัส และบิกซี ซึ่งกิจการก็ได้ควบรวมกันเสร็จสิ้นในเดือนมกราคม พ.ศ. ๒๕๕๔ และใน พ.ศ. ๒๕๕๖ บิกซีได้ทำการปรับปรุงห้างคาร์ฟูร์จำนวนทั้งหมด ๔๑ สาขาให้กลายเป็นบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ๒๕ สาขา, บิกซี เอ็กซ์ตรา ๑๕ สาขา, บิกซี จัมโบ้ ๑ สาขาซึ่งเป็นสาขาทดลองตลาด และยังได้ปรับปรุงร้านคาร์ฟูร์ มาร์เก็ต ๑๘ สาขา รวมถึงรีแบรนด์บิกซี จูเนียร์ให้เป็น บิกซี มาร์เก็ต และปรับปรุงร้านคาร์ฟูร์ ซิตี เป็น มินิบิกซี ครบทุกสาขาแล้ว

และเพื่อเป็นการจดจำแบรนด์คาร์ฟูร์เดิม บิกซีได้กำหนดแบรนด์และรูปแบบสาขาใหม่ที่จะมาใช้แทนคาร์ฟูร์คือ บิกซี เอ็กซ์ตรา ซึ่งเป็นการนำเอาจุดเด่นในด้านการคัดสรรสินค้าจากทุกมุมโลก และการบริการที่เป็นเลิศของคาร์ฟูร์ มารวมกับราคาคุณภาพของบิกซี ซึ่งกรณีนี้ เป็นการศึกษา

การให้บริการของ เอ็กซ์ตรา ที่เป็นแบรนด์ไฮเปอร์มาร์เก็ตในประเทศบราซิล และเป็น ๑ ในสมาชิกของกลุ่มคาสีโน และก็ได้นำมาปรับใช้ให้เข้ากับกับ บิ๊กซี เอ็กซ์ตรา นั่นเอง

อย่างไรก็ตาม ในจำนวนสาขาทั้งหมด บิ๊กซี ยังได้ปิดสาขาคาร์ฟูร์ไปจำนวนหนึ่งด้วย โดยส่วนใหญ่สาขาที่ปิดไป เป็นสาขาที่ทำเลไม่เหมาะสม สาขาชำรุด หรือหมดสัญญาเช่าที่ดิน ซึ่งบิ๊กซีก็ได้ก่อสร้างสาขาเพื่อเป็นการทดแทนเอาไว้ด้วย

๒.๘.๔.๓ สภาพการบริหารของห้างแฟรี่พลาซ่า สาขาขอนแก่น

๑) ลักษณะธุรกิจของห้างแฟรี่พลาซ่า ห้างสรรพสินค้าแฟรี่ พลาซ่า เป็นห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น ที่เปิดให้บริการมายาวนานในจังหวัดขอนแก่น ก่อตั้งโดย นายวรพงษ์ พัฒนพีระเดช ตั้งแต่ปี ๒๕๐๙ และในปี ๒๕๓๘ ได้เปิดศูนย์สรรพสินค้าแฟรี่ พลาซ่า สาขาใจกลางเมือง มีพื้นที่รวม ๓๕,๙๔๑ ตร.ม. โดยเป็นอาคารพื้นที่ชาย ๒ ชั้นและอาคารจอดรถ ๑๑ ชั้น ซึ่งสามารถจอดรถได้ราว ๔๗๙ คัน ตั้งอยู่ที่ ๖๙/๙ ถนนกลางเมือง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น ๔๐๐๐๐ บริการทุกวัน วันจ-ศ เปิด ๑๐.๓๐-๒๑.๓๐น. วัน ส-อา และวันนักขัตฤกษ์ เปิด ๑๐.๐๐-๒๑.๓๐ น.

แฟรี่พลาซ่า” คือ ตำนานห้างค้าปลีกแห่งจังหวัดขอนแก่น ที่มีความยิ่งใหญ่ไม่แพ้ห้างใดในระดับภูมิภาค เคยทำยอดขายในระดับภูมิภาคสูงสุด มีแนวคิดในการทำธุรกิจด้วยรูปแบบที่ทันสมัย แต่ลักษณะการบริหารธุรกิจยังเป็นรูปแบบ “กงสี” ที่มีเพียงพี่และน้องแบ่งกันทำหน้าที่หลักๆ เส้นทางธุรกิจของห้างค้าปลีกแห่งนี้ เผชิญกับอุปสรรคขวากหนามนานัปการ ทั้งอุบัติเหตุไฟไหม้ห้างที่กำลังรุ่งโรจน์สร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำให้หายไปในพริบตา จากรายได้เปลี่ยนเป็นหนี้สินก้อนใหญ่ที่ต้องรับผิดชอบ เปรียบดังชีวิตที่กำลังเฟลิดเฟลิมอยู่สรวจรสวรรค์เพียงข้ามคืนกลับพลิกผันตั้งสู่นรกห้วงเวลาเดียวกัน ยังถูกกระหน่ำเติมกับการรุกคืบเข้ามาแย่งชิงตลาดของห้างต่างถิ่น ตามด้วยวิกฤติเศรษฐกิจ “ต้มยำกุ้ง”

ปีทองของอาณาจักร “แฟรี่พลาซ่า” คือ ช่วงระหว่างปี ๒๕๓๔ - ๒๕๓๗ พื้นที่ราว ๔๕,๐๐๐ ตารางเมตร ของแฟรี่พลาซ่า ขอนแก่น บนถนนศรีจันทร์ พร้อมสรรพด้วย สวนสนุก โรงหนัง สันทนาการคลับ และ Health Club มีทุกอย่างเท่าที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำจะมีได้ สิ่งที่ยังบอกถึงความสำเร็จคือ ยอดขายที่สูงสุดเป็นประวัติการณ์แต่มีการก่อตั้งอาณาจักรแฟรี่พลาซ่าเป็นต้นมา แต่แล้วอาณาจักรที่แข็งแกร่งดังหินผา ก็มีอันต้องพังทลายลงในพริบตา ในวันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๓๘ เมื่อเปลวเพลิง ได้เผาผลาญห้างแฟรี่พลาซ่าอาณาจักรธุรกิจอันยิ่งใหญ่ของตระกูลพัฒนพีระเดช จนเหลือแต่เพียงซากปรักหักพัง และกองหนึ่มหิมาที่ไม่รู้ว่าจะชดใช้ให้หมดสิ้นได้อย่างไร

ณ วันนี้ อาณาจักรของ “แฟรี่พลาซ่าฯ” สามารถฝ่าฟันอุปสรรคเหล่านั้น พลิกฟื้นขึ้นมา ยืนผงาดอยู่ได้อย่างแข็งแกร่งและมั่นคง แม้ไม่ยิ่งใหญ่เป็นเบอร์หนึ่งเช่นอดีต แต่ก็ทำให้ทุกคนยอมโค้งคำนับในความเป็น “ยอดนักสู้” ของตระกูลพัฒนพีระเดช ที่มีทุนแห่งความดีรองรับและหนุนเสริม โดยมีธุรกิจใหม่ “ตลาดต้นตาล” ที่จับไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่เป็นสัญลักษณ์แห่งการเริ่มต้นอีกครั้ง “โฉมสุดา วโนทยานโรจน์” กรรมการผู้จัดการห้างแฟรี่พลาซ่า จำกัด ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่เป็นหัวเรือใหญ่ในกิจการที่ “เตี้ย” ได้บุกเบิกเอาไว้ ร่วมกับน้องชายคนโตอีกคนหนึ่ง คือ “พีระ

พล พัฒนพีระเดช” แต่ตอนหลังได้เบนเข็มไปเดินบนเส้นทางการเมืองท้องถิ่น ภาวะความรับผิดชอบทั้งหมด จึงได้ตกอยู่บนบ่าของ”โฉมสุดา” ที่จะต้องแบกรับภาระในฐานะพี่สาวคนโต

๒) นโยบายและการดำเนินธุรกิจของห้างแฟรี่พลาซ่า การบริหาร ระบบเจ้าแก่ เกื้อกูลกันแบบเจ้าแก่กับลูกน้อง “ต่อหน้ากันประมุขกันไม่มีใครร้องไห้เพราะ “เตี้ย”(วรพงษ์ พัฒนพีระเดช หรือ คุณวรพงษ์ แซ่โจ้ว) จะเข้มแข็งมาก เตี้ยบอกว่าชีวิตเขาโดนไฟไหม้มา ๗-๘ ครั้ง เคยอ้อมเตี้ย (พ่อของเตี้ย) ออกมาชีวิตเตี้ย ลูกสาวคนเดียวรอดนอกนั้นไหม้หมดเลย แต่พวกเธอนี้เลี้ยงมาแบบเขา เรียกว่าอาศัย กับ “โกเนี้ย” คุณหนูก็จะทนไม่ได้ส่งสารลูกเราก็คิดว่า ถ้าทำตัวให้ “เตี้ย” ส่งสารก็เป็นภาระเพราะ “เตี้ย” อายุมากแล้ว ตอนนั้นก็ทกลีบกว่า พี่ก็สามลีบกว่าสามลีบปลายๆ แล้ว เลยต้องสู้เราก็ตั้งธงว่าสู้เพื่ออะไร สู้เพื่อคนอื่นหรือพนักงานตาต้า ๆอีกตั้งก็ร้อยชีวิต "ซื่อกินไม่หมด คดกินไม่นาน" เป็นประโยคที่ “เตี้ย” พร่ำสอนอยู่เสมอ เพราะเตี้ยเป็น “คนจีนเหลาซิก” ซึ่งคำว่า “เหลาซิก” ก็แปลความได้ว่ามีความซื่อสัตย์ รักเพื่อนฝูง แคร่เพื่อนฝูง “เตี้ย” จึงมีเพื่อนฝูงมากจนเกือบจะเป็นนายกฯแทบทุกสมาคมที่มีอยู่ในจังหวัดขอนแก่น ฝ่าวิกฤตหนี้ไม่มีเฮง ประกันภัยดูเหมือนจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยง ทว่าค่าชดเชยความเสี่ยงกลับมีมูลค่าเพียงหนึ่งในสี่ของความเสียหาย นั่นจึงหมายความว่ากองหนี้มีขนาดใหญ่กว่าค่าชดเชยถึง ๔ เท่าตัว โชคดีอยู่บ้างตรงที่เจ้าหนี้หลายรายได้ทำประกันความเสี่ยงหนี้บางส่วนไว้จึงได้รับความกรุณายกหนี้ให้ตามแบบฉบับการค้าแบบ “เจ้าแก่กับเจ้าแก่” เป็นการซื้อใจและให้ใจกันในยามยาก บางเจ้ายอดตัดยอดให้ครั้งหนึ่ง แต่ก็มีหนี้อยู่อีกบางรายที่ยังต้องจ่ายกันชนิดเต็มร้อย

ข้อดีของการบริหารงานแบบเจ้าแก่ (แต่ทันสมัย) ทำให้อาณาจักรแฟรี่ฯค่อยๆ พื้นตัว คนที่เคยค้าขายจนไว้เนื้อเชื่อใจก็ยังคงให้ใจต่อกันไม่เสื่อมคลาย อย่างรายของรีเวอร์บาร์เธอร์ ได้ส่งสินค้ามาให้ในราคาถูก เมื่อซื้อถูกก็ขายถูก เมื่อขายถูกก็ขายได้มาก มีเงินสดหมุนเวียนจ่ายเงินเดือนลูกน้องจ่ายจีปาละ เมื่อเหลือเงินก็จ่ายหนี้ จากนั้นจึงเริ่มเนรมิตอาณาจักรใหม่ เพื่อกลับมายืนบนสมรรถุกิจค้าปลีกอีกครั้งหนึ่ง “พื้นที่ของแฟรี่พลาซ่าถนนกลางเมืองปัจจุบัน มี ๙ ไร่ สมัยก่อนที่แถวนี้ไม่เจริญเท่าถนนศรีจันทร์ (แฟรี่ที่ถูกไฟไหม้) เราก็มไม่เคยมามอง ที่เตี้ยจับไว้ก็เพราะเป็นดองกับคุณวิรัช รักสุจริต แกก็น่ารักบอกเราที่แปลงนี้จับไว้เถอะมีอนาคต เตี้ยก็จับเอาไว้ ก็เลยเป็นที่ตัวเองแต่ถึงอย่างไรเราก็ต้องลงทุนก่อสร้าง”

๓) ทิศทางการประกอบการธุรกิจของห้างแฟรี่พลาซ่า เมื่อขอนแก่นคือ เป้าหมายสำคัญในภาคอีสานสำหรับ “เซ็นทรัล” แล้ว แฟรี่ฯ เคยมีความสัมพันธ์อันดีมาตลอดจะทำอย่างไรกับดิลที่มีอยู่เก่าก่อน ไหนจะหุ้นส่วนที่มีอยู่ในบิกซี ไหนจะดิลใหม่ที่ตระกูลจิราธิวัฒน์ เปิดทางให้เข้าไปถือหุ้นสำคัญกว่านั้นก็คือ ผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมที่จะต้องมาถึง แฟรี่พลาซ่า พร้อมๆ กับต้องพยายามรักษาสัดส่วนหุ้นในอัตรา ๒๐ กว่าเปอร์เซ็นต์ในกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาและสัดส่วนหุ้นในบิกซีให้ได้เหมือนเดิม “...คือ คอนเน็คชั่นเก่า นั้นแหละ เขาก็มาถามว่าเราจะหุ้นไหม เราก็บอกว่าหุ้น หุ้นแบบไม่ค่อยมีตั้งค้ก็หุ้น แต่จริงๆ เซ็นทรัล คือ ผ่อน ผ่อนสองปีถึงหมด ผ่อนเดือนละห้าล้านไปเรื่อย ๆ ห้าล้านแรกก็ตั้งแต่ออนที่กันเลย ใช้เวลาก่อสร้างสองปี เปิดได้ปลายปี ๒๕๕๒” นั่นคือ...สองสิ่งที่ต้องดำเนินไปพร้อมๆ กันอย่างแปลกแยก ทว่า...กลับแยกกันไม่ออก ด้านหนึ่งก็มีหน้าที่ต้องแข่งขัน แต่อีกด้านหนึ่งกลับต้องมีหน้าที่รักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันเอาไว้ การต้อนรับขับสู้กันเป็นปกติ

เสมือนหนึ่งว่าในระหว่างความสัมพันธ์ไม่ได้มีการแข่งขันใดๆ เกิดขึ้น นั่นเป็นเพราะว่ามันมีเหตุผลที่อยู่เหนือขึ้นไปซึ่งก็คือ “ในระดับนโยบายเราไม่ได้มองว่า เป็นคู่แข่ง แต่ในระดับปฏิบัติการเป็นหน้าที่คุณต้องแข่งกับตัวเอง คุณต้องโตยอดวันนี้เท่านี้ แต่วันหน้ามันต้องตั้งธงห่างไปเรื่อยๆ”

๒.๘.๔.๔ สภาพการบริหารธุรกิจของห้างโรบินสัน สาขาขอนแก่น

๑) **ลักษณะธุรกิจของห้างโรบินสัน** บริษัท ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จำกัด (มหาชน) (อังกฤษ: Robinson Department Store Public Company Limited, ชื่อย่อ : ROBINS) ก่อตั้งโดย มานิต อุดมคุณธรรม และ กมลพันธ์ ศิริพรรณพร เริ่มดำเนินธุรกิจในปี พ.ศ. ๒๕๒๒ โดยเปิดสาขาแรกคือสาขาอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และขยายสาขาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่องทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๓๕ ถือว่าเป็นห้างสรรพสินค้าแห่งแรกของไทยที่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ต่อมาได้ประสบปัญหาการดำเนินธุรกิจจึงได้เปิดทางให้ กลุ่มเซ็นทรัล เข้ามาถือหุ้นใหญ่เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๓๘ ปัจจุบันมีจำนวนสาขาที่เปิดบริการแล้วทั้งหมด ๓๐ สาขา เป็นสาขาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ๑๑ สาขา และสาขาในต่างจังหวัด ๒๘ สาขา ตั้งอยู่ใน ๒๙ จังหวัด โดยจะเน้นตลาดต่างจังหวัดในจังหวัดขนาดกลางและจังหวัดขนาดเล็กที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นหลัก ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น ตั้งอยู่ที่ ๙๙/๒ ถนนศรีจันทร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ๔๐๐๐๐ เปิดทำการ จันทร์ - ศุกร์ เวลาเปิด-ปิด ๑๐.๓๐-๒๑.๐๐ น. เสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลาเปิด-ปิด ๑๐.๐๐-๒๑.๐๐ น.

๒) **นโยบายและการดำเนินธุรกิจของห้างโรบินสัน** การดำเนินธุรกิจในปี ๒๕๕๘ เป็นปีที่มีสิ่งท้าทายหลายประการ อย่างไรก็ตาม มันก็เป็นความท้าทายสำหรับทีมงานผู้บริหารของบริษัทฯ ที่ต้องพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของงานใหม่และมุ่งเป้าหมายไปยังกลยุทธ์ที่จะต้องสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีให้กับบริษัทฯ (Transform Robinson ๒๕๕๘-๒๕๖๓ strategy) ในขณะนี้ห้างนี้ได้แบ่งธุรกิจออกเป็น ๔ หน่วยธุรกิจอย่างชัดเจน คือ

๑. ห้างสรรพสินค้า
๒. ห้างสรรพสินค้าในรูปแบบไลฟ์สไตล์
๓. การบริหารตราสินค้า (แบรนด์) นำเข้าจากต่างประเทศ
๔. ห้างสรรพสินค้าในประเทศเวียดนาม

ด้วยประสบการณ์อันยาวนานของผู้บริหารของบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะพัฒนาและมีส่วนแบ่งการตลาดอย่างมีผลกำไร และมุ่งหวังในการสร้างความสำเร็จในทางธุรกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมซึ่งรวมอยู่ในส่วนกระบวนการทำงานของบริษัทฯ สำหรับธุรกิจห้างสรรพสินค้า สิ่งที่มีแนวโน้มคือความต้องการเป็นที่หนึ่งในใจลูกค้าในแต่ละทำเลที่ตั้ง (สาขา) นั่นๆ องค์กรอยากให้ลูกค้านึกถึงโรบินสันเมื่อเขาต้องการซื้อสินค้าในแผนกต่างๆ เช่น สุขภาพและความงาม กระเป๋าเดินทาง ยีนส์ ชุดชั้นใน สินค้าเด็ก และของตกแต่งบ้าน ส่วนในสาขาที่มีศักยภาพและลูกค้าต้องการสินค้าตามความนิยม เช่น เทรนด์กีฬาสำหรับการแต่งกายใน

ชีวิตประจำวัน เราก็ได้มีการวางจำหน่ายให้ตามความต้องการของลูกค้าด้วยเช่นกันนอกจากนี้สินค้าราคาเดียว (๖๐ บาท) ก็เป็นส่วนที่สร้างยอดขายให้กับเราเป็นอย่างมาก และทำให้องค์กรเข้าถึงลูกค้าได้ตรงตามความต้องการส่วนการขายสินค้าออนไลน์นั้น องค์กรยังอยู่ในขั้นตอนของการเริ่มต้นพัฒนาช่องทางการขาย (Omni Chanel) ซึ่งมันจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าของ โรบินสันได้สะดวกมากยิ่งขึ้นสาขาในรูปแบบไลฟ์สไตล์ของโรบินสันเป็น “ศูนย์กลางของชุมชน” ในแต่ละเดือนโรบินสันไลฟ์สไตล์รองรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รับประทานอาหาร จับจ่ายใช้สอยพักผ่อนเพื่อความบันเทิง ถึงเดือนละ ๖.๕ ล้านคน ตรายสินค้า(แบรนด์) นำเข้าจากต่างประเทศ (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นตรายสินค้าใหม่สำหรับประเทศไทย) ช่วยให้บริการ มีโอกาสในการเพิ่มยอดขายและกำไร นอกเหนือไปจากส่วนของห้างสรรพสินค้าและสาขาในรูปแบบไลฟ์สไตล์ นอกจากนี้ทีมงานขององค์กรบริษัทยังได้รับประโยชน์จากการเรียนรู้วิถีปฏิบัติที่เป็นเลิศจากต่างประเทศอีกด้วย

นอกจากนี้องค์กรยังคงมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงพัฒนาและมีการลงทุนในนวัตกรรม เช่น แผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาของโรบินสันไลฟ์สไตล์สาขาต่างจังหวัด ของเราที่ได้เปิดในเดือนธันวาคม ๒๕๕๙ สุดท้ายนี้องค์กรยังยึดมั่นว่า ลูกค้า พนักงาน และคู่ค้าของเราจะเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงของเราในช่วงปี ๒๕๕๙ - ๒๕๖๒

วิสัยทัศน์และเป้าหมาย

การดำเนินธุรกิจเติบโตและได้ส่วนแบ่งตลาดอย่างมีผลกำไร

พันธกิจ

๑. ให้พนักงาน ลูกค้าและซัพพลายเออร์ของเราเป็นหัวใจสำคัญ ในการตัดสินใจเรื่องธุรกิจของเรา

๒. มีความผูกพันเกี่ยวเนื่องกับท้องถิ่น ทั้งในเรื่องสินค้าและการตกแต่งร้าน

๓. เพิ่มยอดขายด้วยการดึงดูดลูกค้ารายใหม่ ขยายฐานลูกค้าของเราและเพิ่มยอดขายการใช้จ่ายของลูกค้า

๔. ทำให้เป็นมากกว่าห้างสรรพสินค้า

๕. ลงทุนเพื่อการเติบโตในอนาคตของร้าน/สาขา และพนักงานของเรา

๖. ฝ่ายบริหารที่เป็นมืออาชีพ และมีหัวใจการค้า

๗. ดึงดูด เก็บรักษาและสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับบุคคลที่มีความสามารถในธุรกิจค้าปลีก

๘. ทำให้เกินความคาดหวังของผู้ถือหุ้น ลูกค้า และพนักงานของเรา

๓) **ทิศทางการประกอบการธุรกิจของห้างโรบินสัน** ทิศทางการประกอบการธุรกิจของห้างโรบินสันมีรายละเอียดดังนี้

ปี พ.ศ. ๒๕๔๔ บริษัทฯ ได้ปิดให้บริการสาขาอนุสาวรีย์ เนื่องจากครบกำหนดระยะเวลาของสัญญาสิทธิการเช่าอาคารที่ได้ทำไว้กับผู้ให้เช่า ประกอบกับการลงทุนเพื่อปรับปรุงสาขานี้ให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่า บริษัทฯ จึงคงเหลือสาขาที่เปิดให้บริการทั้งสิ้นรวม ๑๘ สาขา แบ่งเป็นสาขาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ๙ สาขา และต่างจังหวัด ๙ สาขา นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ออกหุ้นกู้ตามแผนฟื้นฟูกิจการ ให้แก่เจ้าหนี้การเงินไม่มีหลักประกัน โดยมีจำนวนเงินต้นรวมดอกเบี้ย ๔,๗๖๖.๗ ล้านบาท

ปี พ.ศ. ๒๕๔๕ บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการดำเนินการตามขั้นตอนที่สำคัญของแผนฟื้นฟูกิจการ อันได้แก่การเพิ่มทุนจาก ๑,๔๘๐.๘ ล้านบาท เป็น ๑๔,๘๐๘.๘ ล้านบาท การแปลงหนี้เป็นทุน การดำเนินการลดทุนลงร้อยละ ๒๕ และการปลดหนี้ ทำให้ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ ปรับตัวดีขึ้นอย่างมีสาระสำคัญ และในวันที่ ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๔๕ หุ้นสามัญของบริษัทฯ ได้รับอนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้กลับเข้าทำการซื้อขายได้ในหมวดพาณิชย์ตามปกติ

ปี พ.ศ. ๒๕๔๖ ในเดือนมีนาคมบริษัทฯ ได้สละสิทธิ์ซื้อหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทซีอาร์ซีสปอร์ต จำกัด ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวลดลงเป็นร้อยละ ๒๙.๑๙ ในเดือนพฤษภาคม บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมเปิดตัวภาพลักษณ์ใหม่ภายใต้แนวคิด “โรบินสัน...ใสสีสันใหม่ให้ชีวิต” เพื่อแนะนำการกลับมาอีกครั้งหนึ่งของโรบินสัน และในเดือนธันวาคม ศาลล้มละลายกลางมีคำสั่งเห็นชอบด้วยคำเสนอขอแก้ไขแผนของลูกหนี้ เพื่อรองรับการซื้อคืนหุ้นกู้ตามโครงการรับซื้อคืนหุ้นกู้ก่อนครบกำหนดโดยสมัครใจ (Voluntary Debt Refinance Program หรือ “วีดีอาร์พี”)

ปี พ.ศ. ๒๕๔๗ ปี ๒๕๔๗ ในเดือนมกราคม บริษัท โรบินสัน เอสพีวี จำกัด (“เอสพีวี”) ได้ลงนามในสัญญากู้เงินกับสถาบันการเงิน ๒ แห่ง เพื่อนำมาเป็นเงินทุนในการรับซื้อคืนหุ้นกู้ตามโครงการวีดีอาร์พี วงเงินกู้ระยะยาวในวงเงินไม่เกิน ๒,๗๐๐ ล้านบาท โดย ณ สิ้นปี ๒๕๔๗ เอสพีวีสามารถรับซื้อคืนหุ้นกู้ตามโครงการดังกล่าวจากผู้ถือหุ้นกู้ได้เป็นจำนวนทั้งสิ้น ๑๕,๘๙๙,๒๗๗ หน่วยหรือคิดเป็นร้อยละ ๗๗.๐๔ ของจำนวนคงเหลือทั้งหมด นอกจากนี้ ในวันที่ ๒๒ มีนาคม ที่ประชุมเจ้าหนี้โดยการเรียกประชุมตามคำสั่งศาลล้มละลายกลางมีมติเลือกตั้งกรรมการของผู้บริหารแผนฝ่ายเจ้าหนี้การเงินที่ไม่มีหลักประกันใหม่ เพื่อทดแทนกรรมการชุดเดิมที่จะขอลาออก และในวันที่ ๘ ธันวาคม บริษัทฯ ได้ซื้อคืนทั้งหมดจากผู้ร่วมลงทุนท้องถิ่นใน บริษัท ซีอาร์ ราชบุรี (ประเทศไทย) จำกัด จากเดิมร้อยละ ๔๙.๙๙ เป็นร้อยละ ๙๙.๙๙ เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารงานมากยิ่งขึ้น

ปี พ.ศ. ๒๕๔๘ บริษัทฯ มีการลงทุนเปิดสาขาใหม่จำนวน ๑ สาขา ได้แก่ สาขารัตนาธิเบศร์ และบริษัทฯ มีการจ่ายชำระหนี้หุ้นกู้คงค้างตามแผนฯ ได้ก่อนกำหนดทั้งหมดในวันที่ ๑๙ ธันวาคม ๒๕๔๘ ทำให้บรรลุผลสำเร็จตามแผนฟื้นฟูกิจการ โดยใช้แหล่งเงินทุนจากเงินสดจากการดำเนินงานบางส่วนและจากการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินภายในประเทศ

ปี พ.ศ. ๒๕๔๙ ศาลล้มละลายกลางได้มีคำสั่งยกเลิกการฟื้นฟูกิจการเมื่อวันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๙ และบริษัทฯ ได้จัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเป็นครั้งแรกภายหลังจากการกลับเข้าสู่สถานะปกติ โดยที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นได้มีมติแต่งตั้งกรรมการบริษัทจำนวน ๑๐ ท่าน เมื่อวันที่

๒๖ เมษายน ๒๕๔๙ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน ๓ ท่าน นอกจากนี้ ในเดือนพฤศจิกายน บริษัทฯ ได้เปิดให้บริการสาขาใหม่ สาขาที่ ๒๐ สาขาอยุธยา โดยใช้เงินลงทุนประมาณ ๓๔๗ ล้านบาท

ปี พ.ศ. ๒๕๕๐ บริษัทฯ ประกาศจ่ายเงินปันผลเป็นครั้งแรก หลังจากที่ศาลล้มละลายกลางได้มีคำสั่งยกเลิกการฟื้นฟูกิจการ โดยจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตรา ๐.๓๒ บาทต่อหุ้น และตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ ๑/๒๕๕๐ เมื่อวันที่ ๑๙ มิถุนายน ๒๕๕๐ บริษัทฯ ได้ลดทุนจดทะเบียนโดยวิธีลดมูลค่าหุ้นที่จดทะเบียนจากเดิมมูลค่าหุ้นละ ๑๐ บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ ๓.๕๕ บาท และโอนส่วนเกินมูลค่าหุ้นและกำไรสะสมที่ยังไม่จัดสรรมาล้างส่วนต่ำกว่ามูลค่าให้หมดไป เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการบัญชีของสมาคมวิชาชีพบัญชี อนึ่ง เมื่อวันที่ ๑๓ กันยายน ๒๕๕๐ กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินการจดทะเบียนการลดทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว และแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิของบริษัทฯ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และในเดือนกันยายน บริษัทฯ ได้เปิดให้บริการสาขาใหม่ โรบินสันจัสซีลอน เป็นสาขาที่ ๒๑ และเป็นสาขาที่ ๒ ในจังหวัดภูเก็ต

ปี พ.ศ. ๒๕๕๑ ในเดือนมิถุนายน บริษัทฯ ได้หยุดให้บริการสาขาสีลมเนื่องจากบริษัทฯ ได้รับคำเสนอซื้อสิทธิการเช่าและสินทรัพย์ของสาขาดังกล่าวจากบริษัท สีลม แอสเซทส์ จำกัด ต่อมาในเดือนตุลาคม ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ ๑/๒๕๕๑ ได้มีมติอนุมัติการแก้ไขข้อบังคับบริษัท เกี่ยวกับการซื้อหุ้นของบริษัทฯ ซึ่งต่อมากomitee กรรมการบริษัทได้มีมติให้เข้าทำโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารการเงินภายในวงเงิน ๕๓๖ ล้านบาท หรือจำนวนหุ้นที่ซื้อคืนไม่เกินร้อยละ ๑๐ ของหุ้นจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ โดยเริ่มโครงการตั้งแต่วันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๕๑ ถึงวันที่ ๒๒ พฤษภาคม ๒๕๕๒

ปี พ.ศ. ๒๕๕๒ บริษัทฯ เปิดให้บริการสาขาใหม่จำนวน ๒ สาขา ได้แก่ สาขาชลบุรี และสาขาขอนแก่น เป็นสาขาที่ ๒๒ และ ๒๓ ตามลำดับโดยทั้ง ๒ แห่งเป็นสาขาขนาดใหญ่ มีพื้นที่ขายรวมประมาณ ๓๒,๐๐๐ ตารางเมตร นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารการเงิน จนครบกำหนดระยะเวลาในการซื้อหุ้นคืนแล้ว เมื่อวันที่ ๒๒ พฤษภาคม ๒๕๕๒ โดยสามารถซื้อหุ้นคืนได้จำนวน ๖,๗๖๕,๐๐๐ หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ ๐.๖๑ ของทุนชำระแล้ว ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติการจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนด้วยวิธีการขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีระยะเวลาในการขายหุ้นที่ซื้อคืนตั้งแต่วันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๒ ถึงวันที่ ๒๒ พฤษภาคม ๒๕๕๕

ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ บริษัทฯ ได้ทำการเปิดสาขาใหม่ ๑ สาขา ได้แก่ สาขาตรัง ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าโรบินสันลำดับที่ ๒๔ โดยเป็นการพัฒนาห้างสรรพสินค้าในรูปแบบใหม่ รูปแบบ “ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์” เป็นสาขาแรก นอกจากนี้ เมื่อวันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๕๓ บริษัทฯ ได้รับชำระคืนหนี้เงินกู้ส่วนหนึ่งรวมเป็นจำนวน ๔๔๘ ล้านบาท จากบริษัทร่วมแห่งหนึ่งซึ่งได้เคยกู้ยืมเงินจากบริษัทฯ มาเป็นระยะเวลานานแล้ว โดยบริษัทฯ เคยได้ทำการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญของเงินต้นและดอกเบี้ยของเงินกู้ยืมนี้ทั้งจำนวนตั้งแต่ปี ๒๕๔๑ อนึ่ง จากการที่คณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติการขายหุ้นที่ซื้อคืนเมื่อปี ๒๕๕๒ นั้น บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการขายหุ้นที่ซื้อคืนเมื่อวันที่ ๑๘ สิงหาคม ๒๕๕๓ โดย

ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๓ บริษัทฯ ยังคงมีจำนวนหุ้นที่ซื้อคืนและยังไม่ได้จำหน่ายคงเหลือ ทั้งหมด ๓,๖๗๔,๘๐๐ หุ้น

ปี พ.ศ. ๒๕๕๔ บริษัทฯ ได้เปิดให้บริการสาขาใหม่จำนวน ๓ แห่ง ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ได้แก่ สาขาเชียงราย สาขาพิษณุโลก และสาขาพระราม ๙ โดยมีสาขาพระราม ๙ เป็น Flagship Store แห่งใหม่ของห้างฯ โรบินสันในกรุงเทพฯ ด้วยขนาดพื้นที่ขายมากกว่า ๒๐,๐๐๐ ตารางเมตร อีกทั้งได้ดำเนินการขายหุ้นที่ซื้อคืนตามโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารการเงินได้ครบทั้งจำนวนแล้วเมื่อวันที่ ๒๘ เมษายน ๒๕๕๔ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เข้าเป็นหนึ่งในหุ้นที่ใช้คำนวณดัชนี SET๕๐ ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นครั้งแรกโดยเริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม รวมทั้งได้รับการจัดอันดับเป็น ๑ ในสุดยอด ๒๐๐ บริษัทจากทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีผลประกอบการที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและมีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งสำหรับกลุ่มบริษัทที่มีรายได้ไม่เกิน ๑ พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ “Asia’s ๒๐๐ Best Under a Billion” ประจำปี ๒๕๕๔ จากการจัดอันดับของนิตยสารฟอร์บส์ เอเชีย (Forbes Asia) ซึ่งมีบริษัทจดทะเบียนของไทยที่ติดอันดับในปี ๒๕๕๔ เพียง ๕ แห่งเท่านั้น

ปี พ.ศ. ๒๕๕๕ บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินแผนการขยายสาขาเชิงรุก โดยเปิดให้บริการสาขาใหม่ถึง ๕ แห่ง ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ได้แก่ สาขาสุพรรณบุรี (รูปแบบไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์) สาขาบางนา สาขาสุราษฎร์ธานี สาขาบางแค และสาขาลำปาง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับเงินปันผลระหว่างกาลจากบริษัทรวมทั้ง ๒ แห่ง คือ บริษัท พาวเวอร์บาย จำกัด และบริษัท ซีอาร์ซีสปอร์ต จำกัด รวมจำนวน ๑,๓๘๖ ล้านบาท

ปี พ.ศ. ๒๕๕๖ บริษัทฯ ดำเนินแผนขยายสาขาเชิงรุกอย่างต่อเนื่องโดยเปิดให้บริการสาขาใหม่ ๕ แห่ง ซึ่งเป็นรูปแบบไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ ๔ แห่ง ได้แก่ สาขากาญจนบุรี สาขาสกลนคร สาขาสระบุรี และสาขาสุรินทร์ และเป็นสาขาในศูนย์การค้า ๑ แห่งคือ สาขาอุบลราชธานี ๒ ขณะที่บริษัทฯ ได้ปิดให้บริการสาขารัชดาภิเษก เมื่อวันที่ ๒๖ มีนาคม ๒๕๕๖ เนื่องจากสิ้นสุดสัญญาเช่า ทำให้ ณ สิ้นปีบริษัทฯ มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น ๓๔ แห่งทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็น ๑๐ สาขาในกรุงเทพฯ และ ๒๔ สาขาในต่างจังหวัด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับเป็น ๑ ในสุดยอด ๒๐๐ บริษัทจากทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีผลประกอบการที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและมีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งสำหรับกลุ่มบริษัทที่มีรายได้ ไม่เกิน ๑ พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ “Asia’s ๒๐๐ Best Under a Billion” ประจำปี ๒๕๕๖ ซึ่งเป็นครั้งที่ ๒ นับจากปี ๒๕๕๔ ที่บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับจากนิตยสารฟอร์บส์ เอเชีย (Forbes Asia)

ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ บริษัทฯ ได้มีมติจัดตั้ง บริษัทย่อย Robinson Department Store Vietnam Joint Stock Company เพื่อดำเนินการลงทุนธุรกิจห้างสรรพสินค้าในประเทศเวียดนาม และได้เปิดบริการอย่างเป็นทางการสำหรับ ห้างสรรพสินค้าโรบินสันสาขาฮานอย และสาขาโฮจิมินห์ ซิตี้ ซึ่งเป็นก้าวที่สำคัญของบริษัทฯ ในการเดินหน้าธุรกิจห้างสรรพสินค้าในเวียดนาม บริษัทฯ ดำเนินขยายสาขาเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง โดยเปิดให้บริการสาขาใหม่ ๕ แห่ง ซึ่งเป็นรูปแบบไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ ได้แก่ สาขาฉะเชิงเทรา สาขาร้อยเอ็ด สาขาสมุทรปราการ สาขาปราจีนบุรี และสาขามุกดาหาร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับรางวัล ”สถานประกอบกิจการดีเด่น” ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการ

แรงงานจากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ในฐานะสถานประกอบการที่เอาใจใส่พนักงาน เพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความก้าวหน้าในการทำงาน

ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ ในปี ๒๕๕๘ พฤษภาคม บริษัทฯ ได้เปิดให้บริการสาขาใหม่ลำดับที่ ๓๙ ห้างสรรพสินค้า โรบินสัน ดีพาร์ทเมนท์ สโตร์สาขาระยอง นับเป็นโปรโตไทป์ใหม่แห่งแรก ภายใต้คอนเซ็ปต์ “ไลฟ์สไตล์ดีพาร์ทเมนท์สโตร์” ที่นำไอคอนเด่นๆ ของ Fashion Shopping Street ชื่อดังในหลากหลายมุมโลกมาไว้รวมกันเพื่อเติมเต็มอารมณ์มอบความสุขในการ ช้อปปิ้งให้นักช้อปได้สัมผัสความทันสมัยอย่างลงตัว ไม่ว่าจะเป็น ปารีส เซียน สตรีท, ลอนดอน สตรีท และ เจแปนีส สตรีท นอกจากนี้ โรบินสัน ยังสร้างจุดเด่นที่แตกต่าง ด้วยการนำสินค้าแนว Shop in Shop มาเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้ามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเอาสินค้า Exclusive International Brand ซึ่งโรบินสัน เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์นำเข้าแต่เพียงผู้เดียว มาเติมเต็มในห้างฯ รวมถึงการเพิ่มจุดบริการที่เป็นมุมพักผ่อน เพิ่มสุนทรียภาพที่ดีให้กับลูกค้า อาทิ Play Land Zone, Free Internet Zone หรือจะเป็น Service อื่นๆ เช่น ร้านแว่น ท็อปเจริญ เป็นต้น เรียกได้ว่า “โรบินสัน ตอบโจทย์ครบทุกไลฟ์สไตล์ เติมเต็มทุกความต้องการ ของคุณอย่างแน่นอน” ซึ่ง ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน สาขาระยอง อยู่ในศูนย์การค้าขนาดใหญ่แห่งภาคตะวันออก และตั้งอยู่ในทำเลที่ดีซึ่งสามารถดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาจับจ่ายได้เป็นจำนวนมากนอกจากนี้บริษัทฯ ได้จัดงาน “โรบินสัน ลาดหญ้า Closing Down Sales - ลดหมดใจแทนคำขอบคุณ” ที่โรบินสัน สาขาลาดหญ้าเพื่อเป็นการขอบคุณลูกค้าที่ให้การสนับสนุนสาขานี้มาตลอดระยะเวลากว่า ๑๙ ปี และบริษัทฯ ได้ปิดสาขานี้ เมื่อวันที่ ๖ พฤษภาคม ๒๕๕๘ เนื่องจากสิ้นสุดสัญญาเช่า เดือนกรกฎาคม บริษัทฯ ได้รับรางวัล “สถานประกอบกิจการดีเด่น” ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี ๒๕๕๘ จากกระทรวงแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในฐานะสถานประกอบการที่เอาใจใส่พนักงาน เพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความก้าวหน้าในการทำงานนอกจากนี้ในวันที่ ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๕๘ บริษัทฯ ได้เปิดให้บริการสาขาใหม่ “โรบินสัน ไลฟ์สไตล์ เซ็นเตอร์ บุรีรัมย์” นับเป็นสาขาลำดับที่ ๔๐ และนับเป็นการขยายสาขาสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ตอนล่าง) และจังหวัดบุรีรัมย์ ก็นับเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจเชิงพาณิชย์และการคมนาคมอีกแห่งหนึ่งที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สำหรับในรูปแบบของสาขานี้ เป็นคอนเซ็ปต์ที่เรียกว่า “ไลฟ์สไตล์ มอลล์” เป็นศูนย์การค้าขนาดกลาง ที่ผสมผสานระหว่าง ห้างสรรพสินค้า และ ศูนย์การค้า เข้าด้วยกันซึ่งครบครันด้วยสินค้าและบริการ ที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการและไลฟ์สไตล์ เดือนกันยายนบริษัทฯ ได้ปรับรูปแบบจากเดิม “ดีพาร์ทเมนท์สโตร์”สู่ “ไลฟ์สไตล์ ดีพาร์ทเมนท์สโตร์” ตอบโจทย์ความครบวงจรของไลฟ์สไตล์ผู้บริโภค ด้วยการฉลองโฉมใหม่ของ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน สาขา พิษณุโลก พาร์ค รังสิต ซึ่งถือว่าเป็น “ไลฟ์สไตล์ ดีพาร์ทเมนท์สโตร์” แห่งแรกในพื้นที่กรุงเทพฯ มหานครและปริมณฑล พร้อมนำสินค้าชิ้นนำกว่า ๑,๕๐๐ แบรินด์ตั้งบนพื้นที่ขายกว่า ๓๗,๐๐๐ ตารางเมตร พร้อมด้วยโซนใหม่ที่จะเพิ่มวไรตี้ให้นักช้อป นับเป็น No.๑ Destination ของนักช้อป อาทิ Beauty Selection Zone แหล่งรวมมัลติแบรนด์ชั้นนำของเมคอัพและเครื่องประทินผิวนานาชาติ Sport Fashion Zone โลกแห่งแฟชั่นกีฬาสุดชิคแบบ Shop in Shop ที่คนรักแฟชั่นกีฬาไม่ควรพลาด นอกจากนี้ “โรบินสัน”ยังนำเอาสินค้าแบรนด์ใหม่ ๆ จากต่างประเทศ เพื่อเพิ่มทางเลือกที่แตกต่าง อาทิ “Baby Shop” แบรินด์อันดับ ๑ ด้านสินค้าเพื่อแม่และเด็ก “Claire’s” แบรินด์เครื่องประดับจากประเทศ

อเมริกา “Payless” แบรินตร์รองเท้าจากประเทศอเมริกาและ “Mades cosmetic” ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากประเทศเนเธอร์แลนด์ เดือนพฤศจิกายน บริษัทฯ ได้เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการสำหรับสาขาลำดับที่ ๔๑ “โรบินสัน ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ ศรีสมาน” เมื่อวันที่ ๑๑พฤศจิกายน ๒๕๕๘ เป็นศูนย์การค้าขนาดกลาง ที่ผสมระหว่าง ห้างสรรพสินค้าและ ศูนย์การค้า เข้าด้วยกัน ซึ่งครบครันด้วยสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการและไลฟ์สไตล์ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันมาไว้ในสถานที่ที่เดียว ซึ่งประกอบด้วย ๔ โซนหลัก คือ การจับจ่ายสินค้า การรับประทานอาหาร ความบันเทิงและการบริการที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน รวมถึงนับเป็นครั้งแรกที่แบรินตร์แฟชั่นชั้นนำจากประเทศญี่ปุ่น อย่างแบรินตร์ ยูนิโคล่ ซึ่งเป็นผู้นำตลาดเสื้อผ้าและแฟชั่นระดับโลกจากประเทศญี่ปุ่น มาร่วมเปิด shop ที่โรบินสัน ซึ่งสาขาศรีสมาน และนับเป็นสาขาแรกที่ทางยูนิโคล่ไว้วางใจและมั่นใจในศักยภาพของบริษัท นอกจากนี้ยังมีการจัดพื้นที่สำหรับกิจกรรมความสนุกสนานเพื่อทุกคนในครอบครัวเพื่อกระตุ้นการจับจ่ายของกลุ่มลูกค้าใน จังหวัดนนทบุรี, ปทุมธานี และพื้นที่ใกล้เคียง ให้มีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น พร้อมปรับรูปแบบจาก “ดีพาร์ทเมนต์สโตร์” สู่ “ไลฟ์สไตล์ ดีพาร์ทเมนต์สโตร์” เพิ่มอีก ๑ สาขา คือ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน สาขาศรีราชา จ.ชลบุรี เพื่อรองรับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ และเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าชาวต่างชาติ คนทำงานชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาอาศัยอยู่ตามแหล่งที่พักต่างๆ ในอำเภอศรีราชา ซึ่งเป็นย่านที่ชาวญี่ปุ่นเข้ามาพักอาศัยเป็นจำนวนมาก เดือนธันวาคม เมื่อวันที่ ๑๘ ธันวาคม ๒๕๕๘ บริษัทฯ ได้ขยายปีกบนทำเลที่มีศักยภาพ เพื่อรองรับการเติบโตของศูนย์กลางแห่งเขตเศรษฐกิจพิเศษในการเปิดประตูสู่เอเชียใต้ โดยเปิดบริการสาขาใหม่ ภายใต้ชื่อว่า “โรบินสัน ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ แม่สอด ที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดเมียวดีของประเทศเมียนมาร์ซึ่งมีศักยภาพด้านการค้าชายแดนสูงถึง ๖ หมื่นล้านต่อปี และมีแนวโน้มเติบโตอย่างก้าวกระโดด หลังจากรัฐบาลกำลังผลักดันให้แม่สอดเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ โดยมีการตั้งเป้าให้แม่สอดเป็นนครแห่งการค้าการลงทุนในอนาคต เพื่อให้สอดรับกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปี ๒๕๕๘ โดยนับเป็นสาขาลำดับที่ ๔๒ และ เป็นการเพิ่มทุนสาขาลำดับที่ ๕ ในภาคเหนือ ซึ่งได้การตอบรับที่ดีจากลูกค้าในพื้นที่ และลูกค้าจากชายแดนใกล้เคียง นอกจากนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ได้มีมติการเพิ่มทุนของบริษัท ซีอาร์ นครศรีธรรมราช (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อดำเนินการลงทุนห้างสรรพสินค้าโรบินสัน สาขานครศรีธรรมราช ๒ โดยเรียกชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนทั้งจำนวนจากผู้ถือหุ้น ๒ ราย คือ บริษัท ซีอาร์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ซีอาร์ นครศรีธรรมราช โอเชียนครู จำกัด ตามสัดส่วน ๕๐:๕๐ คิดเป็นจำนวนเงินรวม ๒๘๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับการประเมินให้อยู่ในกลุ่มคะแนนระดับ “ดีเลิศ” จากการประเมินผลการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี ๒๕๕๘

สรุปได้ว่า การประกอบธุรกิจต่างๆ ที่ทำให้มีการผลิตสินค้า และบริการ มีการซื้อขาย แลกเปลี่ยนจำหน่าย และกระจายสินค้าและมีประโยชน์หรือกำไรจากกิจกรรมนั้น ธุรกิจมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคมปัจจุบันมากเพราะนอกจากจะเป็นองค์การที่ผลิตสินค้า หรือบริการที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของการดำรงชีวิต หรือปัจจัย ๔ การประกอบธุรกิจต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือใหญ่แค่ไหนก็ตามสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ กำไร เพราะเป็นแรงจูงใจของการดำเนินการทางธุรกิจ ก่อให้เกิดการแข่งขันและการขยายตัวทางธุรกิจให้เจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นประเภทของธุรกิจที่ได้จำแนกมานี้ เป็นลักษณะการแบ่งเพื่อให้มองเห็นภาพของประเภทธุรกิจได้ชัดเจนขึ้น เพื่อจะได้สะดวก

ในการจัดระบบและดำเนินในธุรกิจแต่ละประเภท ได้สะดวกและง่ายต่อการดำเนินการในธุรกิจประเภทนั้นๆ การประกอบธุรกิจทุกประเภท เป็นการก่อให้เกิดรายได้ทั้งแก่ผู้ประกอบการและพนักงาน แต่ที่เป็นผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ก็คือก่อให้เกิดรายได้ประจำเป็นหลักประกันความเป็นอยู่ของพนักงาน และก่อให้เกิดอาชีพที่มั่นคงด้วย ทั้งยังต้องมีความสัมพันธ์กับชุมชนที่ธุรกิจเข้าดำเนินการอยู่ ดังนั้นจึงถือเป็นหน้าที่ของธุรกิจที่ต้องให้บริการต่อสังคม รวมไปถึงสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนในด้านต่างๆ ด้วย เพราะความเจริญของชุมชนคือผลกระทบจากการประกอบธุรกิจ โดยมุ่งหวังให้ธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน มิใช่สร้างความแตกแยกแก่ชุมชน

ธุรกิจการค้าปลีกค้าส่งของไทย ก็ได้พัฒนาก้าวหน้าตามลำดับโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการนำวิทยาการจัดการ มีการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจและใช้ผู้บริหารที่เป็นมืออาชีพเข้ามาดำเนินธุรกิจปลีกค้าส่งมากยิ่งขึ้นจนกลายเป็นการค้ายุคใหม่ โดยห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าเกิดขึ้นมากมาย ขณะเดียวกันธุรกิจค้าปลีกค้าส่งก็ได้ขยายตัวจากกรุงเทพฯ ต่างจังหวัดอย่างรวดเร็ว เมื่อธุรกิจค้าปลีกสร้างผลกำไรให้ผู้ประกอบการมหาศาลจึงมีการแข่งขันกันพัฒนาด้านการบริหารจัดการที่ทันสมัย เนื่องจากมีกลไกการตลาดที่ทันสมัย สามารถตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันของคนที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีเวลาว่างน้อยลง วิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนในปัจจุบันที่เห็นได้ชัดคือการมีรายได้สูงมากขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจค้าปลีก โดยมีลักษณะเป็นห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าแบบเน้นสินค้าราคาถูก ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ร้านค้าปลีกครบวงจร ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง ร้านขายส่งขนาดใหญ่

ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าเป็นสถานที่รวบรวมสินค้าและบริการประเภทต่างๆ อย่างครบวงจร รวมอยู่ในสถานที่แห่งเดียวกัน ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงภาพยนตร์ ศูนย์อาหาร และบริการที่จอดรถ โดยเน้นสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมาก โดยมีหลักการคือหลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หลักความสม่ำเสมอ หลักความเสมอภาค หลักความประหยัด หลักความสะดวก การให้บริการของห้างสรรพสินค้าการจำแนกระดับของการบริการและประเภทของบริการ โดยนำกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้า คือ ความจำเป็น (Needs) ลูกคามีความจำเป็นที่จะต้องมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้สินค้าและบริการนั้นๆ เช่น บริษัทมีความจำเป็นต้องการสื่อสารให้ทราบว่ามีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ความต้องการ (Wants) ได้แก่ ความต้องการที่จะใช้สินค้าและบริการประเภทนั้น เช่น บริษัทต้องการโปรโมทสินค้าหรือบริการนั้นๆ วัตถุประสงค์ (Objectives) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนอง Needs และ Wants คือ บริษัทมีความประสงค์ต้องการนำเสนอสินค้าและบริการให้กับลูกค้า การตลาด (Marketing) เนื่องจากงานโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด ดังนั้นการตลาดจึงเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง กล่าวคือ มีหน้าที่สร้างการรับรู้และตระหนักถึงที่จะทำให้นักค้าเกิดความต้องการที่จะตอบสนองความจำเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ผลักดันให้มีการกระทำเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์นั้น ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) ตาม Needs ผ่านกระบวนการทางการตลาดคือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจึงต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นจากภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้

เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจเป็นเหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล หรือเหตุจูงใจซื้อทางด้านจิตวิทยาก็ได้ นอกจากนี้ยังทำการวิเคราะห์อัตราเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นดัชนีหลักในการกำหนดทิศทางของตลาดและของบริษัท การวิเคราะห์จะรวมไปถึง อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อที่เกิดขึ้นจริงเทียบกับเป้าหมาย เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ผลงานด้านการขายและผลงานการตลาดในด้านอื่นๆ วิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตของตลาด การวิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตของตลาดที่เกิดขึ้นจริง จะช่วยให้รู้ถึงสถานะที่แท้จริงของตลาดและการแข่งขันในตลาดที่เกิดขึ้น ซึ่งย่อมจะมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ทั้งในด้านบวกและด้านลบ การประเมินอัตราการเจริญเติบโตของตลาดเป็นระยะๆ เช่น รายเดือน หรือรายไตรมาส จะช่วยให้สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดและหาทางแก้ไขได้ทันท่วงที การวิเคราะห์การขาย คือ การวัดผลการขายที่เกิดขึ้นจริงเปรียบเทียบกับ เป้าหมายการขายที่ได้กำหนดไว้ การวิเคราะห์การขายควรจะทำทุกเดือนและตลอดปี และในบางครั้ง อาจจะทำ บ่อยกว่านั้น การวิเคราะห์การขายจะทำ ในด้านต่างๆ ได้แก่ มูลค่าการขาย ปริมาณการขาย และมูลค่าและปริมาณการขายตามเขตการขายต่างๆ วิเคราะห์ส่วนครองตลาด นอกเหนือจากการวิเคราะห์การขายแล้ว จะต้องเปรียบเทียบกับยอดขายของบริษัทกับบริษัทคู่แข่งอื่นๆ ในตลาด เพื่อให้ผลการดำเนินการจริงของบริษัทว่าประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงไร ถึงแม้ยอดขายจริงของบริษัทจะสูงกว่าเป้าหมาย แต่อาจจะไม่ได้หมายความว่าประสบความสำเร็จ ถ้าเจริญเติบโตในอัตราที่ต่ำกว่าตลาด จะทำให้ส่วนครองตลาดของบริษัทลดลง การวิเคราะห์ส่วนครองตลาดจะช่วยให้รู้ผลงานของบริษัท เมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายทางการตลาด การควบคุมแผนการตลาด ต้องมีการควบคุมค่าใช้จ่ายทางการตลาดว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายทางการตลาดเทียบกับยอดขายเป็นระยะๆ จะช่วยให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ภายในงบประมาณที่ได้กำหนดไว้ วิเคราะห์ส่วนผสมการตลาด ส่วนผสมการตลาดเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของแผนการตลาด การวิเคราะห์ส่วนผสมการตลาด เริ่มต้นโดยการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายว่าเป็นไปตามแผนการตลาดหรือไม่ การวิเคราะห์แผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ จะเน้นแผนการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หลังจากนั้นก็จะมีการวิเคราะห์แผนกลยุทธ์ราคา แผนกลยุทธ์การจัดจำหน่าย และแผนกลยุทธ์การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์ความพอใจของลูกค้าเป้าหมาย ในการตลาดที่มุ่งสนองความต้องการ และนำความพอใจมาสู่ลูกค้าเป้าหมาย ความพอใจของลูกค้าเป้าหมายเป็นเป้าหมายสูงสุดของการตลาด การสร้างความพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย คือ การเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลาและต่อเนื่องโดยวิธีการต่างๆ นับตั้งแต่การต้อนรับ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ การติดต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ การจัดส่งเอกสาร /วารสารให้ลูกค้า การส่งการ์ดอวยพรวันเกิด ฯลฯ การวิเคราะห์ความพอใจของลูกค้าเป้าหมาย อาจจะทำโดยวิธีการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า การสัมภาษณ์ ลูกค้า การจัดให้มีกล่องแสดงความคิดเห็น เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้มีโอกาสสื่อสารกับบริษัท ฯลฯ การจัดทำศูนย์ข้อมูลลูกค้าช่วยให้สามารถเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าได้อย่างละเอียดและสม่ำเสมอ และให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าทุกๆ รายอย่างทั่วถึง แนวความคิดการตลาดสมัยใหม่เน้นถึงการเก็บข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งนอกจากจะช่วยให้รู้เกี่ยวกับลูกค้ามากยิ่งขึ้น ยังเป็นการสร้างโอกาสสำหรับการเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ตลอดชีวิตของลูกค้าอีกด้วยและวิเคราะห์ทางการเงิน การวิเคราะห์ทางการเงิน จัดทำขึ้นเพื่อตรวจสอบผลตอบแทนทางการเงิน เช่น กำไรต่อ

ยอดขาย และผลตอบแทนจากการลงทุน ฯลฯ การวิเคราะห์กำไรต่อยอดขายโดยการเปรียบเทียบกับ คู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถตรวจสอบประสิทธิภาพของ การบริหารงาน การ วิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน ช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่าง ถูกต้องว่าควรลงทุน หรือขยายธุรกิจในผลิตภัณฑ์ใดที่จะให้ผลตอบแทนการลงทุนสูงสุด

สภาพการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ลักษณะธุรกิจ นโยบายและการดำเนินธุรกิจ ทิศทางการประกอบการธุรกิจ ของห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่ง คือ บิ๊กซี แฟร์ และ โรบินสัน ห้างบิ๊กซี มีลักษณะการธุรกิจคือดำเนินกิจการค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ใน รูปแบบร้านไฮเปอร์มาร์ทขนาดใหญ่ มีบริเวณพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ พร้อมด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับลูกค้า และยังครอบคลุมไปถึงความหลากหลายของสินค้าที่คัดสรรมา จำหน่ายนโยบายและการดำเนินธุรกิจ

๒.๙ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๙.๑ หนังสือหรือตำราทางวิชาการ

พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต) ได้เขียนหนังสือชื่อ เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ สรุปได้ ว่า เศรษฐกิจหรือธุรกิจแบบทางสายกลาง หรือ แบบมัชฌิมา มีลักษณะ ๒ ประการ ได้แก่ การได้ คุณภาพชีวิต และการไม่เบียดเบียนตน ไม่เบียดเบียนผู้อื่น กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ต้องเป็นสายกลาง มีความพอดี พอประมาณ ได้ดุลยภาพ โดยที่ความพอดีคือจุดที่คุณภาพชีวิตกับ ความพึงพอใจมาบรรจบกัน^{๑๔๕} องค์ประกอบทุกอย่างในระบบการดำรงอยู่ของมนุษย์ อันได้แก่ มนุษย์ ธรรมชาติและสังคม ต้องประสานเกื้อกูลกัน สัมพันธ์กันด้วยดี และการดำเนินกิจกรรมทาง เศรษฐกิจต้องไม่เป็นการเบียดเบียนตนเอง คือ ไม่ทำให้เสียคุณภาพชีวิตของตน แต่ให้เป็นไปในทางที่ พัฒนาคุณภาพชีวิต ตลอดจนถึงต้องไม่เบียดเบียนผู้อื่น คือ ไม่ก่อความเดือดร้อนแก่สังคมและไม่ทำลาย คุณภาพของระบบธรรมชาติแวดล้อม เพื่อการดำรงอยู่ด้วยดีของสังคมโดยรวม^{๑๔๖}

ผู้วิจัยเห็นว่าหลักการของเศรษฐศาสตร์เชิงพุทธได้ถูกนำมาพัฒนาเป็นแนวคิดในการวิจัย ทางด้านพระพุทธศาสนาโดยการสานต่อหลักการแห่งเศรษฐศาสตร์เชิงพุทธให้เกิดเป็นรูปธรรม สามารถนำมาปฏิบัติได้จริงในระดับองค์กรธุรกิจ

การบริหารธุรกิจเชิงพุทธนี้ท่านพุทธทาสพยายามแสดงให้เห็นว่า ชีวิตมนุษย์คือการค้า แต่ เป็นธุรกิจทางจิตวิญญาณมากกว่าธุรกิจทางวัตถุ ดังนั้น จึงต้องใช้ปัญญาเป็นทุนในการสร้างกำไรที่มี บรมสุขเป็นจุดหมาย และให้ตระหนักถึงหลักแห่งอิทัปปัจจยาของสรรพสิ่ง จึงไม่มุ่งแต่ประโยชน์ตน แต่คำนึงถึงความสัมพันธ์ของสรรพสิ่ง ในพระพุทธศาสนากับโลกธุรกิจ และพระพรหมคุณาภรณ์ พยายามแสดงให้เห็นว่า ความสำเร็จทางธุรกิจ ไม่ใช่เพียงการตอบสนองต่อตัณหาของมนุษย์ แต่คือ การสร้างความสุขให้กับสังคม องค์กรธุรกิจมีหน้าที่ในการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ให้บรรลุสู่

^{๑๔๕} พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต), เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ, หน้า ๓๕ - ๓๖.

^{๑๔๖} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๔๐ - ๔๑.

อิสรภาพ ๔ ด้าน คือ อิสรภาพทางกายภาพ อิสรภาพทางสังคม อิสรภาพทางอารมณ์และจิตใจ รวมถึงอิสรภาพทางปัญญา ท่านได้เสนอแนวทาง ๓ ระดับสำหรับการประกอบกิจกรรมทางธุรกิจ คือ ๑) กิจกรรมและผลผลิตไม่ควรเป็นอันตรายต่อชีวิตและสังคม ๒) เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมสังคม และ ๓) เป็นกิจกรรมที่เกื้อหนุนต่อการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ ใน พุทธวิธีบริหาร พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) อธิบายว่า พุทธวิธีการบริหารต้องยึดหลักธรรมาธิปไตยเป็นสำคัญ ผู้บริหารต้องประพฤติธรรม และใช้ธรรมเป็นกรอบในการบริหาร พุทธวิธีบริหารต้องไม่เป็นทั้งอัตตาธิปไตย และ โลกาธิปไตย ใน การบริหารวิถีพุทธ วรภัทร์ ภูเจริญ แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของหลักธรรมต่างๆ ในการบริหารจัดการ เช่น สังคหวัตถุ สติ ทาน สปัจริยธรรม ทศพิธราชธรรม และฆราวาสธรรม^{๑๔๗}

๒.๙.๒ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พระมหาสมโภช รุติญาโณ (ศรีพันธ์) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ศึกษาวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์ตามแนวพระไตรปิฎก” ผลการศึกษาวิจัยพบว่า เศรษฐศาสตร์ตะวันตกมีแนวคิดจากความเชื่อที่ว่ามนุษย์เป็นศูนย์กลางของจักรวาล จึงสามารถกำหนดกิจกรรมของตนได้อย่างเสรี ธรรมชาติแวดล้อมอยู่ภายใต้การยึดครองและการเปลี่ยนแปลงของมนุษย์ ส่วนเศรษฐศาสตร์ตามแนวพระไตรปิฎกมีแนวคิดที่มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ การดำเนินกิจกรรมจึงควรให้สอดคล้องกับธรรมชาติ นอกจากนี้ความสุขที่เกิดจากการให้เปล่าเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ยิ่งขึ้นไปซึ่งไม่มีการประเมินว่าขาดทุนหรือกำไรแต่อย่างใด ส่วนเกินที่บริจาคให้แก่สาธารณชนมีค่ามากกว่าการยึดครอง แต่เพียงผู้เดียว วิธีการของพระพุทธศาสนาจึงสอดคล้องกลมเกลียวกับบุคคล ระบบสังคมและสิ่งแวดล้อม^{๑๔๘}

พระมหาวิโรจน์ วิโรจโน (ผาธา) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์แนวความคิดเรื่องประโยชน์ในพุทธปรัชญาเถรวาท” ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ประโยชน์ในทัศนะของพุทธปรัชญาเถรวาท หมายถึง ความสุข สิ่งที่จะทำให้ชีวิตดีขึ้น เจริญขึ้น หรือจุดหมายของชีวิตมนุษย์ โดยมีหลักอยู่ที่ว่าการทำประโยชน์เพื่อมวลชน และมีรายละเอียดอยู่ที่การคำนึงถึงประโยชน์ตนเองเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงจะขยายความพร้อมมูลของตนเองไปช่วยเหลือผู้อื่นให้บรรลุประโยชน์ เมื่อทำเช่นนี้ก็จะเกิดประโยชน์ทั้ง ๒ ฝ่ายขึ้น กล่าวคือ ทั้งตนเองและผู้อื่นก็ได้ประโยชน์ร่วมกัน^{๑๔๙}

พระธานี เขมธมฺโม (จำปา) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “สัมมาอาชีวะในพระพุทธศาสนา” ผลการศึกษาวิจัยพบว่า สัมมาอาชีวะเป็นมรรคปฏิบัติด้านศีลสิกขาเกื้อหนุนให้กระบวนการดำเนินชีวิตเป็นไปอย่างพอดีและสมดุล โดยหลักการจะครอบคลุมการดำเนินชีวิตทั้งทางกาย วาจา และใจ

^{๑๔๗} ศักดิ์ชัย อนันต์ศรีชัย, “จริยศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจของพระพุทธศาสนิกายเถรวาท”, *วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๐).

^{๑๔๘} พระมหาสมโภช รุติญาโณ (ศรีพันธ์), “ศึกษาวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์ตามแนวพระไตรปิฎก”, *วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๕).

^{๑๔๙} พระมหาวิโรจน์ วิโรจโน (ผาธา), “การศึกษาวิเคราะห์แนวความคิดเรื่องประโยชน์ในพุทธปรัชญาเถรวาท”, *วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๓).

และมีเป้าหมายอยู่ที่ความสุขหรือประโยชน์ทั้งสามด้าน คือ ประโยชน์ตน ประโยชน์ผู้อื่น และประโยชน์ทั้งสองฝ่าย การดำเนินชีวิตตามหลักสัมมาอาชีวะมีคุณค่าต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายที่ก่อให้เกิดความสุขมวลรวมของคนในสังคมมากยิ่งขึ้น^{๑๕๐}

วิระวัฒน์ ปันนิตามัย ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล” ได้สรุปความหมายซีเอสอาร์ของภาครัฐ พบว่า มี ๒ ระดับ คือ ๑) ระดับบุคคล หมายถึง จิตสำนึก (จิตอาสา) ของเจ้าหน้าที่รัฐที่แสดงความรับผิดชอบต่อเชิงพฤติกรรมต่อองค์การ สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ๒) ระดับองค์การ หมายถึง การจัดการอย่างมีความรับผิดชอบต่อของหน่วยราชการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ส่วนประโยชน์จากการดำเนินงานซีเอสอาร์แบ่งได้เป็น ๓ ระดับ คือ ๑) ระดับบุคคล : ช่วยสร้างจิตอาสา และส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมแก่พนักงาน ๒) ระดับองค์การ : ช่วยสร้างประโยชน์ให้กับองค์การทั้งในรูปตัวเงินและมีใช้ตัวเงิน เช่น ความเชื่อมั่นของประชาชน การดึงผู้มีวุฒิสมาชิกเข้ามาทำงาน การ

เสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์การ ๓) ระดับประเทศ : ช่วยลดปัญหาความยากจน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการเสริมสร้างธรรมาภิบาล^{๑๕๑}

คำพอง งามภักดิ์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “จริยธรรมธุรกิจ : ศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดประโยชน์นิยมกับแนวคิดพระพุทธศาสนา” พบว่า จริยธรรมธุรกิจเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจที่สะท้อนถึงหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยไม่คำนึงถึงเฉพาะผลกำไรเพียงอย่างเดียว ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยส่วนรวม ซึ่งพระพุทธศาสนามีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจว่า เป็นการสร้างสรรค์วัตถุเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่การดำเนินชีวิตที่สะดวกสบายตามแนวทางหลักสัมมาอาชีวะและมัตตัญญูตา โดยเน้นที่ความเป็นประโยชน์ที่เกื้อกูลแก่กันและกัน^{๑๕๒}

ศักดิ์ชัย อนันต์ตรีชัย ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “จริยศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจของพระพุทธศาสนานิกายเถรวาท” ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ธุรกิจแบบทางสายกลางมีลักษณะของความสมดุลระหว่างร่างกายและจิตใจ คือมุ่งสร้างรายได้เพื่อตอบสนองความต้องการทางร่างกายไปพร้อมๆ กับการพัฒนาจิตใจ เช่น การแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเป็นสวัสดิการที่ดีแก่พนักงาน และส่วนหนึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ตามทัศนะนี้เงินเป็นเพียงเครื่องมือในการพัฒนาจิตใจให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เมื่อเงินไม่ใช่จุดหมายสูงสุด กำไรในลักษณะแบบทางสายกลางจึงเป็นกำไรแบบพอเหมาะ (Optimum Profit) ไม่ใช่กำไรสูงสุด (Maximize Profit) นอกจากนี้ธุรกิจ

^{๑๕๐} พระธานี เขมธมโม (จำปา), “ศึกษาสัมมาอาชีวะในพระพุทธศาสนา”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๐).

^{๑๕๑} วิระวัฒน์ ปันนิตามัย. แนวทางการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://www.ocsc.go.th/11_Jan_2013/1%20Thesis_2553_11_Jan_2013.pdf [๒๐ มีนาคม ๒๕๕๖]

^{๑๕๒} คำพอง งามภักดิ์, “จริยธรรมธุรกิจ : ศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดประโยชน์นิยมกับแนวคิดพระพุทธศาสนา”, วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๓).

แบบทางสายกลางยังให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกส่วน คำนึงถึงผลประโยชน์ของทุกกลุ่มอย่างยุติธรรมทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น (อุภยัตถะ) ที่เรียกว่า การเอาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นศูนย์กลาง (Stakeholder Orientation) ไม่เอาไรต์เอาเปรียบจากบทบาทที่เหนือกว่า โดยการสร้างดุลยภาพให้เกิดขึ้นในระบบของคร่อมตามพุทธกระบวนทัศน์ที่ว่า ทุกสรรพสิ่งล้วนเชื่อมโยงและอิงอาศัยกันตามหลักการปฏิจกสมุปบาท^{๑๕๓}

ชยาภรณ์ สุขประเสริฐ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์หลักธรรมที่ส่งเสริมการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (ซีเอสอาร์) เชียงพุทธ พบว่า หลักการที่เป็นเครื่องมือในการดำเนินซีเอสอาร์แนวพุทธคือสังคหวัตถุ ๔ หลักธรรมในพระพุทธศาสนาที่ส่งเสริมการสงเคราะห์ประชาชน ได้แก่ หลักธรรมเพื่อความสมานฉันท์ (สังคหวัตถุ ๔) หลักธรรมเพื่อความสำเร็จ (อิทธิบาท ๔) หลักธรรมเพื่อความเป็นผู้นำ (พรหมวิหาร ๔) และหลักธรรมเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ (สาราณียธรรม ๖) ส่วนวิธีการและกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมแนวพุทธพบได้ในชาดกหลายเรื่อง นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบ CSR ใหม่ คือ CSR DHAMMA ซึ่งเป็นแนวทางดำเนินธุรกิจที่ควบคู่กับการใส่ใจการรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น โดยยึดหลักเมตตา ฟังพวาอาศัยซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นประโยชน์สุขร่วมกัน^{๑๕๔}

ศันสนีย์ ชุมพลบุญชู ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของบุคคลองค์กร และชุมชนในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธบูรณาการ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า แนวคิดซีเอสอาร์ตามหลักสากลมีมานานกว่า ๒๐๐ ปีจากผลการดำเนินธุรกิจบางแห่งที่มุ่งแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนเป็นหลักจนเกิดผลกระทบเสียหายต่อสังคม การทำซีเอสอาร์ขององค์กรธุรกิจสามารถกระทำได้ในหลายรูปแบบ ซึ่งรวมไปถึงการอาสาช่วยเหลือชุมชนที่เกิดจากความร่วมมือและการมีส่วนร่วมขององค์กรธุรกิจและชุมชนที่มีเป้าหมายในการช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืนและเติบโตไปพร้อมกัน ทำให้เกิดการประสานประโยชน์สองฝ่ายร่วมกัน ส่วนแนวคิดซีเอสอาร์ในทางพระพุทธศาสนามีมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล เช่น การมุ่งประโยชน์ส่วนรวม หลักสัมมาอาชีวะ เป็นต้น ทั้งนี้หลักธรรมที่ส่งเสริมซีเอสอาร์ ได้แก่ สังคหวัตถุ ๔, อิทธิบาท ๔ และกัลยาณมิตร เมื่อนำแนวคิดซีเอสอาร์ตามหลักสากลและหลักพระพุทธศาสนามาบูรณาการกัน จะได้ หลักการ วิธีการและกระบวนการซีเอสอาร์เชิงพุทธบูรณาการ กล่าวคือ หลักการดำเนินงาน คือ การไม่เบียดเบียนและการพัฒนาคุณภาพชีวิตบนกำไรแบบพอเหมาะ หลักการเป้าหมาย คือ การประสานประโยชน์สองฝ่ายร่วมกันทั้งตนเองและผู้อื่น ส่วนวิธีการและกระบวนการ ได้แก่ การดำเนินธุรกิจตามหลักสัมมาอาชีวะ ทำให้เกิดสุขคุณุทธิ์จากการมีทรัพย์อย่างถูกต้องชอบธรรม (ซีเอสอาร์ในกระบวนการ) เมื่อได้กำไรแล้วจึงวางแผนและจัดสรรกำไรและทรัพยากรของธุรกิจไปเพื่อบำเพ็ญประโยชน์สังคมตาม

^{๑๕๓} ศักดิ์ชัย อนันต์ตรีชัย, “จริยศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจของพระพุทธศาสนานิกายเถรวาท”, **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๐).

^{๑๕๔} ชยาภรณ์ สุขประเสริฐ, “การศึกษาวิเคราะห์หลักธรรมที่ส่งเสริมการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (ซีเอสอาร์) เชียงพุทธ”, **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๕).

หลักโกควิภาค ๔ และใช้จ่ายไปยังแนวทางต่างๆ ตามหลักโกคอาทียะ ๕ (ซีเอสอาร์นอกกระบวนการ) นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายคือการประสานประโยชน์ทั้งสองฝ่าย เกิดระบบการดำรงอยู่ร่วมกันด้วยดี และมีสุข

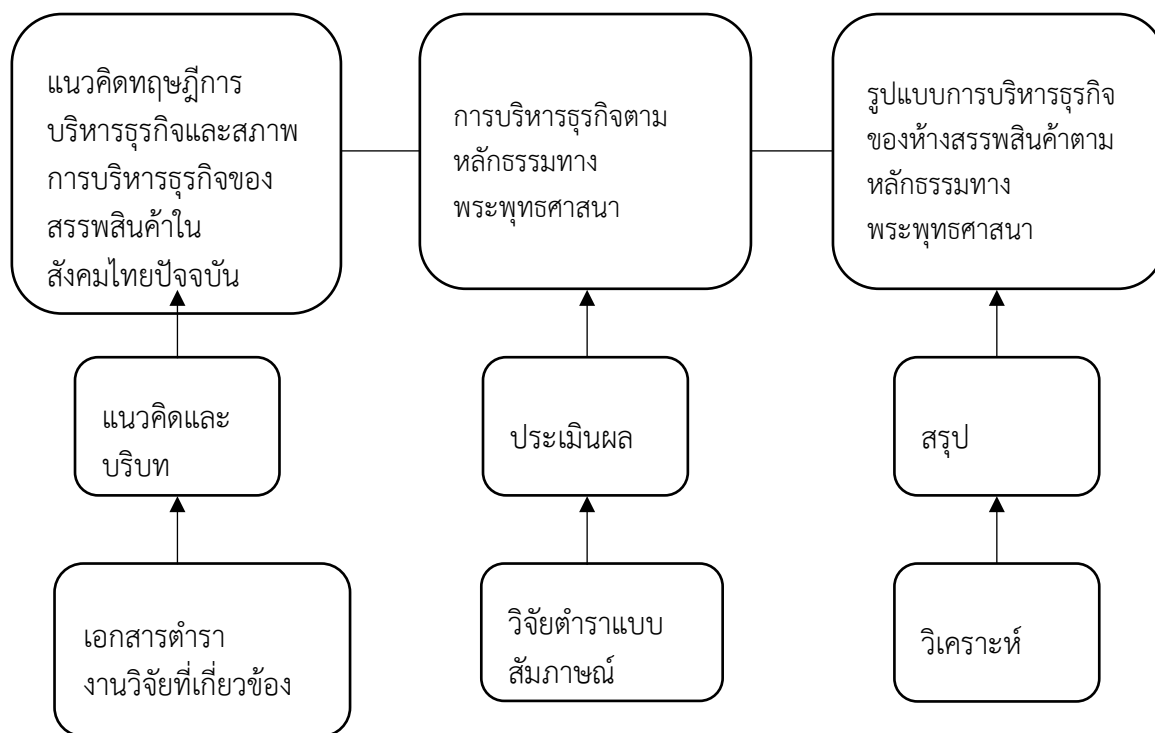
ส่วนการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของบุคคล องค์กร และชุมชนในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธบูรณาการ พบว่า ความสัมพันธ์ทั้งแนวตั้ง คือ ความสัมพันธ์ขององค์กร ธุรกิจและชุมชน และแนวราบ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและชุมชน ของกรณีศึกษาทั้งสอง แห่งสามารถเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมได้ เมื่อนำหลักธรรมมาเชื่อมโยงกับความสัมพันธ์ดังกล่าว จะได้ความสัมพันธ์ของบุคคล องค์กรและชุมชนในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธบูรณาการที่เป็นไปตามกรอบแนวคิดการครองตน ครองคน ครองงาน กล่าวคือ การครองตน มีหลักศีล ๕, การเว้นอบายมุข, โภควิภาค ๔ และสุขุคฤหัสถ์ การครองคนมีสังคหวัตถุ ๔, สาราณียธรรม ๖, อปริหานิยธรรม ๗ และประชาธิปไตย ส่วนการครองงานมีหลักอิทธิบาท ๔, สัมมาอาชีวะ และสันโดษ เมื่อบุคคล องค์กรและชุมชนได้ครองตน ครองคนและครองงานแล้วจะเกิดประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่น หรือประโยชน์สองฝ่ายร่วมกัน อันเป็นเป้าหมายของการทำซีเอสอาร์ ได้แก่ เศรษฐกิจมั่นคง สังคมสงบสุข และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติยั่งยืน^{๑๕๕}

จากการทบทวนเอกสารและรายงานการวิจัยต่างๆ ข้างต้น สรุปภาพรวมได้ว่า ความรับผิดชอบที่จะสร้างความสุขคืนให้สังคมขององค์กรธุรกิจ มีหลักการอยู่บนพื้นฐานของความพอดีและไม่เบียดเบียนฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง รวมทั้งมีแนวทางการปฏิบัติต่างๆ เพื่อให้ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสร้างความสุขคืนต่อสังคม ตามหลักพระพุทธศาสนา ซึ่งเป็นไปตามหลักสัมมาอาชีวะหรือเศรษฐศาสตร์แบบมัชฌิมา คือ คำนึงถึงประโยชน์ทั้งแก่ตนเองและผู้อื่นด้วยอาชีพบริสุทธิ์สุจริตของตน

^{๑๕๕} ศันสนีย์ ชุมพลบุญชร, “การศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของบุคคล องค์กร และชุมชนในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธบูรณาการ”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖), บทคัดย่อ.

๑.๙ กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้หลักการของเหตุและผลตามหลักพระพุทธศาสนา โดยศึกษาหลักพระธรรมจากพระไตรปิฎกและอรรถกถา ตลอดจนแนวคิดของนักปราชญ์ทางพระพุทธศาสนา และนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ พร้อมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นวิเคราะห์สังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ของรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา จะเห็นได้จากแผนภูมิกรอบแนวคิดการวิจัย ดังเสนอไว้ในภาพประกอบที่ ๑



ภาพประกอบที่ ๑ กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา มีวิธีการดำเนินการวิจัย ตามลำดับ ดังนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Sources) จากพระไตรปิฎก อรรถกถา และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) จากเอกสาร บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และวิจัยภาคสนามสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-dept Interview) ของตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย ๓ กลุ่ม การได้มาโดยใช้วิธีแบบสุ่มเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยจะได้ดำเนินการวิจัย (Research Process) ตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

๓.๒ พื้นที่การวิจัยและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ๕ ด้าน ดังนี้

๓.๒.๑ ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มี ๓ ประเด็นคือ ๑) เพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาท ๒) เพื่อศึกษาแนวคิดการบริหารธุรกิจและสภาพการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน ๓) เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

เอกสารชั้นปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ทำการค้นคว้าจากพระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เป็นต้น

เอกสารชั้นทุติยภูมิ (Secondary Data) คือทำการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจาก หนังสือบทความทางวิชาการ วารสาร งานวิจัย และวิทยานิพนธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เผยแพร่บนอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ทั้งที่เป็นภาษาไทยที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับนักวิชาการทางด้านการบริหารธุรกิจ ที่ได้กล่าวไว้ทั้งโดยตรง และโดยอ้อม เช่น หนังสือ หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาท และแนวคิดการบริหารธุรกิจและสภาพการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทย เป็นต้น

๓.๒.๓ ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ที่จะใช้เป็นกรณีศึกษา คือ ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ห้างแพร่พลาซ่า และห้างโรบินสัน จังหวัดขอนแก่น

๓.๒.๔ ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดขอนแก่นที่เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา โดยกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย โดยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการสัมภาษณ์ตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย มี ๓ กลุ่ม คือ

| | |
|-------------------------------------|-------------|
| ๑. นักธุรกิจ/ผู้บริหารห้าง | จำนวน ๖ คน |
| ๒. เจ้าหน้าที่ห้างสรรพสินค้า | จำนวน ๑๐ คน |
| ๓. ลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้า | จำนวน ๑๐ คน |
| รวมกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น | จำนวน ๒๖ คน |

๓.๒.๕ ขอบเขตด้านระยะเวลา

นักวิจัยกำหนดกรอบระยะเวลาที่จะใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นระยะเวลา ๑๒ เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๖๐ - กันยายน ๒๕๖๑ รวมระยะเวลา ๑ ปี โดยมีขั้นตอนดำเนินการ ๒ ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่ พระไตรปิฎก เอกสารที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่จะศึกษาวิจัย เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางในการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนที่ ๒ ศึกษาค้นคว้าภาคสนามหรือในพื้นที่วิจัย เพื่อหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ให้ครอบคลุมสมบูรณ์

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยกำหนดใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ประกอบไปด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง สมุดจดบันทึก กล้องถ่ายรูป

๓.๓.๑. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษารูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสนทนากลุ่ม ดังนี้

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยนำไปสัมภาษณ์ด้วยตนเอง กรอบคำสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเพื่อ

แก้ไขปัญหา และอุปสรรคการบริหารธุรกิจและสภาพการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน

๓.๓.๒. การหาคุณภาพของเครื่องมือ

การหาคุณภาพเครื่องมือ สำหรับแบบสัมภาษณ์ มีวิธีดำเนินการดังนี้

๑) ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ทุกชุดให้คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๕ ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบการใช้ภาษาและความครอบคลุมของเนื้อหา โดยการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความและวัตถุประสงค์

๒) แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) ด้วยการให้คณะผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมด้านเนื้อหาภาษา และความครอบคลุม

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คือการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ผู้วิจัยเข้าภาคสนามด้วยวิธีการเปิดเผย (Overt Role) ผู้วิจัย โดยแจ้งไปยังนักธุรกิจ/ผู้บริหารห้าง เจ้าหน้าที่ห้างสรรพสินค้า ให้ทราบวัตถุประสงค์ เพื่อแสดงความจริงใจในการทำงาน สร้างความเชื่อมั่นให้นักธุรกิจ/ผู้บริหารห้าง เจ้าหน้าที่ห้างสรรพสินค้าและลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้า ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นไปตามธรรมชาติ และ ตรงตามสภาพความเป็นจริงมากที่สุด และเพื่อให้ผู้วิจัยสามารถอยู่ในรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ได้อย่างผสมกลมกลืน ในฐานะสมาชิกคนหนึ่งในสังคมตามระเบียบวิธีการวิจัยภาคสนาม ผู้วิจัยอยู่ในพื้นที่และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ แบบเปิดเผย หลังจากนั้นจึงเริ่มเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. การสืบค้น เอกสาร ตำราที่เกี่ยวข้องต่างๆ หลักความคิด ทศนคติ การให้ความหมายศึกษาการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาท แนวคิดการบริหารธุรกิจและสภาพการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา อย่างมีประสิทธิภาพ จากนักธุรกิจ/ผู้บริหารห้าง เจ้าหน้าที่ห้างสรรพสินค้าและลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้า ผู้ได้รับการสุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลหลัก โดยใช้เครื่องบันทึกเสียง การถ่ายภาพ แบบบันทึกภาคสนาม

๒. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยใช้การสนทนากลุ่มในการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงที่สอง เพื่อตรวจสอบความตรงของข้อมูลที่ได้รับ แล้วศึกษาความเข้าใจของ นักธุรกิจ/ผู้บริหารห้าง เจ้าหน้าที่ห้างสรรพสินค้าและลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้า ตามกรอบรูปแบบที่สร้างขึ้น ว่าเป็นความจริงมากน้อยเพียงใด โดยดำเนินการวางแผนการสนทนา เวลา สถานที่ ผู้ร่วมสนทนา จัดเตรียมแนวคำถาม นัดหมาย เชิญสมาชิก จัดสนทนากลุ่ม บันทึกเทป จดบันทึก โดยคัดเลือกผู้ร่วมสนทนากลุ่มที่มีลักษณะร่วม (Homogeneous) กล่าวคือ มีประสบการณ์ตรงกับกลุ่มตัวอย่าง เป็นต้น

๓. การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการควบคู่ไปกับการสังเกต เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) วิธีดำเนินการดังนี้

๑) การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามโดยใช้กระบวนการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการจำแนกและจัดระบบ (Typology and Taxonomy) เพื่อค้นหาความหลากหลายของปรากฏการณ์ แยกแยะองค์ประกอบของปรากฏการณ์และทำความเข้าใจกับระบบของความหลากหลายนั้น โดยจัดระบบข้อมูล จำแนกข้อมูลที่มีลักษณะคล้ายกันมารวมกันไว้เป็นหมวดหมู่ให้สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (Logical Relation) เช่น ระบบความคิด ความคาดหวัง การจำแนกประเภทของปรากฏการณ์ (Typology) สำหรับข้อมูลที่มีความแตกต่าง โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เช่น นักธุรกิจ/ผู้บริหารห้าง เจ้าหน้าที่ห้างสรรพสินค้าและลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้า

๒) สรุปัญห และข้อเสนอแนะจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) นำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ ก่อนที่จะมีการประมวลผลและพัฒนาเป็นรูปแบบกึ่งมาตรฐาน ของรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นเงื่อนไข เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing)

๓) การระดมความคิดเห็นในการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) เป็นการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวข้องในหัวข้องานวิจัย จากภาคส่วนต่างๆ มาร่วมประชุมและร่วมเสวนา เพื่อให้ข้อเสนอแนะต่อผลการศึกษา ตลอดจนร่วมกันเสนอแนะรูปแบบที่จะทำให้เกิดรูปแบบการบริหารธุรกิจ แนวคิด ทฤษฎี หลักพุทธธรรม และรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา อย่างเป็นทางการ

๓.๖ สรุปผลวิจัยและเสนอผลการวิจัย

สรุปข้อมูลเพื่อนำเสนอผลงานจากการวิจัย ผู้วิจัยสรุปผล (Conclusion) และนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าในแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา มีวัตถุประสงค์ ๑. เพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาท ๒. เพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน และ ๓. เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาทในสังคมไทยปัจจุบัน โดยงานวิจัยฉบับนี้ได้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research methods) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) กับกลุ่มนักธุรกิจ/ผู้บริหารห้างจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า ลูกค้าที่ใช้บริการ ห้างสรรพสินค้าจำนวน ๒๖ คน แบ่งการนำเสนอการวิจัยออกเป็น ๓ ส่วนดังนี้

๔.๑ การบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาท

๔.๒ การบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน

๔.๓ รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาทในสังคมไทยปัจจุบัน

๔.๑ การบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาท

ในอดีตที่ผ่านมาได้มีการเปลี่ยนแปลง การผลิต ทางอุตสาหกรรม คริวเรือนไปสู่ อุตสาหกรรมแบบโรงงานโดยเน้นให้ได้ผลผลิตตามที่ต้องการมีการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากจากการผลิตด้วยมือมาเป็นการผลิตด้วยเครื่องจักรเพื่อต้องการลดต้นทุน การผลิต เป็นแนวคิดการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ของ เฟดเดอริก เทย์เลอร์ เรื่องคนทำให้เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมเกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ ๑๘ แต่ในยุคปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารสมัยใหม่มีการปรับปรุงการบริหารองค์กรที่ต้องเผชิญกับสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วองค์กรต่างๆ มีการใช้กลยุทธ์ธุรกิจเพื่อสร้างผลกำไรสูงสุดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงการบริหารงานสมัยใหม่มาแทนระบบการบริหารงานแบบเดิมโดยเน้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดในขณะเดียวกันก็ได้มีนักวิชาการทางตะวันตกกำลังให้ความสนใจในการนำหลักการในทางพระพุทธศาสนา มาผสมผสานในการบริหารซึ่งเป็นศาสตร์แห่งการบริหารจัดการที่ยั่งยืนและสามารถดำรงความเป็นมนุษย์และอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

จากการศึกษา โดย การรวบรวมข้อมูล ทฤษฎีจากหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนาจากวารสารเอกสารการวิจัยวิทยานิพนธ์และบทความต่างๆที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดและ การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนาที่ใช้ในการบริหารธุรกิจ ผลการศึกษามีดังนี้พบว่าหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนาที่ใช้ในการบริหารธุรกิจคือ สังคหวัตถุ ๔ อิทธิบาท ๔ และสัพปุริสธรรม ๗

๔.๑.๑ สังคหวัตถุ ๔

เป็นหลักธรรมที่ผู้บริหารและผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานและอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข

๑) ทาน

การให้ทานคือการ รู้จักแบ่งปัน ได้แก่การให้ การเสียสละ การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การแบ่งปันช่วยเหลือซึ่งกันและกันด้วยสิ่งของ ตลอดจนให้ความรู้แนะนำสั่งสอนการให้ทาน เพื่อขจัดกิเลสลดความเห็นแก่ตัวซึ่งการให้ทานจำแนกออกเป็น ๓ วิธีคือ

อามิสทาน หมายถึงการให้สิ่งของแก่เพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชาโดยเฉพาะการให้เพื่อถูกใจ นี้สำคัญมากในยามที่เขาตกต่ำหรือมีความเดือดร้อน ดังสุภาษิต อังกฤษที่ว่า เพื่อนแท้คือเพื่อนที่ช่วยในยามตกยาก การให้รางวัลหรือ ขึ้นเงินเดือน ก็จัดเป็นอามิสทาน

วิทยาทาน หรือธรรมทาน หมายถึง การให้คำแนะนำหรือสั่งสอนวิธีทำงานที่ถูกต้อง รวมถึงการจัดหลักสูตรพัฒนาบุคลากรหรือส่งไปศึกษาและดูงาน

อภัยทาน หมายถึง การให้อภัยเมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการทำงานหรือล่วงเกินซึ่งกันและกัน การให้อภัยไม่ทำให้ผู้ให้ต้องสูญเสียอะไร เป็นการลงทุนราคาถูกแต่ให้ผลตอบแทนสูงคือได้มิตรภาพกลับคืนมาและมีคนสนใจงานเพิ่มขึ้นอีกคนหนึ่งดังสุภาษิตจีนว่า มิมิตร ๕๐๐ คนนั้นว่ายังมีน้อยเกินไป มีศัตรู ๑ คนนั้นว่ามากเกินไป อับราฮัม ลินคอล์น กล่าวว่า วิธี ทำลายศัตรู ที่ดีที่สุด คือ เปลี่ยนศัตรูให้เป็นมิตร เราทำอย่างนั้นได้ก็ต่อเมื่อการรู้จักให้อภัย

๒) ปิยวาจา

การรู้จัก พูด ดีหรือปิยวาจา ได้แก่ การพูดคำสุภาพอ่อนหวานเพื่อให้เกิดความสามัคคีปิยวาจาทำได้ง่ายเพราะวาจานั้นมีอยู่ในตัวเราเพียงแต่เรามีสติมีเมตตาในใจก็สามารถพูดออกมาได้คำพูดจำแนกออกเป็น ๒ ประเภทคือ

๑. คำพูดที่พูดออกไปแล้วคนฟังเกลียดเช่นคำหยาบคายคำด่าคำประชดพันคำ กระทบกระแทงแตกดัน คำสบประมาทเป็นต้น คำเหล่านี้เรียกว่าอัปิยวาจา

๒. คำพูดที่พูดออกไปแล้วทำให้คนฟังรักเช่น คำอ่อนหวาน คำชมเชยจากใจจริง คำพูดที่ชวนให้เกิดความสามัคคีสามัคคี ไมตรีเป็นต้น

คำพูดนี้มีความสำคัญมากจะทำให้คนรักเราหรือเกลียดเราก็ได้พระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงให้หลักการพูดไว้ดังนี้

๑. ต้องเป็นคำจริง
๒. เป็นคำสุภาพ ไพเราะ อ่อนหวาน
๓. พูดแล้วก่อให้เกิดประโยชน์
๔. พูดด้วยจิตเมตตา
๕. พูดถูกกาลเทศะ คือ ถูกเวลาและถูกสถานที่

นอกจากการพูดจาไพเราะแล้ว จะต้องมียางเสียงด้วย เช่น มีครับ มีคะ นี่เป็นการเพิ่มเสน่ห์ให้กับคนพูดได้เยอะเลย คำพูดที่ไพเราะมียางเสียงนั้นก็เหมือนทองหยอดที่มีจะงอย หน่อยๆ

ก็เหมือนถ้อยคำที่ไพเราะๆ เมื่อพูดไปแล้ว คำพูดก็หวาน มียางเสียงเหนียวใจคนให้มาติดอยู่ที่เราหากมีความจำเป็นที่จะต้องเตือนผู้อื่นก็พอมีวิธีการเตือนดังนี้

๑. เลือกจังหวะให้เหมาะสม ดูเวลาและอารมณ์ให้ดี
๒. ชมก่อนแล้วค่อยติ
๓. ยิ้มก่อนติ
๔. ต้องเป็นเรื่องจริง
๕. เป็นเรื่องที่เกิดประโยชน์

ถ้าจะต้องทำให้ครบทั้ง ๕ ข้อ ถ้าไม่ครบก็อาจทำให้โกรธกันได้สำหรับผู้ถูกเตือนไม่ว่าเขาจะเตือนผิดหรือถูก ก็ให้รับขอบคุณเพราะนั่นแสดงว่า เขารักเราจริง ถ้าไม่รักจริงจะไม่กล้าเตือน ถ้าใครทำได้อย่างนี้ จะเป็นคนไม่มีทิฐิมานะ การให้วัตถุสิ่งของในข้อ ๑ นั้นเราจะต้องลงทุนไปซื้อหามา แต่ข้อ ๒ ปิยวาจา นี่ เป็นการให้ที่ไม่ต้องลงทุน ไม่เสียเงินเลยซักบาท แค่เราให้ความสำคัญในการพูดปรับให้พอดี พอเหมาะพอเจาะ ก็จะเกิดคุณค่า ผู้ครองเรือนแม่ทำทานให้บริบูรณ์แล้ว ก็เป็นทุนสามารถให้สงเคราะห์อนุเคราะห์ซึ่งกันและกัน และเป็นเครื่องสมานไมตรีได้อยู่ แต่ถ้าหากว่า การเจรจาปราศรัย ยังไม่เป็นไปไพเราะแล้วก็ยากจะสมานใจให้ใครได้นานเพราะวากานี้บ่งว่าเป็นส่วนหนึ่งซึ่งสำคัญอันคนเราจะดีหรือเสีย เหตุเพราะวากานี้มี การพูดดียอมเป็นศรีแก่ตน การพูดชั่วยอมเป็นภัยแก่ตน วาจาดีท่านสรรเสริญว่าเป็นอุดมมงคล อันการพูดเราอย่าคิดว่าง่าย แท้จริงใครๆ ก็พูดได้ แต่การที่จะพูดให้คนพอใจนั้นยากอยู่ การใช้คน ถ้าเราพูดจาหยาบคายใส่เขาแล้ว ย่อมเป็นสำคัญ พ่อบ้านแม่บ้านจะประสานสามัคคีแห่งลูกหลานให้เป็นไปโดยมั่นคงก็ดี ให้นิยมรักใคร่ก็ดีหรือในลูกหลานจักปองดองกันก็ดี จำต้องพูดจาไพเราะเป็นหลักอันหนึ่งที่ผู้ครองเรือน ไม่ควรละเว้น

๓) อุตถจริยา

การรู้จักคบคนดี หรือ (อุตถจริยา) ได้แก่ การบำเพ็ญประโยชน์ช่วยเหลือกันและกันในวงแคบ และบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ในวงกว้าง หลักธรรมข้อนี้มุ่งสอนให้คนพัฒนาตน ๒ ด้าน คือ การทำตนให้เป็นประโยชน์ และทำในสิ่งที่ เป็นประโยชน์ การทำตนให้เป็นประโยชน์ หมายถึง ทำตนให้มีคุณค่าในสังคมที่ตนอาศัยอยู่ อย่างคำพังเพยที่ว่า “อยู่บ้านท่านอย่านิ่งดูตาย บั้นวัวบั้นควายให้ลูก

ท่านเล่น”หรือ “อยู่ก็ให้เขาไว้ใจไปก็ให้เขาคิดถึง” คนที่ไม่นิ่งดูตายมีอะไรพอจะช่วยเหลือคนอื่นและสังคมได้ก็เอาใจใส่ชวนช่วยเหลือตามสติกำลัง ทางพระพุทธศาสนาเรียกว่า “คนทำหมู่คณะให้งดงาม” อยู่ที่ไหนก็สร้างความเจริญที่นั่น คือเราจะต้องฝึกตัวของเราเองให้เป็นตนมีประโยชน์ เพราะถ้าคนไหนเป็นคนที่มีประโยชน์ คนๆ นั้นจะเป็นที่รักของคนอื่น ใครๆ ก็อยากเข้าใกล้ วิธีทำให้เราเป็นคนมีประโยชน์ ก็ทำได้การหมั่นปรับปรุงพัฒนาความรู้ ความสามารถของเราให้ดียิ่งๆ ขึ้นไปตลอดเวลา และต้องทำควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณธรรมด้วย เพราะเราจะเป็นคนเก่งอย่างเดียวไม่พอ แต่ต้องเป็นคนดีด้วย^๑

เมื่อเราฝึกตัวเองให้เป็นคนมีประโยชน์แล้ว ก็ต้องสร้างประโยชน์ให้กับคนอื่นด้วยการให้การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีน้ำใจไมตรีต่อกัน เห็นอะไรช่วยได้ก็ช่วยไม่นิ่งเฉยดูตายก็จะเป็นที่รักของคนทั่วไปแม้แต่ในสังคมที่ถูกยกย่องให้เกียรติยอมเป็นบุคคลที่ทำคุณประโยชน์แก่หมู่ชนนั้นๆ เพราะฉะนั้นเมื่อเราอยู่ที่ใด เราควรทำตัวให้เกิดประโยชน์ บุคคลใดก็ตามเป็นบุคคลที่มีประโยชน์ อาจทำได้หลายวิธี เช่น การตั้งใจศึกษาเล่าเรียน ฝึกฝนอบรมตนให้เป็นคนเจริญด้วยความรู้ ความสามารถ เป็นบุตรที่ดีของบิดามารดา เป็นศิษย์ที่ดีของครูอาจารย์เป็นนักเรียนที่ดีของสถานศึกษา เป็นพลเมืองที่ดีของประเทศชาติ ตลอดจนเป็นศาสนิกชนที่ดีของพระพุทธศาสนา

๔) สมานัตตตา

การรู้จักวางตน (สมานัตตตา) ได้แก่ การวางตนได้เหมาะสมเสมอต้นเสมอปลาย มีความหมาย ๒ ประการ คือ

๑. วางตนได้เหมาะสมกับฐานะที่ตนมีอยู่ในสังคม เช่น เป็นหัวหน้าครอบครัว เป็นบิดามารดา เป็นครูอาจารย์ เป็นเพื่อนบ้าน เป็นต้น ตนอยู่ในฐานะอะไรก็วางตนให้เหมาะสมกับฐานะที่เป็นอยู่ และทำได้อย่างเสมอต้นเสมอปลาย

๒. ปฏิบัติตนอย่างสม่ำเสมอต่อคนทั้งหลาย ให้ความเสมอภาค ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่นเสมอในสุขและทุกข์ คือ ร่วมสุขร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ปัญหา และร่วมแก้ปัญหาก็เพื่อประโยชน์ของสังคม คุณธรรมข้อนี้จะช่วยให้เราเป็นคนมีจิตใจหนักแน่นไม่โลเล รวมทั้งยังเป็นการสร้างความนิยม และไว้วางใจให้แก่ผู้อื่นอีกด้วย ตัวอย่างเช่นเป็นพี่เป็นน้อง เป็นพ่อแม่ลูก เป็นสามีภรรยา เราก็วางตัวให้เหมาะสม พอติดตามนั้น อย่างแรกเลย ก็มีฐานะเป็นลูกศิษย์ที่รักของคุณครู เป็นลูกที่น่ารักของบิดามารดา ถ้าใครมีพี่เราก็มีฐานะเป็นน้องจะเห็นได้ว่า แต่ละคนก็จะมีหลายฐานะในตัวเอง นายสนธยา บุญชูกล่าวว่า เราจะต้องศึกษาว่าในแต่ละฐานะที่เราเป็นอยู่มีหน้าที่อะไรบ้าง เมื่อศึกษาแล้วก็ต้อง ปฏิบัติตามหน้าที่นั้นให้สมบูรณ์ถ้าทำได้เช่นนี้เราก็จะเป็นที่รักของคนรอบข้าง แต่ถ้าใครเป็นโจรอยู่ก็ไม่ได้หมายความว่า จะต้องวางตัวให้สมกับที่เป็นโจร อันนี้ไม่ถือว่าเป็นสมานัตตตา เพราะสมานัตตตตายังหมายรวมถึงการทำตนให้สมกับที่เป็นคนก็คือ การปฏิบัติตนให้เป็นคนดีที่โลกต้องการ นอกจากนี้เราจะต้องทำตนให้เสมอต้นเสมอปลายด้วยคือ เราเคยวางตัวกับคนอื่นในทางที่ดียังไง เราก็ยังคงปฏิบัติอย่าง

^๑ สัมภาษณ์นางจิราภรณ์ สุขไทย, ผู้จัดการฝ่ายบุคคล ห้างสรรพสินค้าโรบินสันขอนแก่น, ๒๕ มกราคม ๒๕๖๒.

นั้นไม่เปลี่ยนแม้ว่าเราจะได้ดีได้ดีแล้ว เราก็ไม่ลืมตัว หรือว่าเมื่อเราเห็นคนอื่นเขาได้ดี เราก็แสดงออกให้เขารับรู้ว่ามีคามยินดีกับเขาอย่างจริงใจ ไม่คิดกลั่นแกล้งใส่ร้ายป้ายสีเขา ถ้าใครทำได้อย่างนี้รับรองว่า ไม่ว่าจะย่างเท้าไปถึงไหนก็จะเป็นที่รักไปถึงนั้น จะเห็นได้ว่า สังคหวัตถุ ๔ เป็นธรรมะที่สำคัญมากเป็นวิธีการครองใจคนชั้นเยี่ยม คุณธรรม ๔ อย่างนี้มีในผู้โดยยอมทำให้ผู้นั้นน่ารักใคร่นำเคารพนับถือ และนำเคารพบูชาสามารถเป็นผู้นำปกครองคนได้ กล่าวคือ คนเราเมื่อมีจิตใจเอื้อเพื่อเผื่อแผ่ ไม่เห็นแก่ตัว รู้จักเสียสละรู้จักช่วยเหลือเกื้อกูลผู้อื่น ทั้งด้วยสิ่งของและให้คำแนะนำสั่งสอนจะพูดจาสิ่งใดก็พูดจาแต่คำสุภาพอ่อนหวานสมานสามัคคี รู้จักบำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมยึดเอาประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง วางตนเสมอต้นเสมอปลาย ไม่แสดงอาการขึ้นลงตามกระแสโลกร่วมทุกข์ร่วมสุขกับคนทั่วไป^๒ ทำได้อย่างนี้ย่อมจะทำให้คนอื่นนิยมนับถือเชื่อถือถ้อยคำที่พูดด้วยเหตุผลสังคหวัตถุ ๔ ประการดังกล่าวมาแล้ว อำนวยประโยชน์ที่มองเห็นได้เป็นรูปธรรมดังต่อไปนี้

๑. ช่วยให้ผู้บุคคลดำรงตนอยู่ได้ในสังคมด้วยความสุข
๒. เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวน้ำใจสมานไมตรีระหว่างกัน
๓. เป็นเครื่องส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้มีความเคารพนับถือกันตามสมควรแก่ฐานะ
๔. เป็นเครื่องประสานองค์ประกอบต่าง ๆ ของสังคมให้คงรูปอยู่ และดำเนินไปด้วยดี
๕. ช่วยส่งเสริมศีลธรรม และป้องกันความประพฤติเสื่อมเสียในสังคมแนว

ในเรื่องการปฏิบัติต่อผู้อื่นในทางที่ดี สิ่งเหล่านี้จัดเป็นการสร้างสิ่งแวดล้อมหรือบรรยากาศทางจิตวิทยาที่ดีในที่ชุมชน ให้ประชาชนในสังคมมีความโอบอ้อมอารี มีวจีไพเราะ มีการสงเคราะห์ ชุมชน และมีการวางตนเองให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ซึ่งจะเป็นแรงกระตุ้นการสนองตอบที่ดีจากอีกฝ่ายหนึ่ง ช่วยให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อกันมากขึ้นในทุกหน่วยงาน หรือประชาชนในชุมชนเทศบาลนครขอนแก่น หลักปฏิบัติดังกล่าวนี้ เมื่อพิจารณาให้ดีจะเห็นได้ว่าตรงกับหลักสังคหวัตถุในคำสอนของพระพุทธศาสนา ซึ่งเป็นหลักธรรม ๔ ประการที่ใช้ปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน พระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงแสดงสังคหวัตถุธรรม ๔ ให้พุทธบริษัทยึดปฏิบัติเพื่อฝึกตนให้เป็นคนน่ารัก นำเข้าใกล้ มีศิลปะในการครองใจคนสังคหวัตถุธรรมนี้ ถือว่าเป็นพุทธวิธีในการครองใจคนชั้นเยี่ยม คุณธรรม ๔ ประการนี้ ยังเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้อื่นไว้ได้ และช่วยสร้างความสมัครสมานสามัคคีให้เกิดขึ้นเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มเพื่อให้ลูกค้าสามารถมาซื้อสินค้าที่หลากหลายขึ้นเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า โดยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการโดยอาจจะมีการเพิ่มส่วนผสมของร้านค้าด้านของการบริการมากขึ้น

^๒ สัมภาษณ์นางสนธยา บุญชูทองและนายชูศักดิ์ ศรีประเสริฐ, กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น, ๒๙ มกราคม ๒๕๖๒.

๔.๑.๒ อธิบาท ๔

เป็นหลักธรรมที่มุ่งสู่ความสำเร็จในงานโดยผู้บริหาร มีความมุ่งมั่น หรือปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

๑. ฉันทะ (ความพอใจ) คือความต้องการที่จะทำให้ ใจรักจะทำสิ่งนั้นเสมอและปรารถนาจะทำให้เกิดผลดียิ่งๆไป

๒. วิริยะ (ความเพียร) คือขยันหมั่นประกอบสิ่งนั้นด้วยความพยายามเข้มแข็งอดทนไม่ท้อถอย

๓. จิตตะ (ความคิด) คือตั้งจิตรับรู้ในสิ่งที่ทำและทำสิ่งนั้นด้วยความคิดเอาจิตปักไฟไม่ปล่อยให้ฟุ้งซ่านเคลื่อนลอยไป

๔. วิมังสา (ความไตร่ตรองหรือทบทวน) คือหมั่นใช้ปัญญาพิจารณาใคร่ครวญตรวจหาเหตุผลและตรวจสอบข้อยิ่งหย่อนในสิ่งที่ทำนั้น

๔.๑.๓ สัมปยุตธรรม ๗

การที่ผู้บริหารจะเป็นผู้นำ ที่มีความรู้และเป็นที่น่าเชื่อถือของผู้ใต้บังคับบัญชา และจะต้องเป็นคนดี คนเก่ง และมีคุณธรรม

๑. ธรรมัญญุ เป็นผู้รู้ธรรม

๒. อุตัญญุ เป็นผู้รู้ความหมายแห่งภาษิต กล่าวคือเป็นผู้รู้จุดมุ่งหมายและรู้จักตนว่าผลที่เกิดจากการกระทำมีประโยชน์และตรงตามเป้าหมายที่ตั้งมั่นไว้

๓. อัตตัญญุ เป็นผู้รู้จักตนว่ามีศรัทธาศิล สุตตะ จาคะปัญญา

๔. มัตตัญญุ เป็นผู้รู้ประมาณในการรับปัจจัย ๔ กล่าวคือเป็นผู้รู้จักความพอดีตามหลักแห่งมัชฌิมาปฏิปทาและหลักสันโดษ

๕. กาลัญญุ เป็นผู้รู้จักเวลาอันเหมาะสมที่จะประกอบกิจการงานต่างๆอย่างถูกต้อง

๖. ปริสัญญุ เป็นผู้รู้จักวิถีเข้าหาประชุมชน กล่าวคือเป็นผู้รู้จักชุมชนหรือสังคมอย่างถูกต้องและ เข้าใจวิธีการปฏิบัติอย่างถูกต้องในชุมชนหรือสังคมนั้น

๗. ปุคคลปโรปรัญญุ เป็นผู้รู้จักเลือกคบหาคนดี

๔.๒. การบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน

เนื่องจากลักษณะการดำเนินธุรกิจของห้างสรรพสินค้ามีด้วยกัน ๓ ประเภท คือ ๑) การขายสินค้า ๒) การให้บริการและ ๓) การแสวงหากำไร

โดยการขายสินค้านั้นห้างสรรพสินค้าจะต้องขายสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค

ส่วนการให้บริการของห้างสรรพสินค้านั้น ใช้หลักการบริหารด้วยกัน ๕ ประการคือ

๑. หลักการสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่
๒. หลักความสม่ำเสมอ
๓. หลักความเสมอภาค
๔. หลักความประหยัด
๕. หลักความสะอาด

ในด้านการแสวงหากำไรของห้างสรรพสินค้าคือการมีกำไรในระดับที่เหมาะสมโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตาม ISO ๒๖๐๐๐ ได้กำหนดองค์ประกอบไว้ด้วยกัน ๗ ประการ คือ

๑. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
๒. คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน
๓. ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน
๔. การดูแลสิ่งแวดล้อม
๕. การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม
๖. ใส่ใจต่อผู้บริโภค
๗. การแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน

ในด้านการดำเนินธุรกิจของห้างสรรพสินค้า ให้ประสบความสำเร็จ ใช้หลักการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจและแบบของผู้ผู้นำ

กลยุทธ์ธุรกิจ

๑. กลยุทธ์ระดับบริษัท จากการสัมภาษณ์ นายทศ จิราธิวัฒน์ กล่าวว่ากลยุทธ์ระดับบริษัทคือการจัดระบบการจัดการให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น^๓ โดยเมื่อมีการ จัดเตรียมความพร้อมในเรื่องคนและการจัดการแล้วขยายสาขาให้ได้ทั่วทุกภูมิภาค จะขยายสาขาห้างสรรพสินค้าเข้าสู่ประชาคมโดยนำจุดแข็งของแบรนด์เป็นจุดแข็งในการขยาย ไปทั่วภูมิภาคและอาเซียน เช่น เวียดนาม สิงคโปร์ พม่า^๔ สัมภาษณ์ นางโฉมสุตา วโนทยาโรจน์ บริษัทในเครือมีหลาย

^๓ สัมภาษณ์ นายทศ จิราธิวัฒน์ ประธานกรรมการบริหารบริษัทกลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น ๒๒ มกราคม ๒๕๖๒

^๔ สัมภาษณ์นายันทติภัทร์ แก้วย้อย ผู้จัดการห้างสรรพสินค้าแฟรี่พลาซ่าขอนแก่น ๑๘ มกราคม ๒๕๖๒

ธุรกิจ ถ้าสามารถรวมกันได้จะสามารถเพิ่มจุดขายได้^๕ นางจิราภรณ์ สุขไทย กล่าวว่า การจัดให้มีอาคารห้องที่เป็นคอนโด อยู่ร่วมกับห้างสรรพสินค้า^๖

๒. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ กลยุทธ์ระดับธุรกิจคือการสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคในเรื่องของการบริการเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ใช้การสร้างสัมพันธ์มิตร โดยการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อสังคมในระยะยาวซึ่งถือเป็นความภาคภูมิใจของผู้บริการที่มีโอกาสในผลกำไร ส่งสังคมและได้ช่วยเหลือสังคม

๓. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ จากการสัมภาษณ์ นางรัชณี ศรีมนตรี กล่าวว่ากลยุทธ์ระดับหน้าที่คือพยายามเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้นเช่นการขยายสาขาให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้นเพราะห้างสรรพสินค้ามีความเข้มแข็งโดยมีสัมพันธ์มิตรมากขึ้นทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำตลาด เน้นการพัฒนาห้างสรรพสินค้าให้มีศักยภาพมากขึ้น^๗ คุณสนธยา บุญชูทอง กล่าวว่า การสร้างมาตรฐานให้มีศักยภาพที่สูงขึ้นโดยการกำหนดงานเพื่อกำหนดแนวทางการทำงานระยะสั้น ๑-๒ ปี และระยะยาว ๓-๕ ปี^๘ คุณทัตยา สาลาด กล่าวว่า มีการกำหนดยุทธศาสตร์ ไว้ทุกปีและมีการทำ kit^๙ ร่วมเย็น กล่าวว่า เพื่อวัดผลการทำงานทุกไตรมาส หากไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้จะมีการปรับเปลี่ยนแผนในบางรายการเพื่อให้สามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานให้ได้ตามแผนที่วางไว้^{๑๐} โดยกลยุทธ์ระดับหน้าที่นี้ห้างสรรพสินค้า มีขายทั้ง ค่าปลีกและค่าส่ง รวมถึงการจราจรที่สะดวก นอกจากนี้ยังมีสินค้าที่เหมาะสมคุณภาพดี โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เน้นการเข้าถึงลูกค้ามากที่สุด นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ และการทำโฆษณาเน้นให้ลูกค้าพอใจ บางสินค้ามีการส่งเสริมการตลาด เช่น ลด แลก แจกแถม เป็นต้น

นอกจากนี้ยังทำ ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relation) กับลูกค้าหรือร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้าคือมีการสำรวจความคิดเห็นของผู้เช่าก่อนที่จะมีการทำแผนปรับอัตราค่าเช่า และมีการจัด Lunch Meeting กับร้านค้าพันธมิตรต่างๆ ภายในห้างสรรพสินค้า เพื่อรับฟังความคิดเห็นของร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการพบปะร้านค้า อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อดูแลเรื่องการอำนวยความสะดวกของการให้บริการร้านค้า มีการแจกของพรีเมียม เพื่อสร้างสัมพันธ์อันดี รวมไปถึงมีการจัดงานเพื่อขอบคุณลูกค้าและนำเสนอแผนการตลาดอย่างเป็นรูปธรรม

^๕ สัมภาษณ์ นางโฉมสุตา วโนทยาโรจน์ กรรมการผู้จัดการห้างสรรพสินค้าแฟรี่พลาซ่าขอนแก่น ๑๕ มกราคม ๒๕๖๒

^๖ สัมภาษณ์นางจิราภรณ์ สุขไทย ผู้จัดการฝ่ายบุคคลห้างสรรพสินค้าโรบินสันขอนแก่น ๒๕ มกราคม ๒๕๖๒

^๗ สัมภาษณ์รัชณี ศรีมนตรี. ผู้จัดการฝ่ายบุคคล. บ.บี.ซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด สาขาขอนแก่น. ๑๘ มกราคม ๒๕๖๒.

^๘ สัมภาษณ์สนธยา บุญชูทอง. กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น. ๒๙ มกราคม ๒๕๖๒.

^๙ สัมภาษณ์ทัตยา สาลาด. กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น. ๒๕ มกราคม ๒๕๖๒.

^{๑๐} สัมภาษณ์นายสหัสขันธ์ รมโพธิ์เย็น. ผู้จัดการบริษัท บ.บี.ซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด สาขาขอนแก่น. ๓๐ มกราคม ๒๕๖๒.

สำหรับลูกค้าการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นมาก ห้างสรรพสินค้าจึงจำเป็นต้องทำแผน การสื่อสารการตลาดครบวงจร (Communication : IMC) มีการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง เช่นการส่งเสริมการขายมีงานมหกรรมสินค้าที่น่าสนใจ เนื่องจากมีการจัดการลดราคาของสินค้า และมีการแสดงสินค้าต่างๆ มากมาย รวมไปถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างครบถ้วนจากแบรนด์สินค้าและร้านค้า รวมไปถึงการชิงโชค เพื่อแจกของรางวัลและของแถมอื่นๆ มากมาย รวมไปถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ให้ความรู้แก่ลูกค้า โดยร่วมกับเจ้าของแบรนด์เพื่อโชว์สินค้าใหม่ๆ และนวัตกรรมใหม่ๆ ให้ทุกคนได้รู้จัก ก่อนที่จะมีการเปิดขาย การจัดกิจกรรม การร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเป็นการส่งเสริมให้เยาวชนได้ทำกิจกรรมต่างๆ

การเพิ่มยอดขายใช้การตลาดนำให้ลูกค้ารับรู้ข่าวสารของห้างสรรพสินค้า โฆษณาประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และการจัดกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรและหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายและได้รับสินค้าในราคาที่เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการใหม่ นอกจากนี้ยังมีการทำ Member Card โดยจัดหาสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้ามากที่สุด ซึ่งทางห้างสรรพสินค้าไม่สามารถทำได้โดยลำพังต้องสร้างความร่วมมือเพื่อให้เกิดความสมดุลและเกิดสิทธิประโยชน์ระหว่างร้านค้า ลูกค้าและห้างสรรพสินค้าอย่างสูงสุด

การออกแบบร้านค้าและการจัดวางสินค้า บรรยากาศในร้านค้า เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้าที่จะอยู่ในใจผู้บริโภค มีการจัดลักษณะทางกายภาพของห้างสรรพสินค้าให้มีความสวยงาม ง่ายต่อการเข้าเลือกซื้อสินค้า ซึ่งประกอบด้วยการมีสถาปัตยกรรมโครงสร้างแผนผังการจัดวางสินค้า ป้าย แสง สี เสียงและอุณหภูมิของห้างสรรพสินค้าที่เหมาะสม มีการออกแบบร้านค้าและการจัดวางสินค้าภายในร้านให้มีบรรยากาศภายในร้านน่าสนใจและเป็นที่ยึดจุดให้ลูกค้าอยากเดินเข้ามาใช้บริการ ความสวยงาม ความสะอาดและการออกแบบตกแต่งร้านที่ลงตัวเป็นสิ่งที่ห้างสรรพสินค้าให้ความสำคัญ ซึ่งห้างสรรพสินค้าต้องพึงหมั่นหากรนั้กออกแบบที่สามารถออกแบบแผนผังของร้าน การจัดวาง รูปแบบและแนวความคิดการตกแต่งที่ทันสมัยและเหมาะสมต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแนวคิดหรือการสร้างธีมของห้างสรรพสินค้า การส่งเสริมให้ร้านค้าเลือกสี อุปกรณ์ตกแต่งหรือแสงสว่างภายในให้มีความแตกต่าง แปลกใหม่ และสะดวก ล้วนสามารถสร้างความน่าสนใจให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี พร้อมกันนั้นการมุ่งสร้างบรรยากาศของร้านค้าในห้างสรรพสินค้าด้วยสีกลิ่นตามแนวคิด แสงไฟ แสง สี ก็จะสามารถเป็นองค์ประกอบเพื่อเพิ่มอารมณ์ความรู้สึก และประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับในระหว่างการเข้ามาใช้บริการ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าจะเกิดความรู้สึกประทับใจโดยที่ยังไม่ได้เริ่มซื้อสินค้าด้วยการสั่ง นอกจากนี้การจัดแสดงและการจัดวางสินค้าชั้น ยังมีการจัดหมวดหมู่ของสินค้าอย่างชัดเจนและลงตัว ทำให้ลูกค้าสะดวกในการเดินเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น

ด้านกลุ่มผู้ใช้บริการของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอันเป็นเครื่องหนุนเหนี่ยวให้เกิดความร่วมมือกันได้ ลูกค้าเป็นผู้ที่จะบอกได้ว่าบริการนั้นๆ มีประสิทธิภาพดีแล้วหรือไม่ ถึงแม้ผู้ใช้บริการจะทำการ จัดเตรียมและให้บริการอย่างเต็มความสามารถแล้ว แต่หากลูกค้ายังไม่พอใจกับการบริการนั้น ก็แสดงว่า การบริการนั้นยังไม่

ดีพอและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้น ความรู้สึกของลูกค้า ภายหลังจากรับบริการแล้ว จะเป็นตัวบ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการ ตามหลักสังคหวัตถุ ๔ คือ สิ่งที่เป็นเครื่องสังเคราะห์และยึดเหนี่ยวน้ำใจซึ่งกันและกัน ห้างได้ให้บริการแก่ลูกค้า ผู้รับบริการมีความพอใจ (ทาน) ดร.เอมอร จันทนตรี เป็นการแบ่งปันวัตถุประสงค์ของ รวมถึงอุปสรรคในการทำงานหรือเอกสารที่ใช้ในการทำงาน เช่น หากเพื่อนร่วมงานขาดเหลืออุปกรณ์สิ่งของ ก็นำมาแบ่งปันกันใช้ ๑. เกิดความไม่พึงพอใจ ๒. เกิดความพึงพอใจ ๓. เกิดความประทับใจ ๔. เกิดความจงรักภักดีต่อธุรกิจ ความจงรักภักดีเป็นผลสะท้อนถึงความพอใจอย่างที่สุดของลูกค้า ซึ่งมักเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับ ความพอใจอย่างต่อเนื่อง^{๑๑} การเริ่มต้นด้วยการแบ่งปันวัตถุประสงค์ของภายนอก จะช่วยสร้างนิสัยให้บุคลากรในหน่วยงานมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกัน มีการให้และรับ การศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า จะทำให้เราทราบว่าควรพิจารณาที่ปัจจัย ไต่บ้างเพื่อจะนำไปพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข และหาทางป้องกันปัญหาที่จะกระทบต่อความพึงพอใจของ ลูกค้าที่อาจเกิดขึ้นได้ และในทางกลับกันพยายามเพิ่มความพอใจสูงสุด^{๑๒} นางสาวอัญดา ตาเสาร์ กล่าวว่าการนอกเหนือจากการแบ่งปันเรื่องของความรู้ ประสบการณ์ อันเป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน แล้ว การแบ่งปันเอกสารต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำงานก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให่วงจรของความรู้มีการขับเคลื่อน นางสาวมาริสา ไสวงาม ทานเป็นการแบ่งปันความรู้ที่เป็นความรู้ที่ชัดเจนด้วยหรือเทียบเท่ากับการแบ่งปันสิ่งของก็ว่าได้ คุณภาพการบริการเป็นความคาดหวังพื้นฐานของลูกค้าว่าธุรกิจนั้นจะสามารถ ตอบสนองความต้องการของตนได้ ซึ่งลูกค้าอาจจะใช้เกณฑ์การวัดคุณภาพจากสิ่งที่มองเห็น การ ตอบสนอง การรับประกัน ความน่าเชื่อถือ ความเอาใจใส่ หากต่ำกว่าเกณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้า ก็จะมองหาบริการจากคู่แข่งของธุรกิจ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการครั้งต่อไป^{๑๓} พนักงานของห้างใช้คำพูดและแสดงสีหน้าเมื่อลูกค้ามาใช้บริการและผลของปฏิบัตินั้นต่อลูกค้า (ปิยวาจา) นางสาวสุภาภรณ์ เทนอิสสระ กล่าวว่า ปิยวาจา เป็นการแบ่งปันคำพูดดีๆ คำพูดที่ไพเราะ พูดในสิ่งที่เป็นประโยชน์เหมาะกับกาลเทศะ พูดให้กำลังใจกัน ลูกค้าทุกคนคาดหวังว่าได้รับการบริการที่มีคุณภาพเหมาะสมกับมูลค่าของเงินที่จ่ายไป เมื่อเปรียบเทียบราคาและบริการแล้วพบว่าเหมาะสม ลูกค้าก็จะเกิดการยอมรับ แต่ถ้าพบว่าไม่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ามีบริการรูปแบบเดียวกันให้เปรียบเทียบ ลูกค้าก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ดังนั้น การตั้งราคาต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับคุณภาพการบริการ ความคาดหวังของลูกค้า^{๑๔} ซึ่งในมุมมองของผู้เขียนเห็นว่า “ปิยวาจา” มีความสำคัญ มากต่อการจัดการความรู้ในองค์กรเพราะ การจะนำเครื่องมือต่างๆ มาใช้ในกระบวนการจัดการ ความรู้ เพื่อที่จะดึงความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน ออกมาแลกเปลี่ยนกันนั้นต้องใช้ลักษณะของการ “พูดแลกเปลี่ยนกัน” เป็นหลัก พนักงานของห้างได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการใช้บริการของห้าง เช่น ประเภทสินค้า ประโยชน์ (อัตถจริยา) นางสาวมาริสา ไสวงาม กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้ การให้ความช่วยเหลือในสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น สภาพเศรษฐกิจ ข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ การบอกต่อของคนใกล้ชิด คู่แข่งชั้นรายใหม่ และ

^{๑๑} สัมภาษณ์ ดร.เอมอร จันทนตรี, ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า, ๒๑ มกราคม ๒๕๖๒.

^{๑๒} สัมภาษณ์นางสาวอัญดา ตาเสาร์, ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า, ๓๐ มกราคม ๒๕๖๒.

^{๑๓} สัมภาษณ์นางสาวมาริสา ไสวงาม, ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า, ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒.

^{๑๔} สัมภาษณ์นางสาวสุภาภรณ์ เทนอิสสระ, ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า, ๑๔ มกราคม ๒๕๖๒.

การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในแง่บวกและแง่ลบ^{๑๕} นายอินตอง ชัยประโคน กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ที่เป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน เป็นสิ่งที่ทำได้ยากกว่าการแบ่งปันความรู้ที่ชัดเจน ทักษะคติของลูกค้า ความต้องการที่ละเอียดอ่อน ความคาดหวังผลที่จะได้รับจากการใช้ บริการอาจมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ความเข้าใจต่อบริการ และอารมณ์ในขณะที่รับบริการ จะมี ส่วนในการประเมินคุณภาพการบริการให้ดีกว่าหรือต่ำกว่าความเป็นจริงได้^{๑๖} นางสาวรสสุคนธ์ วงศ์อินตา กล่าวว่า หากองค์กรใดสามารถปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรมี “อัตถจริยา” ก็ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไปที่จะทำให้คนในองค์กรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในด้านการบริการและอารมณ์ในขณะที่ให้บริการ ดร. สำอางค์ จันทนตรี กล่าวว่า รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานสามารถส่งผลกระทบต่อ การสร้างความพึงพอใจใน ลูกค้า ขณะรับบริการเช่นกัน^{๑๗} เจ้าของบริษัทหรือผู้บริหารควรคัดเลือกพนักงานอย่างรอบคอบ มีการวัด ทักษะคติของผู้ให้บริการ สอบถามประวัติครอบครัว ได้ถามสารทุกข์ สุขดิบของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะทราบได้ว่าพนักงานมีจิตใจและความพร้อมที่จะให้บริการหรือไม่^{๑๘} นางสาวพันทิวา ทับภูมิ กล่าวว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน เพราะเมื่อเพื่อนร่วมงานขาดความรู้ในเรื่องใด หรือต้องการแลกเปลี่ยนความรู้ในเรื่องใด ผู้ที่มีความรู้ก็จะแบ่งปันให้โดยไม่หวังความรู้ หรือถ้าไม่ได้ขาดความรู้ แต่ขาดกำลังคน เพื่อนคนอื่น ๆ ก็ยินดีที่จะเข้าไปช่วยให้งานสำเร็จ หรืออาจเรียกได้ว่า ทำให้พนักงานในองค์กรเป็นกัลยาณมิตรซึ่งกันและกัน การใช้สินค้าที่ดีควบคู่กับการบริการจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น เช่น ร้านอาหารเลือกใช้วัตถุดิบที่ดีมาปรุงอาหาร หรืออยู่ซ่อมรถใช้อะไหล่ที่ได้มาตรฐาน เป็นต้น เมื่อลูกค้ามา ใช้บริการแล้วก็จะเกิดความประทับใจ^{๑๙} พนักงานให้การต้อนรับด้วยความสะอาดแก่ลูกค้าทุกครั้งที่มาใช้บริการเสมอต้นเสมอปลายและมีผลต่อการทำให้อยากมาใช้บริการ (สมานัตตตา) นางสาวสาธิตา ไสวงาม กล่าวว่า การมีความประพฤติเสมอต้นเสมอปลาย การเป็นผู้มีความสม่ำเสมอ จริ่งใจต่อกันความเสมอต้นเสมอปลายจะช่วยให้เกิดความรู้สึกลดอคติภัย ไม่ระแวงกัน^{๒๐} นางสาวกิตติกานต์ สิทธิธรรมา กล่าวว่า การสร้างความไว้วางใจกัน เชื่อใจกัน เพราะถ้าคนในองค์กรไม่มีความไว้วางใจกัน หรือไม่เชื่อใจกัน พนักงานก็จะไม่อยากรนำความรู้ประสบการณ์ เทคนิคในการทำงานต่าง ๆ มาแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน จึงถือได้ว่า “สมานัตตตา” เป็นแรงกระตุ้นในระยะยาวที่จะผลักดันให้คนในองค์กรเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ๑. คุณภาพที่ลูกค้าต้องการจากการให้บริการ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดประสิทธิภาพของการ บริการในปัจจุบัน และสามารถนำไปปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น ๒. คุณภาพใหม่ที่ลูกค้าให้ความสนใจ เพื่อนำไปขยายธุรกิจในอนาคต ๓. คุณภาพของคู่แข่งที่ลูกค้าเห็นว่าเหนือกว่า เป็นการบ่งบอกถึงจุดด้อยของธุรกิจและนำไป ปรับปรุงเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและดึงลูกค้ากลุ่มใหม่ ๔. ขั้นตอน

^{๑๕} สัมภาษณ์นางสาวสาธิตา ไสวงาม, ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า, ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒.

^{๑๖} สัมภาษณ์นายอินตอง ชัยประโคน, ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า, ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒.

^{๑๗} สัมภาษณ์ ดร.สำอางค์ จันทนตรี, ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า, ๑๑ มกราคม ๒๕๖๒.

^{๑๘} สัมภาษณ์นางสาวรสสุคนธ์ วงศ์อินตา, ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า, ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒.

^{๑๙} สัมภาษณ์นางสาวพันทิวา ทับภูมิ, ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า, ๓๑ มกราคม ๒๕๖๒.

^{๒๐} สัมภาษณ์นางสาวสาธิตา ไสวงาม, ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า, ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒.

การตัดสินใจของลูกค้า เพื่อเข้าใจกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ทำให้เจ้าของ ธุรกิจสามารถหาวิธีตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการในแต่ละขั้นตอนได้อย่างเหมาะสม ๕. ศึกษาค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องจ่ายไปกับการใช้บริการ และใช้เป็นแนวทางการควบคุมค่าใช้จ่าย ที่เป็นต้นทุนของลูกค้าให้เหมาะสม ๖. สิ่งที่จะเป็นประโยชน์และเป็นไปในทางพัฒนาลูกค้า เช่น ลูกค้าได้รับการจัดแต่งทรงผมอย่างดี ทำให้มีบุคลิกภาพที่โดดเด่นสวยงาม มีคนชมภายหลังจากใช้บริการในร้านทำผม หรือคนไข้ได้รับ การดูแลรักษาอาการเจ็บป่วยอย่างดี และมีการติดตามผลการรักษาจากโรงพยาบาล จนหายเจ็บป่วย เป็นต้น ๗. ศึกษาเป้าหมายของลูกค้าในอนาคต เพื่อวางแผนในการพัฒนาการบริการและเสนอสิ่งที่ ลูกค้าต้องการในอนาคต^{๒๑}

แบบของผู้นำ

จากการสัมภาษณ์ผู้บริการสินค้าทั้ง ๓ แห่ง พบว่าแบบผู้นำที่ทั้ง ๓ แห่ง ใช้นั้นเป็นแบบของผู้นำที่มุ่งงานและมุ่งคน โดยให้ความสำคัญกับผู้นำที่มุ่งคน เพราะบรรดาทรัพยากรทั้งหมดที่องค์กรมีอยู่นั้น คนที่เป็นทรัพยากรที่มีค่าและสำคัญที่สุด โดยให้การพัฒนาคนหรือฝึกฝนคนให้มีความขยันขันแข็ง และมีความรับผิดชอบในการทำงาน ผู้นำเอาใจใส่ดูแลความสัมพันธ์ที่ตระหว่างผู้นำและผู้ใต้บังคับบัญชาสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน

๔.๓ รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

เถรวาทในสังคมไทยปัจจุบัน

รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนานั้น เนื่องจาก ปัญหาที่ห้างสรรพสินค้าต้องเผชิญและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ปัญหาการพัฒนาคนให้มีความสามารถสูงขึ้นและมีความสามารถในการแข่งขันการจัดการระบบ การจัดระบบในการทำงานก็ ต้องเพิ่มประสิทธิภาพให้มีความรวดเร็วทันสมัย คล่องตัว กระชับ พร้อมเข้าสู่การแข่งขันในอนาคตที่ต้องแข่งขันมากขึ้น โดยยึดหลักความรับผิดชอบต่อ ความโปร่งใส ความเสมอภาค การสร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาว และส่งเสริมการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ โดยมีหลักดำเนินธุรกิจดังนี้

๔.๓.๑ รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักพระพุทธศาสนา รูปแบบพุทธธรรมกับการบริหารจัดการตน

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ว่าสำหรับบุคคลผู้จะเป็นผู้นำได้ ไม่ว่าจะเป็นผู้นำรูปแบบใดก็ตาม หลักการที่สำคัญอันดับแรกก็คือ จะต้องมีความสามารถในการบริหารตนเองได้ หากไม่มีความสามารถในการบริหารตนเองได้ ก็ยากที่จะบริหารบุคคลอื่นหรือองค์กรใด ๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากไม่มีใครรู้จักตนเองได้ดีเท่ากับตนเองโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของจิตใจ

^{๒๑} สัมภาษณ์ นางสาวกิตติกานต์ สิทธิธ, ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า, ๓๐ มกราคม ๒๕๖๒.

เพราะฉะนั้น ผู้ปกครองจะต้องมีหลักการด้านการบริหารตนแยกออกเป็น ๒ ด้านด้วยกันคือ ด้านกาย วาจากับด้านจิตใจ ดังนี้

ในด้านกายวาจา ผู้นำจะต้องบริหารตนให้เป็นผู้มีศีล คือรู้จักควบคุมพฤติกรรมทางกาย และวาจาของตนเองให้สุจริต อวิหิงสา คือไม่เบียดเบียนทำร้ายบุคคลอื่น และอวิโรธนะ คือไม่ประพฤตินินทาจากธรรม ส่วนในด้านจิตใจ กล่าวได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญของคนเรา เนื่องจากการที่คนเราจะพูดหรือทำในเรื่องดีหรือชั่วนั้นอยู่ที่จิตใจเป็นสำคัญ เพราะฉะนั้น ผู้นำจะต้องบริหารตนให้มีอาชีวะ คือ มีจิตใจซื่อตรงและจริงใจไม่หลอกลวงประชาชน มัทวะ คือมีจิตใจอ่อนโยนซึ่งจะทำให้แสดงออกมาเป็นผู้มีอัธยาศัยดีไม่เย่อหยิ่ง ตปะ คือไม่ยอมให้กิเลสตัณหาเข้ามาครอบงำจิตใจได้อีกโธระ คือไม่ยอมให้ความโกรธอยู่เหนือจิตใจและขันติ คือมีความอดทนอดกลั้นต่อภารกิจที่ตนต้องรับผิดชอบความทุกข์ยากลำบากทางกายและใจและอดทนต่ออำนาจของอคติคือความลำเอียงต่างๆ ได้

หลักการด้านการบริหารตน จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตนเองสามารถตรวจสอบตนเองได้ โดยการตรวจเรื่องความประพฤติทางกายวาจาและจิตใจ เพื่อจะได้ประพฤติปฏิบัติหรือดำรงตนอยู่ในแนวทางที่ถูกต้องและเหมาะสมในสถานะที่ตนเป็นผู้นำ กล่าวโดยสรุปก็คือสามารถครองตนได้ เมื่อครองตนได้ก็สามารถบริหารคนอื่นได้ ยกตัวอย่างการศึกษาตนเองโดยใช้หลักสัปปุริสธรรม ๗ ดังนี้

๑) เป็นธัมมัญญ เป็นผู้รู้ธรรม อันเป็นคำสอนที่สำคัญ คือ สุตตะ (พระสูตรต่างๆ) เคยยะ (พระสูตรที่ประกอบด้วยคาถา) เวยยาकरणะ (พระอภิธรรมทั้งหมด) คาถา(พระธรรมบท เถรคาถา เถรีคาถา) อุทาน (พระสูตรที่พระพุทธเจ้าทรงเปล่งอุทานด้วยทรงโสมนัส) อิติวุตตกะ (พระสูตร ที่ขึ้นต้นด้วยคำว่า ขอนี้สมจริง ดังคำที่พระพุทธองค์ตรัส) ชาดก(พระสูตรที่แสดงเรื่อง ในอดีตชาติของพระพุทธเจ้า) อัပ္ภุตธรรม (พระสูตรที่ประกอบด้วยอิทธิปาฏิหาริย์) เวทลละ (พระสูตรที่เทวดาและมนุษย์ทั้งหลายถามแล้วได้รับความรู้และถามยิ่งขึ้นไป)

๒) เป็นอัตถัญญ เป็นผู้รู้ความหมายแห่งภาษิต กล่าวคือ เป็นผู้รู้จุดมุ่งหมายและรู้จักผลว่าผลที่เกิดจากการกระทำมีประโยชน์และตรงตามเป้าหมายที่ตั้งมั่นไว้

๓) เป็นอัตตัญญ เป็นผู้รู้จักตนว่ามีศรัทธา ศีล สุตตะ จาคะ ปัญญา และปฏิภาณเท่าใด ตามหลักแห่งอารยวุฒิ ๕

๔) เป็นมัตตัญญ เป็นผู้รู้ประมาณในการรับปัจจัย ๔ กล่าวคือ เป็นผู้รู้จักความพอดี ตามหลักแห่งมัชฌิมาปฏิปทาและหลักสันโดษ

๕) เป็นกาลัญญ เป็นผู้รู้จักเวลาอันเหมาะสมที่จะประกอบกิจการงานต่างๆอย่างถูกต้อง

๖) เป็นปริสัญญ เป็นผู้รู้จักวิธีการเข้าหาประชุมชน กล่าวคือ เป็นผู้รู้จักชุมชนหรือสังคมอย่างถูกต้อง และเข้าใจวิธีการปฏิบัติอย่างถูกต้องในชุมชนหรือสังคมนั้น

๗) เป็นปุคคัลโปปริญญ เป็นผู้รู้จักเลือกคบคนให้ถูกต้อง

ผู้นำที่ดีจะต้องรู้จักเลือกบุคคลผู้เป็นคนดี ผู้เป็นบัณฑิต เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง หมู่คณะและสังคม เพราะการเลือกคบคนไม่ดี หรือคนพาล ย่อมนำมาซึ่งความหายนะแก่ตนเอง หมู่

คณะและสังคม ดังนั้น ผู้นำที่ดีจึงควรพิจารณาวิเคราะห์ในการเลือกคบคนดี เพื่อให้สามารถนำความสุขความเจริญก้าวหน้ามาสู่ตนเอง หมู่คณะและองค์กรได้ตลอดไป

๔.๓.๒ รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักพระพุทธศาสนา รูปแบบพุทธธรรมสำหรับการครองคน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสรุปได้ว่าสำหรับคนกล่าวได้ว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุดในการปกครองไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม เพราะฉะนั้น ผู้ปกครองที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจะต้องรู้จักใช้ทรัพยากรที่มีอยู่คือคนให้เขาสามารถใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่เพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้จนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ในความหมายและความสำคัญของสังคหวัตถุ ๔ คือ หลักธรรม ที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวหัวใจคนและประสานหมู่ชนไว้ให้มีความสามัคคีกันประกอบด้วย

๑. ทาน ให้ปัน คือ ความเอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือสงเคราะห์ด้วยปัจจัยสี่ ทุน หรือ ทรัพย์สิน สิ่งของ ตลอดจนให้ความรู้ ความเข้าใจและศิลปวิทยา

๒. ปิยวาจา พูดอย่างรักกัน คือ กล่าวคำสุภาพ ไพเราะ น่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผล เป็นหลักฐาน ชักจูงในทางที่ดีงามหรือแสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจดี สมานสามัคคี เกิดไมตรีทำให้รักใคร่นับถือและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

๓. อตถจริยา ทำประโยชน์แก่กัน คือ ช่วยเหลือด้วยร่างกายและชวนชววยช่วยเหลือกิจการต่างๆบำเพ็ญประโยชน์ รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหาและช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม

๔. สมานัตตตา เอาตัวเข้าสมาน คือ ทำตัวให้เข้ากับเขาได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลายให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่ำเสมอทั้งต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบและเสมอในสุขทุกข์ คือ ร่วมสุข ร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหาเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน

กล่าวโดยสรุป หลักสังคหวัตถุ ๔ ว่าด้วยการครองคน เป็นธรรมยึดเหนี่ยวใจบุคคลและประสานหมู่ชนไว้สามัคคี มีข้อธรรม ๔ ข้อ ประกอบด้วย ทาน คือ การให้ ปิยวาจา คือ วาจาอันเป็นที่รัก อตถจริยา คือ การประพาสประโยชน์ สมานัตตตา คือ ความมีตนเสมอหรือทำตนเสมอต้นเสมอปลาย ผู้บริหารการศึกษาควรยึดหลักธรรม สังคหวัตถุ ๔ เพื่อการครองคนและประยุกต์ใช้กับทักษะภาวะผู้นำ

๔.๓.๓ รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักพระพุทธศาสนา รูปแบบพุทธธรรมสำหรับการครองงาน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสรุปได้ว่าการครองงาน คือ การรู้จักงานที่ตนเองกำลังทำ และทำงานอย่างมีความสุข รักและชอบในงานที่ตนเองกำลังทำอยู่ โดยใช้ความรู้และปัญญา กล่าวคือ ปัญญา กับความรู้ต่างก็เกื้อกูลต่อกัน รู้จักการค้นหาคำรู้ใหม่มาช่วยพัฒนางานที่ตนเองทำอยู่ให้ดีขึ้นอยู่เสมอ การครองงานโดยใช้หลักธรรมมุ่งมั่นสูงความสำเร็จ คือ การมีใจรัก มีความพากเพียรทำ ตั้งใจฝึกฝน และใช้ปัญญาไตร่ตรอง งานนั้นก็จะสำเร็จ เมื่องานสำเร็จ การทำงานก็จะมีมีความสุข มีความรักในงาน การให้ความรักและความเคารพในงานอาชีพของตน ไม่ดูถูกหรือให้ใครดูหมิ่นในงานของตน มีจริยธรรมในอาชีพ คือการซื่อสัตย์ต่องานในหน้าที่ของตน อิทธิบาทเป็นธรรมที่คอยสกัดกั้น

อุปสรรคต่อความสำเร็จและเป็นแรงเสริมกำลังใจที่คอยผลักดันการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งประโยชน์ของอิทธิบาท ๔ สามารถสรุปได้ ดังนี้

๑) ประโยชน์ของฉันทะ คือเป็นข้าศึกกับความเบื่อหน่าย ทำให้ไม่เบื่องานไม่ท้อแท้มีกำลังใจต่อสู้ป้องกันสร้างสรรค์สิ่งที่ตนรัก ทำให้งานหนักกลายเป็นงานเบา งานยากกลายเป็นง่าย ถ้าขาดฉันทะ ทำให้ขาดกำลังใจ เบื่องาน ทอดทิ้งงาน กลายเป็นคนไม่จับจด ไม่ก้าวหน้า

๒) ประโยชน์ของวิริยะ คือ กำจัดความเกียจคร้าน ทำให้งานต่อเนื่องถ้าขาดวิริยะจะเป็นคนอ่อนแอ หนีที่ยากไปหาแต่ที่ง่าย ทำอะไรไม่สำเร็จ ขาดความก้าวหน้ามีแต่งานค้างกลายเป็นคนหย่อนสมรรถภาพ

๓) ประโยชน์ของจิตตะ คือทำให้ทราบความเป็นไปของงานอยู่เสมอ เมื่อมีปัญหาสามารถแก้ไขเหตุการณ์ได้ทันที่ว่างที่ ถ้าขาดจิตตะ งานอาจเสียหายได้โดยไม่รู้ตัวหรือรู้ตัวเมื่อสายเกินแก้ไขแล้ว

๔) ประโยชน์ของวิมังสา คือ ช่วยให้ทำงานไม่ผิดพลาดและทำให้มองเห็นลู่ทางที่จะทำงานให้ได้ผลดี ถ้าขาดวิมังสาจะทำงานผิด ๆ ถูก ๆ เปลืองทุน เปลืองแรง เปลืองเวลาและทำให้โง่เขลา

การครองตน ครองคน ครองงาน เป็นศิลปะการทำงานให้มีความสุข บุคคลใดใช้หลักการตามที่กล่าวมาก็จะมีความสำเร็จในการทำงาน ฉะนั้น การครองตนก็คือการรู้จักตนเอง การครองคนคือการรู้จักผู้อื่น ส่วนการครองงานคือการมีสมาธิในการทำงาน อย่าหนีปัญหา แก้ปัญหาให้ถูกต้องและตัวเองก็มีความสุขกับการทำงาน คนก็จะมีความสุข

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักพระพุทธศาสนานั้นเนื่องจากปัญหาที่ห้างสรรพสินค้าต้องเผชิญและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจปัญหาเรื่องของการพัฒนาคนให้มีความสามารถสูงขึ้น และมีความสามารถในการแข่งขันการจัดการระบบ การจัดระบบในการทำงานที่ต้องเพิ่มประสิทธิภาพให้มีความรวดเร็ว ทันสมัย คล่องตัว กระชับ พร้อมทั้งจะเข้าสู่การแข่งขันในอนาคตที่ต้องแข่งขันมากขึ้น

๑. ความสำคัญต่อธุรกิจ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ ก่อให้เกิดรายได้มากขึ้น มีรายได้ต่อเนื่อง เพราะลูกค้าได้รับความประทับใจและมีแนวโน้มที่จะซื้อบริการ หรือสินค้าอื่น ๆ ที่ทางบริษัทจะนำเสนอขายในอนาคต สามารถขยายจำนวนลูกค้า เพราะลูกค้าที่เกิดความประทับใจจะบอกต่อความพอใจ ให้คนอื่นทราบ ถือเป็น การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก (word of mouth communication) มีภาพลักษณ์ชื่อเสียงที่ดี เนื่องจากสร้างความแตกต่างให้ธุรกิจ มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน เพราะการให้บริการจะลอกเลียนแบบได้ยากกว่าการขายสินค้า

๒. ความสำคัญต่อลูกค้า ได้รับความพึงพอใจและมีความสุขมากขึ้นจากการรับบริการ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทำให้สามารถประหยัดเวลาให้แก่ลูกค้า ไม่ต้องเสียเวลาทำในสิ่ง

ที่ต้นไม้อัด ลดต้นทุนในการแสวงหาธุรกิจรายใหม่ ไม่ต้องเสียเวลาและเงินในการศึกษาข้อมูล ตลอดจนลดความเสี่ยงที่เกิดจากความไม่รู้และคุ้นเคยกับผู้ให้บริการรายใหม่

การบริการในอนาคต แนวโน้มของธุรกิจบริการในอนาคตจะมีการพึ่งพาแรงงานคนน้อยลง เนื่องจากค่าใช้จ่าย ในการฝึกอบรมและจ้างบุคลากรจะมีอัตราสูงกว่าการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนข้อจำกัด ในการควบคุมมาตรฐานการบริการให้คงที่ นอกจากนี้ ยังมีบริษัทที่เปิดให้บริการเฉพาะด้าน ทำให้ เจ้าของกิจการสามารถใช้บริการจ้างบุคลากรเพื่อทำหน้าที่ในส่วนที่พนักงานของตนเองไม่มีความ ชำนาญได้ (outsourcing) เช่น การใช้บริการรักษาความปลอดภัย บริการทำความสะอาด ฯลฯ ซึ่ง ได้ผลดี มีประสิทธิภาพสูงกว่าด้วย

การบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแค่การผลิตและจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ไม่มีการเอาเปรียบกัน และไม่ใช้ชีวิตอย่างฟุ่มเฟือยเกินฐานะของตนสัมมาอาชีวะคือการบูรณาการทั้งสองสิ่งไว้ในวิธีการทำงานบริษัท สัมมาชีพมีความเชื่อที่แรงกล้าว่าการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องสร้างคุณภาพของกายและจิตและยังประกอบด้วยสังคหวัตถุ ๔ คือ ในเชิงการตลาดโดยทั่วไปแล้ว เข้าใจกันว่าการให้เป็นกิจวัตรที่ตรงกันข้ามกับการขาย เพื่อหวังผลกำไร แต่ความจริงแล้วสามารถประยุกต์ให้เกิดความเหมาะสมได้ การไม่ค้ากำไรเกินควร ผลิตสินค้าที่ดีจำหน่ายแก่ผู้บริโภค เป็นต้น

แนวคิดการบริหารธุรกิจสภาพการการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าโดยเน้นสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมาก โดยมีหลักการคือหลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หลักความสม่ำเสมอ

รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าการทำงานที่ต้องเพิ่มประสิทธิภาพให้มีความรวดเร็ว ทันสมัย คล่องตัว กระชับ พร้อมที่จะเข้าสู่การแข่งขันในอนาคตที่ต้องแข่งขันมากขึ้น

จากการวิจัยพบว่ารูปแบบการบริหารห้างสรรพสินค้าตามหลักพุทธศาสนาใช้หลักการครองตน (สัปปุริสธรรม ๗) การครองคน (สังคหวัตถุ ๔) และการครองงาน (อิทธิบาท ๔) ทำให้การบริหารงานประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังพบว่าห้างสรรพสินค้า ดำเนินธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ธุรกิจและแบบของผู้นำและแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้ ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

๕.๑ การบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาท

จากการวิจัยพบว่าหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาทที่นักธุรกิจนำมาใช้ประกอบด้วยสังคหวัตถุ ๔ อิทธิบาท ๔ และสัพปุริสธรรม ๗

สังคหวัตถุ ๔ ประกอบด้วย

๑) ทาน คือ ความเอื้อเฟื้อ เพื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือสงเคราะห์ด้วยปัจจัยสี่ ทุน หรือทรัพย์สินสิ่งของ ตลอดจนให้ความรู้ความเข้าใจและศิลปะวิทยา

๒) ปิยวาจา พูดอย่างรักกัน คือ กล่าวคำสุภาพไพเราะ น่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผลเป็นหลักฐาน ชักจูงในทางที่ดีงามหรือแสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจดี สมานสมัคคี เกิดไมตรีทำให้รักใคร่นับถือและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

๓) อัถถจริยา ทำประโยชน์แก่กัน คือ ช่วยเหลือด้วยแรงกายและชวนชวยช่วยเหลือกิจการต่างๆ บำเพ็ญประโยชน์รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหาและช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม

๔) สมานัตตา เอาตัวเข้าสมาน คือ ทำตัวให้เข้ากับเขาได้วางตนเสมอต้นเสมอปลายให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่ำเสมอกับต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบและเสมอในสุขทุกข์ คือ ร่วมสุขร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหาเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน

อิทธิบาท ๔ ประกอบด้วย

๑) ฉันทะ (ความพอใจ) คือ ความต้องการที่จะทำ ใฝ่ใจรักจะทำสิ่งนั้นเสมอและปรารถนาจะทำให้ได้ผลดียิ่งๆไป

๒) วิริยะ (ความเพียร) คือ ขยันหมั่นประกอบสิ่งนั้นด้วยความพยายาม เข้มแข็ง อดทน เอาธุระไม่ทอดทิ้ง

๓) จิตตะ (ความคิด) คือ ตั้งจิตรับรู้ในสิ่งที่ทำและทำสิ่งนั้นด้วยความคิด เอาจิตฝึกใฝ่ไม่ปล่อยใจให้ฟุ้งซ่านเลื่อนลอยไป

๔) วิมังสา (ความไตร่ตรองหรือทดลอง) คือ หมั่นใช้ปัญญาพิจารณาใคร่ครวญตรวจหาเหตุผลและตรวจสอบข้อยิ่งหย่อนในสิ่งที่ทำนั้น

สี่ปฐุริสธรรม ๗ ประกอบด้วย

- ๑) ธัมมัญญ เป็นผู้รู้ธรรม
- ๒) อตถัญญ เป็นผู้รู้ความหมายแห่งภาษิต กล่าวคือเป็นผู้รู้จักมุ่งหมายและรู้จัก ฝนว่าฝนที่เกิดจากการกระทำมีประโยชน์และตรงตามเป้าหมายที่ตั้งมั่นไว้
- ๓) อตตัญญ เป็นผู้รู้จักตนว่ามีศรัทธาศิล สุตตะ จาคะปัญญา
- ๔) มัตตัญญ เป็นผู้รู้ประมาณในการรับปัจจัย ๔ กล่าวคือ เป็นผู้รู้จักความพอดีตามหลักแห่งมัชฌิมาปฏิปทาและหลักสันโดษ
- ๕) กาลัญญ เป็นผู้รู้จักเวลาอันเหมาะสมที่จะประกอบกิจการงานต่างๆอย่างถูกต้อง
- ๖) ปริสัญญ เป็นผู้รู้จักวิธีเข้าหาประชาชน กล่าวคือเป็นผู้รู้จักชุมชนหรือสังคมอย่างถูกต้องและ เข้าใจวิธีการปฏิบัติอย่างถูกต้องในชุมชนหรือสังคมนั้น
- ๗) ปุคคัลปโลปรัญญ เป็นผู้รู้จักเลือกหาคนให้ถูกต้อง

การวิจัยนี้สอดคล้องกับ อธิบาย บุญรักษา และ นวพันธ์ วอกลาง (๒๕๕๙ : ๑) เรื่อง แนวทางการบริหารองค์การด้วยหลักธรรม อธิบายว่า หากผู้บริหารองค์การนำหลักธรรมทั้ง ๔ คือ พรหมวิหาร ๔ สี่ปฐุริสธรรม ๗ อิทธิบาท ๔ และสังคหัตถุ ๔ มาใช้ในการบริหารจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อเพื่อนร่วมงาน ตัวผู้บริหารและองค์การ

๕.๒ การบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน

ห้างสรรพสินค้าเป็นธุรกิจที่มีลักษณะการดำเนินงาน ๓ ประการด้วยกันคือ ๑) การขายสินค้า ๒) การให้บริการ และ ๓) การแสวงหากำไร โดยเป็นสถานที่รวบรวมสินค้าและบริการประเภทต่างๆ อย่างครบวงจรอยู่ในสถานที่แห่งเดียวกัน ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงภาพยนตร์ ศูนย์อาหาร และบริการที่จอดรถ โดยเน้นสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมาก โดยมีหลักการคือ ความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หลักความสม่ำเสมอ หลักความเสมอภาค หลักความประหยัด หลักความสะดวก การดำเนินงานของห้างสรรพสินค้าไม่ได้เน้นแต่เรื่องการแสวงหากำไรแต่เพียงอย่างเดียวยังมีความรับผิดชอบต่อสังคมคือการดำเนินการใดๆ ที่คำนึงถึงผลที่จะกระทบต่อสังคมโดยไม่ทำให้สังคมหรือสิ่งแวดล้อมเกิดความเสียหายและยังมีหน้าที่ที่จะต้องบำรุงรักษาให้สังคมหรือสิ่งแวดล้อมดีขึ้นและสอดคล้องกับเศรษฐกิจเชิงพุทธคือไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแค่การผลิตและจำหน่ายให้กับผู้บริโภคเพื่อหวังผลกำไรเท่านั้น แต่หมายเอากการได้พัฒนาองค์ประกอบทุกอย่างของชีวิต เช่น การรู้จักประมาณ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ไม่มีการเอารัดเอาเปรียบกันไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และไม่ใช้ชีวิตอย่างฟุ่มเฟือยเกินฐานะของตนและเป็นการตลาดเชิงพุทธคือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้เป็นมรรคาในการพัฒนาชีวิตมนุษย์สู่ความสมบูรณ์แบบและชีวิตมนุษย์นั้นประกอบด้วยกายและจิตการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้อง

คำนี้ถึงสองสิ่งนี้ หลักสัปปุริสธรรม ๗ คุณธรรมที่สำคัญ ๗ ประการ สำหรับ สัปปุริสชน หรือคนดี และเป็นคุณธรรมสำคัญสำหรับบริหารอย่างยิ่ง เพราะคุณธรรมทั้ง ๗ ประการนี้ย่อมนำบุคคลนั้นไปสู่ความมีคุณค่าอย่างแท้จริง เรียกได้ว่าเป็นคนสมบูรณ์แบบ ซึ่งเป็นผู้สามารถนำหมู่ชนและสังคมไปสู่ความสันติสุขและความเจริญก้าวหน้าตลอดไปและจะต้องพัฒนาความก้าวหน้าของกายและจิตควบคู่กันไป การมุ่งเน้นผลตอบแทนทางการเงินเป็นการพัฒนาทางกายส่วนการมุ่งเน้นการบ่มเพาะคุณภาพที่ดีแก่จิตคือการพัฒนาจิตการดำเนินงานตามจริยธรรมแห่งสัมมาอาชีวะคือการบูรณาการทั้งสองสิ่งไว้ในวิถีการทำงานบริษัทสัมมาชีพมีความเชื่อที่แรงกล้าว่าการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องสร้างคุณลักษณะของกายและจิตและยังประกอบด้วยสังคหวัตถุ ๔ คือในเชิงการตลาดโดยทั่วไปแล้วเข้าใจกันว่าการให้เป็นกิริยาที่ตรงกันข้ามกับการขายเพื่อหวังผลกำไร แต่ความจริงแล้วสามารถประยุกต์ให้เกิดความเหมาะสมได้ เช่น การไม่ค้ากำไรเกินควร ผลิตสินค้าที่ดีจำหน่ายแก่ผู้บริโภค หรือการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจค้าขาย สิ่งเหล่านี้ก็ควรนับว่าเป็นการให้ได้เหมือนกัน การกล่าววาจาดีงามหรือการพูดคำไพเราะย่อมสามารถผูกมัดจิตใจลูกค้าไว้ได้จัดว่าเป็นการโฆษณาสินค้าของตนก็ได้ ซึ่งมีความสำคัญต่อการจำหน่ายสินค้าได้ดี สินค้าบางชนิดคุณภาพก็ธรรมดา แต่อาศัยการโฆษณาและการพูดโน้มน้าวจิตใจลูกค้า ก็ทำให้มียอดจำหน่ายสูง นอกจากนี้การดำเนินงานยังได้นำเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจโดยเน้นการให้บริการแก่ลูกค้าและแบบของผู้นำมาประยุกต์ใช้จนทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และความยั่งยืนจนถึงปัจจุบัน

๕.๓ รูปแบบการบริการธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาทในสังคมไทยปัจจุบัน

การบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา นั้น เนื่องจากปัญหาที่ห้างสรรพสินค้าต้องเผชิญและส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ปัญหาเรื่องการพัฒนาคนให้มีความสามารถสูงขึ้นและมีความสามารถในการจัดระบบ การจัดระบบในการทำงานที่ต้องเพิ่มประสิทธิภาพให้มีความรวดเร็ว ทันสมัย คล่องตัว กระชับพร้อมเข้าสู่การแข่งขันในอนาคตที่ต้องแข่งขันมากขึ้นโดยยึดรูปแบบการบริการดังนี้

๑) รูปแบบพุทธธรรมกับครองตน จากการสัมภาษณ์พบว่าบุคคลผู้เป็นผู้ปกครองได้ไม่ว่าจะปกครองรูปแบบใดก็ตาม หลักการสำคัญ อันดับแรกก็คือจะต้องมีความสามารถในการบริหารตนเองได้ หากไม่มีความสามารถในการบริหารตนเองได้ก็ยากที่จะบริหารบุคคลอื่นหรือองค์กรใดๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ซึ่งตรงกับหลักธรรมสัปปุริสธรรม ๗

๒) รูปแบบพุทธธรรมสำหรับครองตน จากการสัมภาษณ์พบว่าคนเป็นทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุดในการปกครองไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม ดังนั้นผู้ปกครองก็มีความรู้ความสามารถในการบริหารจะต้องใช้คนให้มีศักยภาพอย่างเต็มที่เพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นการบริหารธุรกิจที่ใช้แบบผู้นำมุ่งคน และตรงกับหลักธรรมสังคหวัตถุ ๔

๓) รูปแบบพุทธธรรมสำหรับการครองงาน จากการสัมภาษณ์สรุปได้ว่าการครองงาน คือ การรู้จักงานที่ตนเองกำลังทำและทำงานอย่างมีความสุข รักและชอบในงานที่ตนกำลังทำอยู่โดยใช้ความรู้และปัญญา กล่าวคือปัญญาและความรู้ต่างๆเกื้อกูลต่อกันรู้จักการค้นหาความรู้ใหม่มาช่วยพัฒนางานที่ตนทำอยู่ให้ดีขึ้นอยู่เสมอการครองงานโดยใช้หลักธรรมมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จคือการมีใจรัก มีความพากเพียรทำตั้งใจฝึกฝนและใช้ปัญญาไตร่ตรองงานนั้นก็จะสำเร็จการทำงานก็จะมีสุขุม มีความรักในงานการให้ความรักและความเคารพในงานอาชีพของตนไม่ดูถูกหรือให้ใครดูหมิ่นในงานของตนมีจริยธรรมในอาชีพคือการซื่อสัตย์ต่องานในหน้าที่ของตนซึ่งตรงกับหลักธรรมอิทธิบาท ๔

๕.๔ อภิปรายผล

๑. การบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่เราวัดใช้หลักธรรมด้วยกัน ๓ ประการคือสัปปริสธรรม ๗ อิทธิบาท ๔ และสังคหวัตถุ ๔ ดังนี้

หลักสัปปริสธรรม ๗ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารมีดังนี้

๑. อัมมัญญาตา ความรู้จักธรรม รู้หลักหรือรู้จักเหตุคือรู้หลักความจริงรู้หลักการรู้กฎแห่งธรรมตาและรู้จักหลักเกณฑ์ให้เกิดผลหมายความว่าผู้บริหารในองค์การจะต้องพิจารณาข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นโดยการใช้หลักการและเหตุผลมาบริหารจัดการเพื่อทำให้องค์การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๒. อัตถัญญาตา ความรู้จักผลหรือความมุ่งหมายประโยชน์ที่ประสงค์รู้จักคนที่เกิดขึ้นสืบเนื่องจากการกระทำหมายความว่าการบริหารองค์การให้บรรลุวัตถุประสงค์และประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจะต้องมีการวางแผนที่ดี สมคิด บางโพ (๒๕๕๕ หน้า ๗๙) นิยามความหมายของการวางแผนว่าเป็นการกำหนดเป้าหมายและแนวทางปฏิบัติไว้ล่วงหน้าโดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่างๆและเลือกแนวทางปฏิบัติที่จะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การ

๓. อัตตัญญาตา ความรู้จักตนคือรู้จักว่าเรานั้นโดยฐานะภาวะเพศความรู้ ความสามารถ ความถนัดและคุณธรรมเป็นอย่างไร หมายความว่าผู้บริหารต้องรู้จักตนเองเป็นใครอยู่ในฐานะอะไรมีคุณสมบัติความถนัดความสามารถอย่างไร ซึ่งจะต้องมีการสำรวจตนเองเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาตนเองให้ดียิ่งๆขึ้นไป นอกจากนั้นก็ต้องรู้จักองค์การที่ตนบริหารอยู่นั้นว่ามีจุดเด่นและจุดด้อยอย่างไรเพื่อปรับปรุงองค์การให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก

๔. มัตตัญญาตา ความรู้จักประมาณ หมายความว่าผู้บริหารต้องรู้จักประมาณขีดความสามารถขององค์การ มีการใช้ทรัพยากรขององค์การให้พอเหมาะเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

๕. กาลัญญาตา ความรู้จักกาลคือรู้จักกาลเวลาอันเหมาะสมและระยะเวลาที่ใช้ประกอบกิจ ทำหน้าที่การงานหรือปฏิบัติการต่างๆ หมายความว่าผู้บริหารต้องมีความเข้าใจถึงระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจการใด ควรใช้ระยะเวลาเท่าใด

๖. ปรีชาญาณ ความรู้จักบริษัทหรือชุมชน หมายความว่าผู้บริหารในการดำเนินธุรกิจจะต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ มีความเอื้อเพื่อแผ้วแผไ้กับชุมชน ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

๗. ปุคคลัญญตา ความรู้จักบุคคล รู้จักความแตกต่างของบุคคลโดยอัธยาศัย ความสามารถ และคุณธรรม หมายความว่าผู้บริหารต้องรู้จักผู้ใต้บังคับบัญชาของตนว่ามีความรู้ความสามารถแค่ไหน มีความถนัดเรื่องใดเพื่อจะได้มอบหมายงานให้ถูกต้องตรงกับคำที่ว่า วางคนให้เหมาะสมกับงาน (put the right man on the right job)

หลักกิริยา ๔ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารมีดังนี้

๑. ฉันทะ ความพอใจ ต้องการที่จะทำ ใฝ่ใจที่จะทำสิ่งนั้นด้วยความรักให้เป็นผลสำเร็จ หมายความว่าผู้บริหารที่มีฉันทะจะต้องมีความรักและศรัทธาในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ มีความรับผิดชอบตามบทบาทและหน้าที่งาน

๒. วิริยะ ความพากเพียร กระทำสิ่งนั้นด้วยความพยายามไม่ทอดถอยต่ออุปสรรคในการทำงาน หมายความว่าผู้บริหารที่มีฉันทะจะเป็นผู้มีความกล้าหาญอดทนสามารถฝ่าฟันอุปสรรคที่เกิดขึ้นให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กร

๓. จิตตะ เอาใจใส่ต่องาน มีความรับผิดชอบในงาน หมายความว่าผู้บริหารที่มีจิตตะจะต้องเป็นผู้มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย มีสมาธิแน่วแน่ทำงานด้วยการอุทิศตัวและใจ

๔. วิมังสา ทำงานด้วยปัญญา ตรวจสอบหาเหตุผล และตรวจสอบข้อที่ยังหย่อนข้อบกพร่อง คิดค้นหาวิธีแก้ไขข้อบกพร่องและหาวิธีปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น หมายความว่าผู้บริหารที่มีวิมังสาจะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์มีการพัฒนาระบบการทำงานหาข้อบกพร่องในการทำงานมีการปรับปรุงระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้ดียิ่งขึ้น

หลักสังคหัตถ์ ๔ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารมีดังนี้

๑. ทาน การเอื้อเพื่อแผ้วแผไ้ เสียสละ แบ่งปันช่วยเหลือกันด้วยสิ่งของ ตลอดจนความรู้ และการแนะนำสั่งสอนหมายความว่าผู้บริหารจะต้องเป็นผู้มีน้ำใจ มีความเอื้อเพื่อแผ้วแผไ้ต่อผู้ร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้มีอำนาจตามตำแหน่ง กล่าวคือเมื่อผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานดีมีประสิทธิภาพบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้บริหารก็จะเป็นผู้พิจารณาความดีความชอบ อาทิ การเลื่อนตำแหน่ง เลื่อนเงินเดือน การให้รางวัล การให้โบนัส นอกจากนั้นผู้ใต้บังคับบัญชามีปัญหาในการทำงานผู้บริหารก็จะคอยแนะนำอบรมสั่งสอนการให้อภัยหากผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานผิดพลาดและให้ออกาสผู้ใต้บังคับบัญชาในการแก้ไขข้อผิดพลาดและพัฒนาตนเองให้ดียิ่งขึ้น

๒. ปิยวาจา คำพูดที่สุภาพ ไพเราะ น่าฟัง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ ชักจูงใจในทางที่ดีงามเนื่องจากผู้นำคือบุคคลที่ใช้อำนาจและการจูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตามดังนั้นผู้นำจะต้องใช้คำพูดที่เหมาะสมและพยายามโน้มน้าวจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติตามคำพูดที่แสดงออกมาแสดงถึงความจริงใจความมีเมตตา การให้เกียรติ การชื่นชมและยกย่อง เป็นต้น

๓. อัถถจริยา การทำประโยชน์แก่กัน ผู้บริหารจะต้องทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อเพื่อนร่วมงานผู้ใต้บังคับบัญชาและองค์การไม่นิ่งดูตายหากมีปัญหาเกิดขึ้นผู้บริหารต้องคอยเกื้อกูลเพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชาการให้คำแนะนำในการทำงาน

๔. สมานัตตตา ทำตนให้เสมอต้นเสมอปลาย ร่วมทุกข์ร่วมสุขรับรู้และร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันหมายความว่าผู้บริหารจะต้องวางตนให้เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ของตน และปฏิบัติตัวให้เหมาะสม เช่น ผู้จัดการฝ่ายบุคคลจะต้องดูแลความรับผิดชอบเกี่ยวกับทุกข์สุขของพนักงานการแต่งตั้งโยกย้ายสวัสดิการของพนักงานเป็นต้นหากมีปัญหาในการทำงานไม่โยนความผิดให้แก่ผู้อื่นต้องร่วมรับผิดชอบและแก้ไขปัญหากที่เกิดขึ้น

จากการวิจัยมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ กันตนา ทองอินทร์ ๒๕๕๘ : ๑๖๒) เรื่องแนวทางการนำหลักคำสอนพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ของนักธุรกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนาที่นักธุรกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนำมาประกอบธุรกิจคือ ฆราวาสธรรม ๔ พรหมวิหาร ๔ อิทธิบาท ๔ กัลยาณมิตร ๗ กาลามสูตร ๑๐ ทศพิธราชธรรม ๑๐ จักรธรรม ๔ ทิฐฐัมมิกัตถประโยชน์ ๗ อริยมรรค ๘ สัมปยุตธรรม ๗ สังคหัตถุ ๔ ปาปกนิกรธรรม ๓

๒. การบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบันโดยมีหลักการคือความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่หลักความเสมอภาคหลักความสม่ำเสมอหลักความประหยัดและหลักความสะดวกนอกจากการดำเนินงานยังได้นำเรื่องกลยุทธ์มาประยุกต์กับธุรกิจซึ่งมี ๓ ระดับ คือ กลยุทธ์ระดับบริษัทกลยุทธ์ระดับธุรกิจ และ กลยุทธ์ระดับหน้าที่โดยเน้นการให้บริการลูกค้าเป็นสำคัญและนำแบบของผู้นำมาประยุกต์ใช้

๓. รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

จากการวิจัยพบว่ารูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามี ๓ รูปแบบคือ

๑ รูปแบบ พุทธธรรมกับการครองตนซึ่งเป็นคุณสมบัติของคนดีตรงกับหลักธรรมสัมปยุตธรรม ๗

๒ รูปแบบพุทธธรรมสำหรับครองคนซึ่งผู้บริหารจะทำงานให้สำเร็จต้องอาศัยผู้อื่นตรงกับหลักธรรมสังคหัตถุ ๔

๓ รูปแบบพุทธธรรมสำหรับครองงานเป็นพลังของผู้หน้าที่ใช้ขับเคลื่อนการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จตรงกับหลักธรรมอิทธิบาท ๔

๕.๕ ข้อเสนอแนะ

๕.๕.๑ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยชิ้นนี้แสดงว่าห้างสรรพสินค้าได้มีรูปแบบการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ซึ่งช่วยส่งเสริมในธุรกิจนั้นสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและสามารถทำกำไรควบคู่กันไปได้ ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารของกิจการต่างๆ ควรนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานได้แก่ ๑) หลักอิทธิบาท ๔ เป็นธรรมที่มุ่งสู่ความสำเร็จในการทำงาน ซึ่งนำไปใช้ในการบริหารงานได้ ๒) หลักสังคหวัตถุ ๔ เป็นธรรมที่มุ่งการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ๓) หลักสัปบุริสัทธรรม ๗ เป็นธรรมที่มุ่งทำให้เป็นคนดีมีคุณธรรมเป็นคนเก่ง

การนำหลักธรรมทั้งสามข้อข้างต้นตลอดจนหลักธรรมาภิบาลที่ช่วยสร้างความสมานสามัคคีให้เกิดเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า จึงสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างแน่นอน

๕.๕.๒ ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

๑. กลยุทธ์การบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักพระพุทธศาสนาเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้บริหารและพนักงาน

๒. รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารห้างสรรพสินค้าเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงพุทธแบบมีส่วนร่วม

๓. แนวทางการนำหลักพุทธธรรมมาใช้บริหารห้างสรรพสินค้าแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่สินค้าหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งสินค้าในห้างสรรพสินค้า

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์. พระไตรปิฎกภาษาบาลี ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ๒๕๐๐. กรุงเทพมหานคร:

โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๕.

_____ . พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร:

โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๕.

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ

(๑) หนังสือ:

ก่อ สวัสดิพิบูลย์. วิทยฐานะและการปรับปรุงบุคลากร. กรุงเทพมหานคร: วัฒนาพานิช. ๒๕๑๙.

กิริติ บุญเจือ และพิมพ์ อาทิตยา. พื้นฐานจริยศาสตร์วิชาชีพ. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. ๒๕๓๘.

กุลธนา ธนาพงศธร. คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพมหานคร: ประชาชน. ๒๕๓๐.

คณะกรรมการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน. เข้มทิศธุรกิจ

เพื่อสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ไอคอนพรินติ้ง. ๒๕๕๑.

คุณ โททัศน์. พุทธศาสนากับชีวิตประจำวัน. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์. ๒๕๓๒.

จินตนา สุนทรธรรม. ธุรกิจเบื้องต้น. เชียงใหม่: ศูนย์หนังสือเชียงใหม่. ๒๕๒๓.

ชวาล แพร่สกุล. หลักสูตรอบรมพิเศษวิชาวัดผลการศึกษาระยะสั้น. กรุงเทพมหานคร: สำนัก

ทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ๒๕๔๑.

ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย. และคณะ. หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. (หน่วยที่ ๑-๘). พิมพ์ครั้งที่ ๑๒.

นนทบุรี: คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. ๒๕๓๔.

ฐาปนา ฉินไพศาล. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ ๑. นนทบุรี: บริษัทธนธัชการพิมพ์ จำกัด,

๒๕๕๙.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และ สุนี เลิศแสวงกิจ. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: วังอักษร.

๒๕๓๘.

ธงชัย สันติวงศ์ และคณะ. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ.

นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. ๒๕๒๙.

ธิดาภพ ชยธวัช. ผู้ดีทางธุรกิจหมายเลข ๑. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ซี.พี. บุ๊ค สแตนดาร์ด.

๒๕๔๗.

นิพนธ์ จิตรประสงค์ และสมยศ นาวิการ. ธุรกิจเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์

ธรรมศาสตร์. ๒๕๑๙.

ป. หลงสมบุญ. พจนานุกรมมคธ-ไทย. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสาร จำกัด.

๒๕๔๖.

- พระครูปลัดสุวัฒนพรหมคุณ. “ที่พึ่งทางใจ”. **พุทธจักร**. ปีที่ ๕๐ ฉบับที่ ๕ (พฤษภาคม ๒๕๓๙)
- พระเทพเวที (ประยูรค์ ปยุตโต). **พุทธธรรม**. กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๓๑.
- พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต). “ธรรมในใจของนักบริหารไฮโซ”. **ไทยรัฐ**. (๒๐ มิถุนายน ๒๕๕๑)
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). **พุทธธรรม**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๓๘.
- _____. **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ ๑๕. กรุงเทพมหานคร: จันทรเพ็ญ. ๒๕๕๐.
- _____. **เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ**. พิมพ์ครั้งที่ ๕. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เมตตา. ๒๕๔๕.
- พระธรรมปิฎก (ประยูรค์ ปยุตโต). **ธุรกิจ-ฝ่าวิกฤติ ตอบปัญหา – สอนทนายธรรม กับ คุณอำนวย ปันยารชุน และคณะ**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิพุทธธรรม. ๒๕๔๔.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). **การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน**. พิมพ์ครั้งที่ ๘. กรุงเทพมหานคร: สุขภาพใจ. ๒๕๔๙.
- _____. **ธรรมบุญชีวิต**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: บริษัทพิมพ์สวย จำกัด ๒๕๕๐.
- _____. **ลักษณะแห่งพระพุทธศาสนา**. พิมพ์ครั้งที่ ๑๖. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์สวย จำกัด. ๒๕๕๐.
- _____. **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ : ฉบับประมวลศัพท์**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๔๙.
- พระพรหมมังคลาจารย์(หลวงพ่อดำญาณันท์ภิกขุ) . **งานคือชีวิต ชีวิตคืองานบันดาลสุข**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบันลือธรรม. ม.ป.ป.
- พระพุทธรูปปิยเถระ. **รูปลัทธิปริวรรตนิรุตติศาสตร์ภาษาบาลี**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา. ๒๕๒๗.
- พระมหาจุลศักดิ์ จิรวุฒโน (รณน้อย). “แนวคิดและวิธีการแก้ปัญหาเศรษฐกิจแนวพุทธของปราชญ์อีสาน”.
- พระเมธีธรรมมาภรณ์. **พุทธศาสนากับปรัชญา**. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์ พรินต์ติ้ง กรุ๊ป. ๒๕๓๓.
- พระสิริมังคลาจารย์. **มังคลัตถทีปนี**. แปล เล่ม ๒. กรุงเทพมหานคร: มหามกุฏราชวิทยาลัย. ๒๕๓๒.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. “การใช้การสร้างตัวชีวิตเพื่อวิเคราะห์เศรษฐกิจพอเพียงโดยเปรียบเทียบกับพุทธเศรษฐศาสตร์”.
- พุทธทาสภิกขุ. **การทำงานที่เป็นสุข**. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสภา. ๒๕๓๗.
- _____. **บริหารธุรกิจแบบพุทธ**. กรุงเทพมหานคร: อตัมมโย. มปป.
- _____. **ศีลธรรมกับมนุษยโลก**. กรุงเทพมหานคร: การพิมพ์พระนคร. ๒๕๒๐.
- ภาควิชาประเมินผลและวิจัยการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. **การสร้างแบบวัดคุณธรรมความรับผิดชอบ**. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ๒๕๓๖.
- รังสี สุทนต์. **เศรษฐกิจแห่งธรรม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุขภาพใจ. ๒๕๔๓.

รัตน์ชัย ศรสุวรรณ. “การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน”. **วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร. ๒๕๕๖.

รัตนา อตฺถภูมิสุวรรณ. **การศึกษาธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทศูนย์การพิมพ์แก่นจันทร์. ๒๕๕๒.

ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. พ.ศ. ๒๕๔๔**. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์. ๒๕๔๖.

_____. **พจนานุกรมศัพท์ปรัชญา (อังกฤษ-ไทย) ฉบับราชบัณฑิตยสถาน**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด อรุณการพิมพ์. ๒๕๒๕.

วิชชาเรีย เรื่องโพธิ์. “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน”.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ .รศ. และคณะ. **ธุรกิจทั่วไป : ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทดวงกมลสมัย จำกัด. ๒๕๔๑.

_____. และคณะ. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร. ๒๕๔๖.

_____. **ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (๗P : Service Marketing Mix)**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ๒๕๔๖.

สงบ ประเสริฐพันธ์. **หลักการบริหารการศึกษาตามแนวพุทธธรรม**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา. ๒๕๔๕.

สมคิด บางโม. **ธุรกิจทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: นำอักษรการพิมพ์. ๒๕๑๙.

_____. **หลักการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดีจำกัด. ๒๕๓๙.

สมภาร พรหมทา. **กีน : มุมมองของพระพุทธศาสนา**. วารสารพุทธศาสนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๓ กันยายน – ธันวาคม ๒๕๔๖.

สมยศ นาวิการ. **ธุรกิจเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า. ๒๕๔๐.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. **คู่มือการปลูกฝังค่านิยม**. (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์กราฟิเคอาร์ท. ๒๕๒๖.

สุดาดวง เรื่องรุจิระ. อ้างใน วิชชาเรีย เรื่องโพธิ์. “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน”.

สุพัตรา สุภาพ. **สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี**. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช. ๒๕๓๑.

สุภาสินี สันติศรีสุข และคณะ. **พฤติกรรมมนุษย์ และจริยธรรมทางธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. ๒๕๓๕.

เสรี วงษ์มณฑา. **กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์. ๒๕๔๒.

_____. **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: วิสิทธิ์พัฒนา. ๒๕๔๐.

หน่วยศึกษานิตเทศก์ กรมการฝึกหัดครู. **โครงสร้างของคุณลักษณะจริยธรรม**. กรุงเทพมหานคร: มปท. ๒๕๒๒.

อริวัฒน์ ทรัพย์ไพฑูรย์. **อภิมหาอาณาจักรธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง**. กรุงเทพมหานคร: ฟิงตัน. ๒๕๔๕.

อภิชัย พันธเสน. **พุทธเศรษฐศาสตร์ วิวัฒนาการ ทฤษฎีและการประยุกต์กับเศรษฐศาสตร์สาขาต่างๆ**. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์. ๒๕๔๗.

อรศิริ เกตุศรีพงษ์. “สังคหวัตถุ ๔ : วัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้”. **วารสาร Productivity World เพื่อการเพิ่มผลผลิต**. ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๖๘ (พฤษภาคม - มิถุนายน ๒๕๕๐):

อโณทัย อุดมบุญญานุกาภาพและคณะ. **จิตวิทยาการทำงาน**. ภาพลึนธุ์: ประสานการพิมพ์ ๒๕๔๗.

(๒) **คุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์:**

กันตนา ทองอินทร์. **แนวทางการนำหลักคำสอนมาประยุกต์ใช้ของนักธุรกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. คุษฎีนิพนธ์หลักสูตรยุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค**. มหาวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, ๒๕๕๘

คำพอง งามภักดิ์. “จริยธรรมธุรกิจ : ศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดประโยชน์นิยมกับแนวคิดพระพุทธศาสนา”. **วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหิดล. ๒๕๔๓.

ชยาภรณ์ สุขประเสริฐ. “การศึกษาวิเคราะห์หลักธรรมที่ส่งเสริมการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (ซีเอสอาร์) เชียงพุทธ”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์คุษฎีบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๕๕.

ดุลกิจ เบญจาทิพรวงค์. “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตที่เข้ามาทำค้าปลีกข้ามชาติในจังหวัดกรุงเทพมหานคร”. **วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัย

พ.อ.ปิ่น มุกทุกันต์ อ่างใน พัชราพร วีรสิทธิ์. “ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพและความสามารถในการเผชิญปัญหาและอุปสรรคตามหลักอิทธิบาท ๔ ของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานประกันสังคม”. **วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ๒๕๔๖.

พระธานี เขมธมโม (จำปา). “ศึกษาสัมมาอาชีวะในพระพุทธศาสนา”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๕๐.

พระมหาบุญเพียร ปุณฺณวิริโย (แก้ววงศ์น้อย). “แนวคิดและวิธีการขัดเกลาทางสังคมในสถาบันครอบครัวตามแนวพระพุทธศาสนา”. **วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาพุทธศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๔๔.

พระมหาวิโรจน์ วิโรจโน (ผาตา). “การศึกษาวิเคราะห์แนวความคิดเรื่องประโยชน์ในพุทธปรัชญาเถรวาท”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๔๓.

พระมหาสมโภช ฐิติญาโณ (ศรีพันธ์). “ศึกษาวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์ตามแนวพระไตรปิฎก”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต**. (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๓๕.

- พระวิทยา ญาณสโร. “ศึกษาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่สอดคล้องกับหลักพุทธธรรมที่ปรากฏใน คัมภีร์พระพุทธศาสนาเถรวาท”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต** สาขาวิชา พระพุทธศาสนา. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๕๔.
- พระสามารถ อานนโท. “ภาวะผู้นำตามหลักสัพบุริธรรม”. **วิทยานิพนธ์ศาสนศาสตรมหาบัณฑิต**. หน้า ๖๐.
- พระอธิการปัญญา ปณฺญาปทีโป (คาระโก). “การศึกษาการพึ่งตนเองตามหลักเศรษฐกิจเชิงพุทธของกลุ่มเกษตรกรชาวบ้านหนองบัวแปะ ตำบลสร้างแซง อำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๕๕.
- พัฒน์ชาติ อนุสรณ์เทวินทร์. “การใช้กลุ่มสัมพันธ์เพื่อพัฒนาความรับผิดชอบของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖ โรงเรียนลุ่มพุก (วันครู ๒๕๐๓) อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร”. **รายงานการวิจัย** มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ๒๕๔๔.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. “การใช้การสร้างตัวชี้วัดเพื่อวิเคราะห์เศรษฐกิจพอเพียงโดยเปรียบเทียบกับพุทธเศรษฐศาสตร์”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๔๙.
- พิมพ์ศักดิ์ สังข์กุล. “การนำหลักธรรมในพระพุทธานามายุคที่ใช้ในการบริหารธุรกิจ”. **สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศาสนศึกษา**. วิทยาลัยศาสนศึกษา: มหาวิทยาลัยมหิดล. ๒๕๔๖.
- พรรณพร คำสุข. “การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการศูนย์เด็กเล็กสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๕๗.
- วิจิตร สังข์ประพันธ์ อ่างใน สถิตย์ รัชปต์ย์. “การประยุกต์หลักอิทธิบาท ๔ ไปใช้ในการศึกษาเล่าเรียนของนักศึกษาคฤหัสถ์มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด”. **ศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ๒๕๔๘.
- ศักดิ์ชัย อนันต์ตรีชัย. “จริยศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจของพระพุทธานิกายเถรวาท”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๕๐.
- คันสนีย์ ชุมพลบุญชร. การศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของบุคคล องค์กร และชุมชนในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงพุทธบูรณาการ. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๕๖.
- สมชาย หิรัญกิตติ. อ่างใน วิชชาธิยา เรื่องโพธิ์. “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน”. **สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ๒๕๕๓.
- สุมาลี สุขอร่าม. “การประยุกต์ใช้พุทธจริยธรรมในการประกอบธุรกิจกรณีศึกษา : บริษัท แฟรี่แลนด์สรรพสินค้า จำกัด นครสวรรค์”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๕๔.

สุรพงษ์ วิบูลย์เศรษฐ อ่างใน พระมหาจุฬาคักดิ์ จีระพัฒน์โน (รณน้อย). “แนวคิดและวิธีการแก้ปัญหาเศรษฐกิจแนวพุทธของปราชญ์อีสาน”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๔๗.
 สุรศักดิ์ ม่วงทอง. “พุทธธรรมกับภาวะผู้นำที่พึงประสงค์”. **วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต**.

(๓) บทความ:

ธีรพงษ์ บุญรักษา และนวนพันธ์ วงกลาง. แนวทางการบริหารองค์การด้วยหลักธรรม. วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร. ปีที่ ๑๑ ฉบับพิเศษ (มกราคม – มิถุนายน ๒๕๕๙).

(๔) สื่ออิเล็กทรอนิกส์:

วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. แนวทางการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://www.ocsc.go.th/11_Jan_2013/1%20Thesis_2553_11_Jan_2013.pdf [๒๐ มีนาคม ๒๕๕๖]

(๕) สัมภาษณ์/สนทนากลุ่ม:

๑. นักธุรกิจ

สัมภาษณ์คุณรสสุคนธ์ วงศ์อินตา นักธุรกิจ เกี่ยวกับความงาม ร้านรสสุคนธ์บิวตี้ ช่างแพรี ขอนแก่น ๒๕ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นางจิราภรณ์ สุขไทย, ผู้จัดการฝ่ายบุคคล ห้างสรรพสินค้าโรบินสันขอนแก่น, ๒๕ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นายนักติภัทร์ แก้วย้อย ผู้จัดการห้างสรรพสินค้าแพรีพลาซ่าขอนแก่น ๑๘ มกราคม ๒๕๖๒

สัมภาษณ์ นางโฉมสุดา วโนทยาโรจน์ กรรมการผู้จัดการห้างสรรพสินค้าแพรีพลาซ่าขอนแก่น ๑๕ มกราคม ๒๕๖๒

สัมภาษณ์รัชณี ศรีมนตรี. ผู้จัดการฝ่ายบุคคล. บ.บี๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด สาขาขอนแก่น. ๑๘ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์ณกิตติกานต์ สิทธิธร์ นักธุรกิจเสื้อผ้าร้านต้นสปอร์ต ช่างสนามกีฬาขอนแก่น ๑๘ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นางสนธยา บุญชูดองและนายชูศักดิ์ ศรีประเสริฐ, กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น, ๒๙ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์ นายทศ จีราวิวัฒน์ ประธานกรรมการบริหารบริษัทกลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น ๒๒ มกราคม ๒๕๖๒

สัมภาษณ์สนธยา บุญชูดอง. กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น. ๒๙ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์ทัตยา สาลาด. กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น. ๒๕ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นายสหัชพญณ์ ร่มโพธิ์เย็น. ผู้จัดการบริษัท บ.บีคี่ ซูเปอร์เซนเตอร์ จำกัด สาขาขอนแก่น.
๓๐ มกราคม ๒๕๖๒.

๒. เจ้าหน้าที่ห้างสรรพสินค้า

สัมภาษณ์นางสนธยา บุญชูดองและนายชูศักดิ์ ศรีประเสริฐ, กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น,
๒๙ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์ นายทศ จิราธิวัฒน์ ประธานกรรมการบริหารบริษัทกลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น ๒๒
มกราคม ๒๕๖๒

สัมภาษณ์สนธยา บุญชูดอง. กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น. ๒๙ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์ทัตยา สาลาด. กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น. ๒๕ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นายสหัชพญณ์ ร่มโพธิ์เย็น. ผู้จัดการบริษัท บ.บีคี่ ซูเปอร์เซนเตอร์ จำกัด สาขาขอนแก่น.
๓๐ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นายชำนาญ ศิริพันธ์. ห้างสรรพสินค้าโรบินสันขอนแก่น. ๒๐ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นางสาววิภาดา สุกพงศ์. ห้างสรรพสินค้าโรบินสันขอนแก่น. ๒๐ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นางศิริราช ดอนหา. บ.บีคี่ ซูเปอร์เซนเตอร์ จำกัด สาขาขอนแก่น. ๒๓ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นางสุธิดา สุกุลเจริญ. บ.บีคี่ ซูเปอร์เซนเตอร์ จำกัด สาขาขอนแก่น. ๒๗ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นายสิทธิพันธ์ สุปัญญา. บ.บีคี่ซูเปอร์เซนเตอร์ จำกัดสาขาขอนแก่น. ๒๗ มกราคม ๒๕๖๒.

๓. ลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้า

สัมภาษณ์นางสาวสุภาวดี เทนอิสสระ. ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า. ๑๔ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นางสาวมาริสสา ไสวงาม. ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า. ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นางสาวสาธิตา ไสวงาม. ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า. ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์ ดร.เอมอร จันทนตรี. ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า. ๒๑ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์ ดร.ลำอังกค์ จันทนตรี. ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า. ๒๑ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นายอินตอง ชัยประโคน. ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า. ๒๗ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นางสาวรสสุคนธ์ วงศ์อินตา. ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า. ๒๗ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์ นางสาวกิตติกานต์ สิทธิ. ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า ๓๐ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นางสาวอัญญา ตาเสาร์. ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า. ๓๐ มกราคม ๒๕๖๒.

สัมภาษณ์นางสาวพันทิวา ทับภูมี. ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า. ๓๑ มกราคม ๒๕๖๒.

๒. ภาษาอังกฤษ

Griffin. R. W. **Management**. 5th ed. Houghton: Mifflin.1966

Mondy . R. W. **Management: Concepts and practices**. 6thed. Needham Heights. Massachusettes: Allyn and Bacon.1998.

Plunket. Richard W.. **Supervision: The Direction of People at work**. Boston : Allyn and Bacon.1994.

Kotler.Philip abd Lee. Nancy. **Corporate social responsibility** New Jersey : John Willey and Sons. 2005.

Good. Carter. **Dictionary of Education**. 3rd ed. New York: McGraw – Hill : 1973.

Funk; & Wagnalls. **New standard Dictionary of the English Language**. V.2. (New York : Funk and Wagnalls. 1961). p.20.

Brown. C.G. **The Study of Leadership**. Illinois : The Interstate Printers and Publishers. Inc. (1985).

Cattell. Raymond B. **Manual for Junior-Senior High School Personality questionnaire “HSP” form A**. Illinois : The institute for personality and Ability Testing. 1963

Lawshe . C.H. **Principles of Personnel Testing**. New York : McGraw-Hill Book Co.1966

Kotler. Philip and Armstrong Gary. **Principles of Marketing**. 7th ed. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall. 1996.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง “รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทาง
พระพุทธศาสนา”

คำชี้แจง :

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ซึ่งท่านเป็นบุคคลหนึ่งที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้ถูกสัมภาษณ์ โปรดตอบแบบสัมภาษณ์ ตามความคิดเห็นของท่านอย่างแท้จริงให้ครบถ้วนทุกข้อคำถาม คำตอบของท่านผู้วิจัยจะรักษาไว้เป็นความลับ และจะไม่มีผลกระทบต่อการทำงานของท่าน หรือหน่วยงานที่ท่านรับผิดชอบ เนื่องจากผู้วิจัยจะนำคำตอบของท่านมาสรุปวิเคราะห์ในส่วนของภาพรวมของการศึกษา เพื่อใช้เป็นรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ต่อไป

แบบสัมภาษณ์นี้มี ๒ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ ๒ รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

ขอขอบคุณทุกท่านที่ร่วมมือตอบแบบสัมภาษณ์

นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ

นิสิตปริญญาเอก สาขาพระพุทธศาสนา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

ตอนที่ ๑. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- ๑.๑ ชื่อ.....นามสกุล.....
- ๑.๒ ตำแหน่ง.....อายุ.....ปี.....
- ๑.๓ สถานที่.....
- ๑.๔ วันที่ เดือน ปี.....
- ๑.๕ เวลา.....

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย ลงในช่อง () หน้าข้อความที่เป็นจริง

๑. สถานภาพ

- () ๑ ชาย () ๒ หญิง

๒. ประเภทของผู้ให้สัมภาษณ์

- () ๑. นักธุรกิจ
- () ๒. เจ้าหน้าที่พนักงาน
- () ๓. ผู้ใช้บริการ

ตอนที่ ๑ สัมภาษณ์ผู้บริหารห้างสรรพสินค้า รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

๑. ในการบริหารธุรกิจห้างของท่าน ๆ ใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาอะไรบ้างมาประยุกต์ใช้

.....
.....
.....

๒. ท่านมีวิธีการนำหลักธรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานธุรกิจท่านอย่างไร

.....
.....
.....

๓. ผลการนำหลักพุทธธรรมไปประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจของท่านเป็นอย่างไร

.....
.....
.....

๔. ห้างของท่านมีกิจกรรมใดบ้างที่ส่งเสริมให้พนักงานได้เรียนรู้เข้าใจและนำหลักธรรมไปใช้ในการบริการแก่ลูกค้า

.....
.....
.....

๕. ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้างที่จะทำให้การบริหารธุรกิจโดยการนำหลักพุทธธรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลทั้งแก่ ผู้บริหารห้างและพนักงาน

.....
.....
.....

ตอนที่ ๒ รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

๒.๑ หลักสังคหวัตถุ ๔ ที่ประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจสำหรับใช้กับลูกค้า

๑. ห้างได้ให้บริการแก่ลูกค้าในลักษณะใดบ้างและผู้รับบริการมีความพอใจมากน้อยเพียงใด (ทาน)

.....

.....

.....

.....

๒. พนักงานของห้างใช้คำพูดและแสดงสีหน้าเมื่อลูกค้ามาใช้บริการอย่างไรและผลของปฏิบัติเช่นนี้ต่อลูกค้าเป็นอย่างไร (ปิยวาจา)

.....

.....

.....

.....

๓. พนักงานของห้างได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการใช้บริการของห้างด้านใดบ้าง เช่น ประเภทสินค้า ประโยชน์ เป็นอย่างไร (อถถจริยา)

.....

.....

.....

.....

๔. พนักงานให้การต้อนรับด้วยการให้ความสะดวกแก่ลูกค้าทุกครั้งที่มาใช้บริการเสมอต้นเสมอปลายหรือไม่และมีผลต่อลูกค้าด้วยอย่างไรบ้าง (สมานัตตตา)

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ/ขออนุโมทนาขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์

ภาคผนวก ข

ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยสงฆ์ขอนแก่น (บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น) โทร ๐๘๘-๗๖๐-๐๓๓๐

ที่ ศธ ๖๑๓๒.๑/ว๕๕๔

วันที่ ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความร่วมมือเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย

เรียน/เจริญพร ผศ.ดร.ประยูร แสงใส

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ รหัสนิสิต ๕๗๐๕๕๐๕๐๒๙ บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา” มีคณะกรรมการควบคุมดุขฎีนิพนธ์ ดังนี้ คือ ๑) พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร. ๒) พระครูสุธีศิมภีรญาณ, ผศ.ดร.

เพื่อให้งานศึกษาวิจัยของนิสิตมีคุณภาพด้านวิชาการ และถูกต้องตามหลักการวิจัย บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย จึงเรียน/เจริญพรมมาเพื่อขอความร่วมมือท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัยของนิสิตท่านนี้ด้วย

บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขออนุโมทนาภา ณ โอกาสนี้

(พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร.)

รองอธิการบดี วิทยาเขตขอนแก่น

ประธานกรรมการบริหารบัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยสงฆ์ขอนแก่น (บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น) โทร ๐๘๘-๗๖๐-๐๓๓๐

ที่ ศธ ๖๑๓๒.๑/ว๕๔

วันที่ ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความร่วมมือเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย

เรียน/เจริญพร ผศ.ดร.สุวิน ทองปั้น

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ รหัสนิสิต ๕๗๐๕๕๐๕๐๒๙ บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา” มีคณะกรรมการควบคุมคณาจารย์ ดังนี้ คือ ๑) พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร. ๒) พระครูสุธีคัมภีร์ญาณ, ผศ.ดร.

เพื่อให้งานศึกษาวิจัยของนิสิตมีคุณภาพด้านวิชาการและถูกต้องตามหลักการวิจัย บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย จึงเรียน/เจริญพรมมาเพื่อขอความร่วมมือท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัยของนิสิตท่านนี้ด้วย

บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับร่วมความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขออณุโมนามานา ณ โอกาสนี้

(พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร.)

รองอธิการบดี วิทยาเขตขอนแก่น

ประธานกรรมการบริหารบัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยสงฆ์ขอนแก่น (บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น) โทร ๐๘๘-๗๖๐-๐๓๓๐

ที่ ศธ ๖๑๓๒.๑/ว๕๕๔

วันที่ ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความร่วมมือเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย

เรียน/เจริญพร ผศ.ดร.จรัส ลีกา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ รหัสนิสิต ๕๗๐๕๕๐๕๐๒๙ บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา” มีคณะกรรมการควบคุมดูแลวิทยานิพนธ์ ดังนี้ คือ ๑) พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร. ๒) พระครูสุธีศัมภีร์ญาณ, ผศ.ดร.

เพื่อให้งานศึกษาวิจัยของนิสิตมีคุณภาพด้านวิชาการ และถูกต้องตามหลักการวิจัย บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย จึงเรียน/เจริญพรมมาเพื่อขอความร่วมมือท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัยของนิสิตท่านนี้ด้วย

บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับร่วมความมือจากท่านด้วยดี ขออนุโมทนามา ณ โอกาสนี้

(พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร.)

รองอธิการบดี วิทยาเขตขอนแก่น

ประธานกรรมการบริหารบัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยสงฆ์ขอนแก่น (บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น) โทร ๐๘๘-๗๖๐-๐๓๓๐

ที่ ศธ ๖๑๓๒.๑/ว๕๕๔

วันที่ ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความร่วมมือเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย

เรียน/เจริญพร รศ.ดร.โสวิทย์ บำรุงภักดิ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ รหัสนิสิต ๕๗๐๕๕๐๕๐๒๙ บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา” มีคณะกรรมการควบคุมดูแลวิทยานิพนธ์ ดังนี้ คือ ๑) พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร. ๒) พระครูสุธีศัมภีร์ญาณ, ผศ.ดร.

เพื่อให้งานศึกษาวิจัยของนิสิตมีคุณภาพด้านวิชาการ และถูกต้องตามหลักการวิจัย บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย จึงเรียน/เจริญพรมมาเพื่อขอความร่วมมือท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัยของนิสิตท่านนี้ด้วย

บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้ริ่ร่วมความมือจากท่านด้วยดี ขออนุโมทนามา ณ โอกาสนี้

(พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร.)

รองอธิการบดี วิทยาเขตขอนแก่น

ประธานกรรมการบริหารบัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยสงฆ์ขอนแก่น (บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น) โทร ๐๘๘-๗๖๐-๐๓๓๐

ที่ ศธ ๖๑๓๒.๑/ว๕๕๔

วันที่ ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความร่วมมือเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย

เรียน/เจริญพร พระมหาสารอง สฤษฎโต, ดร.

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ รหัสนิสิต ๕๗๐๕๕๐๕๐๒๙ บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา” มีคณะกรรมการควบคุมดุชนิพนธ์ ดังนี้ คือ ๑) พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร. ๒) พระครูสุธีศัมภีร์ญาณ, ผศ.ดร.

เพื่อให้งานศึกษาวิจัยของนิสิตมีคุณภาพด้านวิชาการและถูกต้องตามหลักการวิจัย บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัย จึงเรียน/เจริญพรมมาเพื่อขอความร่วมมือท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือการศึกษาวิจัยของนิสิตท่านนี้ด้วย

บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับร่วมความมือจากท่านด้วยดี ขออนุโมทนามา ณ โอกาสนี้

(พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร.)

รองอธิการบดี วิทยาเขตขอนแก่น

ประธานกรรมการบริหารบัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น

ภาคผนวก ค
 ขออนุญาตสัมภาษณ์

ที่ ศธ.๖๑๓๒.๑/ว๔๔



บัณฑิตศึกษา
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 วิทยาเขตขอนแก่น ตำบลโคกสี
 อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ๔๐๐๐๐

๒๖ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน/เจริญพร โรบินสัน จังหวัดขอนแก่น

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ รหัสนิสิต ๕๗๐๕๕๐๕๐๒๙ บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา” มีคณะกรรมการควบคุมดุชนิพนธ์ ดังนี้ คือ ๑) พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร. ๒) พระครูสุธีศัมภีร์ญาณ, ผศ.ดร.

เพื่อให้งานวิจัยสำเร็จคล่องตามวัตถุประสงค์ จึงเจริญพรมมา เพื่อขออนุญาตให้นิสิตได้ขอสัมภาษณ์ เพื่อการวิจัย เรื่อง การประยุกต์ใช้หลักพุทธจริยศาสตร์ในการแก้ปัญหาความรุนแรงในครอบครัวในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ครั้งนี้ด้วย โดยข้อมูลที่ได้จักใช้ประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้นไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด

บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับร่วมมือจากท่านด้วยดี ขออนุโมทนามา ณ โอกาสนี้

เจริญพร

(พระโสภณพัฒนบัณฑิต,รศ.ดร.)

รองอธิการบดี วิทยาเขตขอนแก่น

ประธานกรรมการบริหารบัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น

สนง.บัณฑิตศึกษา โทร.๐๔๓-๒๘๓-๕๔๗ ต่อ ๑๑๖

พระมหาพิสิฐ วิสิฎฐปัญโญ - จนท.ประสานงาน - ๐๘๕-๗๔๗-๗๗๖๐

ที่ ศธ.๖๑๓๒.๑/ว๔๔



บัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตขอนแก่น ตำบลโคกสี
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ๔๐๐๐๐

๒๖ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน/เจริญพร ท้างสรรพสินค้าบักซี่ จังหวัดขอนแก่น

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ รหัสนิสิต ๕๗๐๕๕๐๕๐๒๙ บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา” มีคณะกรรมการควบคุมคุชฎินิพนธ์ ดังนี้ คือ ๑) พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร. ๒) พระครูสุธีศัมภีร์ญาณ, ผศ.ดร.

เพื่อให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ จึงเจริญพรมมา เพื่อขออนุญาตให้นิสิตได้ขอสัมภาษณ์ เพื่อการวิจัย เรื่อง การประยุกต์ใช้หลักพุทธจริยศาสตร์ในการแก้ปัญหาความรุนแรงในครอบครัวในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ครั้งนี้ด้วย โดยข้อมูลที่ได้จักใช้ประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้นไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด

บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับร่วมมือจากท่านด้วยดี ขออนุโมทนามา ณ โอกาสนี้

เจริญพร

(พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร.)

รองอธิการบดี วิทยาเขตขอนแก่น

ประธานกรรมการบริหารบัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น

สนง.บัณฑิตศึกษา โทร.๐๔๓-๒๘๓-๕๔๗ ต่อ ๑๑๖

พระมหาพิสิฐ วิสิฎฐปัญโญ - งานท.ประสานงาน - ๐๘๕-๗๔๗-๗๗๖๐

ที่ ศธ.๖๑๓๒.๑/ว๔๔



บัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตขอนแก่น ตำบลโคกสี
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ๔๐๐๐๐

๒๖ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน/เจริญพร ห้างแฟรี่พลาซ่า จังหวัดขอนแก่น

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ รหัสนิสิต ๕๗๐๕๕๐๕๐๒๙ บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา” มีคณะกรรมการควบคุมคุชชีนิพนธ์ ดังนี้ คือ ๑) พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร. ๒) พระครูสุธีศัมภีร์ญาณ, ผศ.ดร.

เพื่อให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ จึงเจริญพรมมา เพื่อขออนุญาตให้นิสิตได้ขอสัมภาษณ์ เพื่อการวิจัย เรื่อง การประยุกต์ใช้หลักพุทธจริยศาสตร์ในการแก้ปัญหาความรุนแรงในครอบครัวในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ครั้งนี้ด้วย โดยข้อมูลที่ได้จักใช้ประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้นไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด

บัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับร่วมมือจากท่านด้วยดี ขออนุโมทนามา ณ โอกาสนี้

เจริญพร

(พระโสภณพัฒนบัณฑิต, รศ.ดร.)

รองอธิการบดี วิทยาเขตขอนแก่น

ประธานกรรมการบริหารบัณฑิตศึกษา วิทยาเขตขอนแก่น

สนง.บัณฑิตศึกษา โทร.๐๔๓-๒๘๓-๕๔๗ ต่อ ๑๑๖

พระมหาพิสิฐ วิสิฎฐปัญโญ - งานท.ประสานงาน - ๐๘๕-๗๔๗-๗๗๖๐

ภาพประกอบการสัมภาษณ์



คุณรัชณี ศรีมงคล ผู้จัดการ บ.บีคซี ซูเปอร์เซนเตอร์ จำกัด สาขาขอนแก่น
สัมภาษณ์ เมื่อ ๑๘ มกราคม ๒๕๖๒



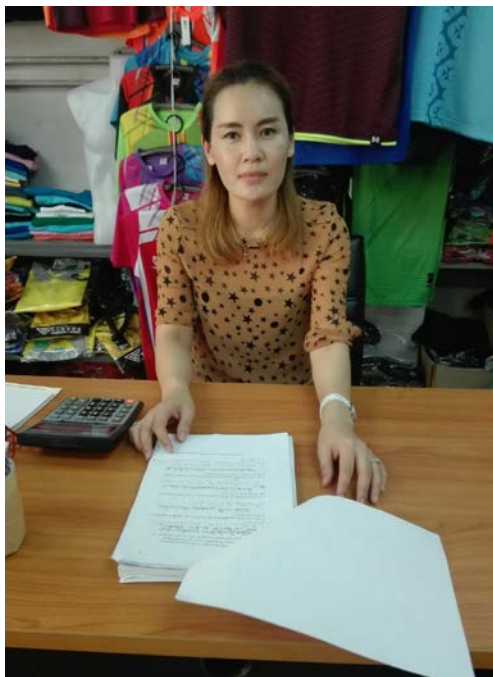
คุณทศ จิราธิวัฒน์ ประธานกรรมการบริหารบริษัทกลุ่มเซ็นทรัล จำกัด สาขาขอนแก่น
สัมภาษณ์ เมื่อ ๒๒ มกราคม ๒๕๖๒



คุณโหมสุดา วโทยาโรจน์ กรรมการผู้จัดการ ห้างสรรพสินค้าแฟรี่พลาซ่าขอนแก่น
สัมภาษณ์ เมื่อ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๒



คุณรสสุคนธ์ วงศ์อินตา นักธุรกิจ เกี่ยวกับความงาม ร้านรสสุคนธ์บิวตี้ ช้างแฟรี่ ขอนแก่น



คุณกิตติกานต์ สิทธิธ นักธุรกิจเสื้อผ้าร้านต้นสปอร์ต ข้างสนามกีฬาขอนแก่น



ดร.เอมอร จันทนตรี สัมภาษณ์ เมื่อ ๒๑ มกราคม ๒๕๖๒



นางสาวสุภาวดี เทนอิสสระ สัมภาษณ์ เมื่อ ๑๔ มกราคม ๒๕๖๒



นางสาวมาริสรา ไสวงาม สัมภาษณ์ เมื่อ ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒



นางสาวสาธิตา ไสวงาม สัมภาษณ์ เมื่อ ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อผู้วิจัย : นางสาวอนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ
วัน เดือน ปีเกิด : วันที่ ๑๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๔๘
การศึกษา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ปัจจุบัน : อยู่บ้านเลขที่ ๙๓๙/๙๙ หมู่ ๑๙ บ้านสวนมอ ตำบลศิลา
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
-ทำธุรกิจส่วนตัว ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ
-Tel. : ๐๙๘-๒๖๑ ๖๒๕๔
-E-mail : anongphatha@hotmail.com
-Facebook : Cat Phatha
-Line : catphatha