

รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรม

ทางพระพุทธศาสนา*

A MODEL OF BUSINESS ADMINISTRATION OF THE DEPARTMENT STORES IN ACCORDANCE WITH BUDDHIST DOCTRINES

อนงค์ภัทร์ ทรัพย์กนกมาศ

Anongphatha Supphanokmast

พระโสณพัฒนบัณฑิต

Phra Saponphattanabundit

พระครูสุธีคัมภีรญาณ

Phrakhru Sudhikhambhirayan

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

Mahachulalongkornrajavidyalaya University KhonKaen Campus, Thailand

E-mail: anongphatha@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดการบริหารธุรกิจและสภาพการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา 3) เพื่อสังเคราะห์รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า

1. แนวคิดการบริหารธุรกิจ ประกอบด้วยหลักการให้บริการของห้างสรรพสินค้า การให้บริการลูกค้า กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้า เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ โมเดลคุณภาพของการบริการ และสภาพการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน จำแนกเป็นลักษณะธุรกิจ นโยบายและการดำเนินธุรกิจ

* Received 13 March 2019; Revised 20 August 2019; Accepted 21 August 2019



ทิศทางการประกอบการธุรกิจ ของห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งในจังหวัดขอนแก่น คือ บิ๊กซี แฟร์รี่พลาซ่า และ โรบินสัน

2. การบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ของห้างสรรพสินค้าในจังหวัดขอนแก่น ใช้หลักสัปปุริสธรรม 7 คือ ธัมมัญญาตา เป็นผู้รู้จักเหตุ อัตถัญญาตา เป็นผู้รู้จักผล อัตตัญญาตา เป็นผู้รู้จักตน มัตตัญญาตา เป็นผู้รู้จักประมาณ กาลัญญาตา เป็นผู้รู้จักกาล ปริสสัญญาตา เป็นผู้รู้จักบริษัท ปุคคลัญญาตา เป็นผู้รู้จักบุคคล นำมาประยุกต์ใช้ในการครองตน ส่วนการครองคนใช้หลักสังคหวัตถุ 4 และการครองงานใช้หลักอิทธิบาท 4

3. การสังเคราะห์รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา 3 ประการ คือ 1) ลักษณะของธุรกิจ สังเคราะห์เข้ากับหลักอิทธิบาท 4 ในการครองงาน 2) นโยบายและการดำเนินธุรกิจสังเคราะห์เข้ากับหลักสังคหวัตถุ 4 ในการครองคน และ 3) ทิศทางประกอบธุรกิจ สังเคราะห์เข้ากับหลักสัปปุริสธรรม 7 ในการครองตน

คำสำคัญ: รูปแบบ การบริหารธุรกิจ, ห้างสรรพสินค้า, หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

Abstract

This research aims were 1) to study the concept of business management and state of the department stores in the Present contemporary 2) to study business management according to Buddhist doctrines and 3) to synthesis a model of the department stores management in accordance to Buddhist doctrines. The research was qualitative. The tools of the research were the in-depth interview, the observation which analysis data by descriptive method.

The resut of research were as follows: -

1 . The concept of management consists of the principles of the department stores services, customer service. The process of decision-making to select the department stores service, 3) business direction of department stores in Khon Kaen province consist of Big C, Fairry plaza and Robinson.

2 . Business management based on Buddhist Doctrines of the administrator of department stores 's management in Khon Kaen province by



the seven Suppurisa-Dhamma i.e. Dhammannuta: knowing the law. Atthannutta: knowing the meaning, Attannuta: knowing oneself, Mattannuta : moderation, Kalannuta : knowing the proper time, Parisannutta: knowing the society and Puggalannuta: knowing the different individuals. The managers applied the Suppurisa-Dhamma for personal lifestyle, the Sangahavattthu for public lifestyle of a person and the Iddhipada for working style.

3. The synthesis of business management model of the Department Stores follows to the three Buddhist Doctrines as follows; - 1) business characteristics synthesized into the Iddhipada Doctrines for working style 2) the policy and business running synthesized into the Sangahavattthu doctrines for public lifestyle and 3) business direction synthesized into the Suppurisa-Dhamma Doctrines for personal lifestyle.

Keywords: Model of Business Administration, Buddhist Doctrines, The Malls.

บทนำ

สังคมมนุษย์มีกิจกรรมในการทำงานร่วมกัน เพื่อผลิตสิ่งของและบริการ กระจายแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ ซึ่งเรียกว่า การประกอบธุรกิจ ประกอบธุรกิจหากผู้ประกอบการมุ่งหวังแต่เพียงการทำกำไรให้มากมายมหาศาล โดยไม่คำนึงถึงศีลธรรมอันดีงามของมนุษย์ การทำธุรกิจดังกล่าวก็กลับเป็นอันตรายให้กับสังคมได้ (รังสี สุทนต์, 2543) จริยธรรมในการประกอบธุรกิจจึงมีความจำเป็นและเป็นที่ต้องการในโลกปัจจุบัน การศึกษาจริยธรรมที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจเป็นความจำเป็นนั้น เพราะว่า จริยธรรมและคุณธรรมก่อให้เกิดความมั่นคงแก่ธุรกิจและอำนวยประโยชน์ให้กับสังคมอย่างยั่งยืน (พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), 2543)

องค์กรธุรกิจและห้างสรรพสินค้าในจังหวัดขอนแก่น ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คำนึงความสำคัญดังกล่าว จึงพร้อมที่จะสร้างความสุขคืนสู่สังคม ด้วยการนำหลักการบริหารธุรกิจบูรณาการกับหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา เพื่อให้ผู้รับบริการมีความสุขทั้งทางกายและใจอย่างแท้จริง



จากเหตุผลดังกล่าวมานั้น ผู้วิจัยในฐานะเป็นนักธุรกิจ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน เพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจ ตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา และเพื่อศึกษารูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา พร้อมทั้งนำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจขององค์กรธุรกิจปัจจุบัน เพื่อให้องค์กรธุรกิจเกิดจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างความสุขต่อสังคมเชิงพุทธ สำหรับการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในองค์กรธุรกิจ ชุมชน สังคม และประเทศชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดการบริหารธุรกิจและสภาพการการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา
3. เพื่อสังเคราะห์รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) โดยผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัย (Research Process) ตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน

ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมาย ความเป็นมา และหลักการที่เกี่ยวข้อง ด้วยการวิเคราะห์ตีความและอธิบายขยายความข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยเห็นว่าน่าจะมีการอธิบายเพิ่มเติมหรือขยายความเพื่อให้ทราบรอบความหมาย หลักการ และความสำคัญของแนวคิดทฤษฎีและหลักการว่าด้วยการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทยปัจจุบัน ทั้งจากตำราวิชาการ และภาคปฏิบัติของผู้วิจัยเองในทุก ๆ มิติ

ขั้นที่ 2 สภาพการบริหารองค์กรธุรกิจห้างสรรพสินค้าในจังหวัดขอนแก่น

ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพการบริบทองค์กรธุรกิจ และสภาพเศรษฐกิจในจังหวัดขอนแก่น บริบทของห้างบิ๊กซี ห้างแฟรี่พลาซ่า และห้างโรบินสัน สาขาขอนแก่น โดยผู้วิจัยได้



สร้างเครื่องมือ คือแบบสัมภาษณ์ โดยกำหนดร่างเครื่องมือ และร่างรูปแบบที่เหมาะสมตาม สมมติฐานของผู้วิจัยเอง แล้วนำเสนอต่อนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 รูป/คน กำหนด ประเด็นการวิจัย และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจาก ตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย แล้ววิเคราะห์ สังเคราะห์บทสัมภาษณ์ เพื่อเป็นฐานความรู้ในการ ศึกษาวิจัย

ขั้นที่ 3 หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่มีความเหมาะสมกับการบริหารธุรกิจของ ห้างสรรพสินค้า

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และสังเคราะห์สาระสำคัญของรูปแบบการบริหารธุรกิจของ ห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ด้วยหลักสัปปุริสธรรม 7 สังคหวัตถุ 4 และ อิทธิบาท 4 เชิงบูรณาการ ให้เป็นองค์ความรู้ใหม่ของรูปแบบ ตามหลักธรรมทาง พระพุทธศาสนา รวมทั้งทำการวิเคราะห์ และรวบรวมความรู้ที่ได้รับมาจากการศึกษา ภาควิชาฯ แล้วนำมาแก้ไขปรับปรุง เพิ่มเติมใหม่ ตามคำแนะนำของท่านผู้เชี่ยวชาญ และ ทรงคุณวุฒิทางด้านวิชาการ ประมวลผล และสรุปผลการวิจัย จะทำให้ทราบ และได้เข้าใจองค์ ความรู้ใหม่ของรูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และเหตุการณ์สังคมไทยปัจจุบันได้ แล้วเสนอ ผลงานวิจัยต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและแนวคิดทฤษฎีและหลักการว่าด้วยการ บริหารธุรกิจในบริบทสังคมไทยปัจจุบัน สภาพการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในจังหวัด ขอนแก่น หลักการการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมในพระพุทธศาสนา รูปแบบการบริหารธุรกิจ ของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

ขอบเขตด้านเอกสาร

1. เอกสารชั้นปฐมภูมิ (Primary Sources) คือ พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พุทธศักราช 2539
2. เอกสารชั้นทุติยภูมิ (Secondary Sources) คือ เอกสาร หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบทความต่าง ๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในบางส่วนที่เกี่ยวข้องเช่น หนังสือ งานวิจัย บทความ และวิทยานิพนธ์



3. ขอบเขตภาคสนาม และพื้นที่ ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือ คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Dept Interview) กลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่มในจังหวัดขอนแก่น โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การสัมภาษณ์ตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย มี 3 กลุ่ม คือ

- | | |
|-------------------------------------|-------------|
| 1. นักธุรกิจ | จำนวน 3 คน |
| 2. เจ้าหน้าที่ห้างสรรพสินค้า | จำนวน 5 คน |
| 3. ลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้า | จำนวน 12 คน |
| รวมกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น | จำนวน 20 คน |

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดพื้นที่ที่จะใช้เป็นกรณีศึกษา คือห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ห้างแฟรี่พลาซ่าและโรบินสัน จังหวัดขอนแก่น เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต

ผลการศึกษา

รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา สรุปผลการวิจัยได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. แนวคิดสภาพการณ์ดำเนินการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าในสังคมไทย ปัจจุบันการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้มีการผลิตสินค้าและบริการ มีการซื้อขาย แลกเปลี่ยนจำหน่าย และกระจายสินค้าและมีประโยชน์หรือกำไรจากกิจกรรมนั้น ธุรกิจมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคมปัจจุบันมากเพราะนอกจากจะเป็นองค์การที่ผลิตสินค้า หรือบริการที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของการดำรงชีวิต หรือปัจจัย 4 การประกอบธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือใหญ่แค่ไหนก็ตามสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ กำไร เพราะเป็นแรงจูงใจของการดำเนินการทางธุรกิจก่อให้เกิดการแข่งขันและการขยายตัวทางธุรกิจให้เจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ให้ความหมายธุรกิจไว้ว่า ความพยายามที่เป็นแบบแผนของนักธุรกิจในการผลิตและขายสินค้าหรือบริการเพื่อสนองความต้องการของสังคม ประเภทของธุรกิจที่ได้จำแนกมานี้ เป็นลักษณะการแบ่งเพื่อให้มองเห็นภาพของประเภทธุรกิจได้ชัดเจนขึ้น เพื่อจะได้สะดวกในการจัดระบบและดำเนินในธุรกิจแต่ละประเภท ได้สะดวกและง่ายต่อการดำเนินการในธุรกิจประเภทนั้น ๆ การประกอบธุรกิจทุกประเภท เป็นการก่อให้เกิดรายได้ทั้งแก่ผู้ประกอบการและพนักงาน แต่ที่เป็นผลต่อความมั่นคง



ทางเศรษฐกิจ ก็คือก่อให้เกิดรายได้ประจำเป็นหลักประกันความเป็นอยู่ของพนักงาน และก่อให้เกิดอาชีพที่มั่นคงด้วย ทั้งยังต้องมีความสัมพันธ์กับชุมชนที่ธุรกิจเข้าดำเนินการอยู่ ดังนั้นจึงถือเป็นหน้าที่ของธุรกิจที่ต้องให้บริการต่อสังคม รวมไปถึงสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนในด้านต่าง ๆ ด้วย เพราะความเจริญของชุมชนคือผลกระทบจากการประกอบธุรกิจ โดยมุ่งหวังให้ธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน มิใช่สร้างความแตกแยกแก่ชุมชน

ธุรกิจการค้าปลีกค้าส่งของไทย ก็ได้พัฒนาก้าวหน้าตามลำดับโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการนำวิทยาการจัดการ มีการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจและใช้ผู้บริหารที่เป็นมืออาชีพเข้ามาดำเนินการ ธุรกิจปลีกค้าส่งมากยิ่งขึ้นจนกลายเป็นการค้ายุคใหม่ โดยห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าเกิดขึ้นมากมาย ขณะเดียวกันธุรกิจค้าปลีกค้าส่งก็ได้ขยายตัวจากกรุงเทพมหานครสู่ต่างจังหวัดอย่างรวดเร็ว เมื่อธุรกิจค้าปลีกสร้างผลกำไรให้ผู้ประกอบการมหาศาลจึงมีการแข่งขันกันพัฒนาด้านการบริหารจัดการที่ทันสมัยเนื่องจากมีกลไกการตลาดที่ทันสมัย สามารถตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันของคนที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีเวลาว่างน้อยลง วิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนในปัจจุบันที่เห็นได้ชัดคือการมีรายได้สูงมากขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจค้าปลีก โดยมีลักษณะเป็นห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าแบบเน้นสินค้าราคาถูก ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ร้านค้าปลีกครบวงจร ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง ร้านขายส่งขนาดใหญ่

ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าศูนย์การค้าเป็นสถานที่รวบรวมสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ อย่างครบวงจร รวมอยู่ในสถานที่แห่งเดียวกัน ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงภาพยนตร์ ศูนย์อาหาร และบริการที่จอดรถ โดยเน้นสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมาก โดยมีหลักการคือหลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หลักความสม่ำเสมอ หลักความเสมอภาค หลักความประหยัด หลักความสะดวก การให้บริการของห้างสรรพสินค้าการจำแนกระดับของการบริการและประเภทของบริการ โดยนำกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้า คือ ความจำเป็น (Needs) ลูกค้ามีความจำเป็นที่จะต้องมีการใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ เช่น บริษัทมีความจำเป็นต้องการสื่อสารให้ทราบว่าการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ความต้องการ (Wants) ได้แก่ ความต้องการที่จะใช้สินค้าและบริการประเภทนั้น เช่น บริษัทต้องการโปรโมทสินค้าหรือบริการนั้น ๆ วัตถุประสงค์ (Objectives) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อ



ตอบสนอง Needs และ Wants คือ บริษัทมีความประสงค์ต้องการนำเสนอสินค้าและบริการให้กับลูกค้า การตลาด (Marketing) เนื่องจากงานโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด ดังนั้นการตลาดจึงเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง กล่าวคือ มีหน้าที่สร้างการรับรู้และตระหนักถึงที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความต้องการที่จะตอบสนองความจำเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ผลักดันให้มีการกระทำเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์นั้น ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) ตาม Needs ผ่านกระบวนการทางการตลาดคือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจึงต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นจากภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจเป็นเหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล หรือเหตุจูงใจซื้อทางด้านจิตวิทยาก็ได้ (วิชารียา เรืองโพธิ์, 2553)

นอกจากนี้ยังทำการวิเคราะห์อัตราเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นดัชนีหลักในการกำหนดทิศทางของตลาดและของบริษัท การวิเคราะห์จะรวมไปถึงอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อที่เกิดขึ้นจริงเทียบกับเป้าหมาย เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ผลงานด้านการขายและผลงานการตลาดในด้านอื่น ๆ วิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตของตลาด การวิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตของตลาดที่เกิดขึ้นจริง จะช่วยให้รู้ถึงสถานะที่แท้จริงของตลาดและการแข่งขันในตลาดที่เกิดขึ้น ซึ่งย่อมจะมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ทั้งในด้านบวกและด้านลบ การประเมินอัตราการเจริญเติบโตของตลาดเป็นระยะ ๆ เช่น รายเดือน หรือรายไตรมาส จะช่วยให้สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดและหาทางแก้ไขได้ทันทั่วทั้ง วิเคราะห์การขาย การวิเคราะห์การขาย คือ การวัดผลการขายที่เกิดขึ้นจริงเปรียบเทียบกับ เป้าหมายการขายที่ได้กำหนดไว้ การวิเคราะห์การขายควรจะทำทุกเดือนและตลอดปี และในบางครั้ง อาจจะทำบ่อยกว่านั้น การวิเคราะห์การขายจะทำ ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ มูลค่าการขาย ปริมาณการขาย และมูลค่าและปริมาณการขายตามเขตการขายต่าง ๆ วิเคราะห์ส่วนครองตลาด นอกเหนือจากการวิเคราะห์การขายแล้ว จะต้องเปรียบเทียบยอดขายของบริษัทกับบริษัทคู่แข่งอื่น ๆ ในตลาด เพื่อให้รู้ผลการดำเนินการจริงของบริษัทว่าประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงไร ถึงแม้ยอดขายจริงของบริษัทจะสูงกว่าเป้าหมาย แต่อาจจะไม่ได้หมายความว่าประสบความสำเร็จ ถ้าเจริญเติบโตใน



อัตราที่ต่ำกว่าตลาด จะทำให้ส่วนครองตลาดของบริษัทลดลงการวิเคราะห์ส่วนครองตลาดจะช่วยให้รู้ผลงานของบริษัท เมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายทางการตลาด การควบคุมแผนการตลาด ต้องมีการควบคุมค่าใช้จ่ายทางการตลาดว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้หรือไม่การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายทางการตลาดเทียบกับยอดขายเป็นระยะ ๆ จะช่วยให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ภายในงบประมาณที่ได้กำหนดไว้ วิเคราะห์ส่วนผสมการตลาด ส่วนผสมการตลาดเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของแผนการตลาดการวิเคราะห์ส่วนผสมการตลาด เริ่มต้นโดยการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายว่าเป็นไปตามแผนการตลาดหรือไม่ การวิเคราะห์แผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ จะเน้นแผนการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หลังจากนั้นก็จะมีการวิเคราะห์แผนกลยุทธ์ราคา แผนกลยุทธ์การจัดจำหน่าย และแผนกลยุทธ์การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์ความพอใจของลูกค้าเป้าหมาย ในการตลาดที่มุ่งสนองความต้องการ และนำความพอใจมาสู่ลูกค้าเป้าหมาย ความพอใจของลูกค้าเป้าหมายเป็นเป้าหมายสูงสุดของการตลาด

การสร้าง ความพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย คือ การเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลาและต่อเนื่องโดยวิธีการต่าง ๆ นับตั้งแต่การต้อนรับ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ การติดต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ การจัดส่งเอกสาร/วารสารให้ลูกค้า การส่งการ์ดอวยพรวันเกิด ฯลฯ การวิเคราะห์ความพอใจของลูกค้าเป้าหมาย อาจจะทำโดยวิธีการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า การสัมภาษณ์ ลูกค้า การจัดให้มีกล่องแสดงความคิดเห็น เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้มีโอกาสสื่อสารกับ บริษัท ฯลฯ การจัดทำศูนย์ข้อมูลลูกค้าช่วยให้สามารถเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าได้อย่างละเอียดและสม่ำเสมอ และให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าทุก ๆ รายอย่างทั่วถึง แนวความคิดการตลาดสมัยใหม่เน้นถึงการเก็บข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งนอกจากจะช่วยใหู้้เกี่ยวกับลูกค้ามากยิ่งขึ้น ยังเป็นการสร้างโอกาสสำหรับการเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ตลอดชีวิตของลูกค้าอีกด้วยและวิเคราะห์ทางการเงิน การวิเคราะห์ทางการเงิน จัดทำขึ้นเพื่อตรวจสอบผลตอบแทนทางการเงิน เช่น กำไรต่อยอดขาย และผลตอบแทนจากการลงทุน การวิเคราะห์กำไรต่อยอดขายโดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถตรวจสอบประสิทธิภาพของ การบริหารงาน การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน ช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่าง ถูกต้องว่าควรลงทุนหรือขยายธุรกิจในผลิตภัณฑ์ใดที่จะให้ผลตอบแทนการลงทุนสูงสุด สรุปออกมาได้ 1) ลักษณะธุรกิจ 2) นโยบาย



การดำเนินการธุรกิจ 3) ทิศทางการประกอบธุรกิจ ทั้ง 3 แบบ ห้างสรรพสินค้าต่างก็มีแนวคิดและยึดหลักการบริหารสมัยใหม่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั่นเอง

2. บริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา พบว่า ห้างสรรพสินค้ามีความรับผิดชอบต่อสังคมคือการดำเนินการใด ๆ ที่คำนึงถึงผลที่จะกระทบต่อสังคมโดยไม่ทำให้สังคมหรือสิ่งแวดล้อมเกิดความเสียหายและยังมีหน้าที่ที่จะต้องบำรุงรักษาให้สังคมหรือสิ่งแวดล้อมดีขึ้นและสอดคล้องกับเศรษฐกิจเชิงพุทธคือไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแค่การผลิตและจำหน่ายให้กับผู้บริโภคเพื่อหวังผลกำไรเท่านั้น แต่เน้นการพัฒนาองค์ประกอบทุกอย่างของชีวิต เช่น การรู้จักประมาณ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ไม่มีการเอารัดเอาเปรียบกันไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และไม่ใช้ชีวิตอย่างฟุ่มเฟือยเกินฐานะของตนและเป็นการตลาดเชิงพุทธ พระพรหมคุณาภรณ์ (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2550) กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้เป็นมรรคในการพัฒนาชีวิตมนุษย์สู่ความสมบูรณ์แบบ ชีวิตมนุษย์นั้นประกอบด้วยกายและจิตการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงสองสิ่งนี้และจะต้องพัฒนาความก้าวหน้าของกายและจิตควบคู่กันไปการมุ่งเน้นผลตอบแทนทางการเงินเป็นการพัฒนาทางกายส่วนการมุ่งเน้นการบ่มเพาะคุณภาพที่ดีแก่จิตคือ การพัฒนาจิตการดำเนินงานตามจริยธรรมแห่งสัมมาอาชีวะ คือ การบูรณาการทั้งสองสิ่งไว้ในวิธีการทำงานบริษัทสัมมาชีพ มีความเชื่อที่แรงกล้าว่าการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องสร้างคุณภาพของกายและจิตและยังประกอบด้วยสังคหัตถ์ 4 (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539) ในเชิงการตลาดโดยทั่วไปแล้วเข้าใจกันว่าการให้เป็นกิริยาที่ตรงกันข้ามกับการขาย เพื่อหวังผลกำไร แต่ความจริงแล้วสามารถประยุกต์ให้เกิดความเหมาะสมได้ เช่น การไม่ค้ากำไรเกินควรผลิตสินค้าที่ดีจำหน่ายแก่ผู้บริโภค หรือการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจค้าขาย สิ่งเหล่านี้ก็ควรนับว่าเป็นการให้ได้เหมือนกัน การกล่าววาทจาตังฆหรือการพูดคำไพเราะย่อมสามารถผูกมัดจิตใจลูกค้าไว้ได้จัดว่าเป็นการโฆษณาสินค้าของตนก็ได้ ซึ่งมีความสำคัญต่อการจำหน่ายสินค้าได้ดี สินค้าบางชนิดคุณภาพก็ธรรมดา แต่อาศัยการโฆษณาและการพูดโน้มน้าวจิตใจลูกค้า ก็ทำให้มียอดจำหน่ายสูง ผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานห้างได้ประยุกต์ใช้หลักสัปปริสธรรม 7 ส่วนพนักงานห้างสรรพสินค้าเน้นใช้หลักสังคหัตถ์ 4

3. รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา พบว่า รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักพระพุทธศาสนานั้นเนื่องจาก



ปัญหาที่ห้างสรรพสินค้าต้องเผชิญและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ปัญหาเรื่องของการพัฒนาคนให้มีความสามารถสูงขึ้น และมีความสามารถในการแข่งขันการจัดการระบบ การจัดระบบในการทำงานที่ต้องเพิ่มประสิทธิภาพให้มีความรวดเร็ว ทันสมัย คล่องตัว กระชับ พร้อมทั้งจะเข้าสู่การแข่งขันในอนาคตที่ต้องแข่งขันมากขึ้น โดยยึดถือหลัก ความโปร่งใส ความเสมอภาค การสร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาว และการส่งเสริมการปฏิบัติที่เป็นเลิศ โดยมีหลักในการดำเนินธุรกิจที่องค์การยึดถือปฏิบัติ คือ 1) มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน 2) มีความโปร่งใสและเปิดเผยอย่างตรงไปตรงมา 3) ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม 4) มุ่งสร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสีย และ 5) ส่งเสริมการปฏิบัติที่เป็นเลิศ เป็นการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลซึ่งประกอบด้วยหลักนิติธรรม คือ หลักเกณฑ์หรือกฎเกณฑ์ที่กลุ่มคนแต่ละกลุ่มได้สร้างขึ้นเพื่อบังคับใช้ และการบังคับใช้ต้องต้องเป็นธรรม มีความเสมอภาค และ เป็นที่ยอมรับของคนส่วนมากในกลุ่ม

การสังเคราะห์รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา 3 ประการ คือ 1) ลักษณะของธุรกิจที่สังเคราะห์เข้ากับหลักอิทธิบาท 4 คือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสาซึ่งสอดคล้องกับการครองงาน 2) นโยบายและการดำเนินธุรกิจสังเคราะห์เข้ากับหลักสังคหวัตถุ 4 ได้แก่ ทาน ปิยวาจา อตถจริยา และสมานัตตตา เป็นหลักธรรมที่ยึดเหนี่ยวให้บุคคลรักใคร่กลมเกลียว ทำให้สามารถครองคนได้ดี 3) ทิศทางการประกอบธุรกิจนั้น สังเคราะห์หลักสัปปริสธรรม 7 ได้แก่ อัมมัญญตา เป็นผู้รู้จักเหตุ อัตถัญญตา เป็นผู้รู้จักผล อัตตัญญตา เป็นผู้รู้จักตน มัตตัญญตา เป็นผู้รู้จักประมาณ กาลัญญตา เป็นผู้รู้จักกาล ปริสสัญญตา เป็นผู้รู้จักบริษัท ปุคคลัญญตา เป็นผู้รู้จักบุคคลเหมาะสมแก่ผู้บริหารในการประยุกต์ใช้เพื่อเป็นหลักยึดในการครองตน

อภิปรายผล

รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา อภิปรายผลดังนี้ เนื่องจากปัญหาที่ห้างสรรพสินค้าต้องเผชิญและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ปัญหาเรื่องของการพัฒนาคนให้มีความสามารถสูงขึ้น และมีความสามารถในการแข่งขันการจัดการระบบ การจัดระบบในการทำงานที่ต้องเพิ่มประสิทธิภาพให้มีความรวดเร็ว ทันสมัย คล่องตัว กระชับ พร้อมทั้งจะเข้าสู่การแข่งขันในอนาคตที่ต้องแข่งขันมากขึ้น (วีระวัฒน์ ปันนิตา



มัย, 2560) โดยยึดถือหลักความรับผิดชอบต่อ ความโปร่งใส ความเสมอภาค การสร้างคุณค่าของ ธุรกิจในระยะยาว และการส่งเสริมการปฏิบัติที่เป็นเลิศ โดยมีหลักในการดำเนินธุรกิจที่องค์การ ยึดถือปฏิบัติ คือ 1) มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน 2) มีความ โปร่งใสและเปิดเผยอย่างตรงไปตรงมา 3) ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม 4) มุ่ง สร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสีย และ 5) ส่งเสริมการปฏิบัติที่เป็นเลิศ เป็น การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลซึ่งประกอบด้วยหลักนิติธรรม คือ หลักเกณฑ์หรือกฎเกณฑ์ที่ กลุ่มคนแต่ละกลุ่มได้สร้างขึ้นเพื่อบังคับใช้ และการบังคับใช้ต้องเป็นธรรม มีความเสมอภาค และ เป็นที่ยอมรับของคนส่วนมากในกลุ่ม หลักคุณธรรมนั้นคือ หลักการส่งเสริมความเป็นธรรม และความเสมอภาค มีการกระจายการพัฒนาอย่างทั่วถึงเท่าเทียมกัน มีจรรยาบรรณ ไม่ทำผิด วินัย ไม่มีการเลือกปฏิบัติ และมีระบบการรับเรื่องราวร้องทุกข์ที่ชัดเจน หลักความโปร่งใสคือ การที่ผู้บริหารมีความโปร่งใสในการทำงาน เช่นการมีระบบงานที่ชัดเจน มีระบบคุณธรรมใน การเลือกบุคลากร รวมถึงการให้คุณให้โทษ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระธานี เขมธมโม (จำปา) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “สัมมาอาชีวะในพระพุทธศาสนา” ผลการศึกษาวินิจฉัยพบว่า สัมมาอาชีวะเป็นมรรคปฏิบัติด้านศีลสิกขาเกี่ยวพันให้กระบวนการดำเนินชีวิตเป็นไปอย่างพอดี และสมดุล โดยหลักการจะครอบคลุมการดำเนินชีวิตทั้งทางกาย วาจา และใจ มีเป้าหมายอยู่ที่ ความสุขหรือประโยชน์ทั้งสามด้าน คือ ประโยชน์ตน ประโยชน์ผู้อื่น และประโยชน์ทั้งสองฝ่าย การดำเนินชีวิตตามหลักสัมมาอาชีวะมีคุณค่าต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมาย ที่ก่อให้เกิดความสุขมวลรวมของคนในสังคมมากยิ่งขึ้น การใช้และการรักษาทรัพยากรต่าง ๆ ที่ มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของตน หลักความรับผิดชอบต่อความตั้งใจมุ่งมั่นปฏิบัติงานให้ถูกต้อง ตามระเบียบอย่างเต็มความสามารถ คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวม มีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ ได้กระทำไป พร้อมที่จะถูกตรวจสอบ หลักความคุ้มค่า คือ หลักการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์อันสูงสุดแก่ ส่วนรวม ตลอดจนคำนึงการรักษาสิ่งแวดล้อม (พระธานี เขมธมโม (จำปา), 2550) และ อภิชัย พันธเสน ได้แสดงทัศนะไว้ว่า พุทธเศรษฐศาสตร์ หมายถึงการนำเอาคำสอนของพระพุทธเจ้า มาประยุกต์เข้ากับแนวคิดในวิชาเศรษฐศาสตร์ ที่พัฒนามาจากอารยธรรมตะวันตก กล่าวโดย สรุปลก็คือวิชาที่ว่าด้วยการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จะทำให้ปัจเจกบุคคลและสังคมบรรลุ ซึ่งตามติสุข จากการมีชีวิตอยู่ในโลกวัตถุภายใต้เงื่อนไขของการมีทรัพยากรที่จำกัด (อภิชัย



พันธเสน, 2547) สอดคล้องกับพระมหาสมโภช จูติญาโณ (ศรีพันธ์) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ศึกษาวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์ตามแนวพระไตรปิฎก” ผลการศึกษาวิจัยพบว่า เศรษฐศาสตร์ตะวันตกมีแนวคิดจากความเชื่อที่ว่า มนุษย์เป็นศูนย์กลางของจักรวาล จึงสามารถกำหนดกิจกรรมของตนได้อย่างเสรี ธรรมชาติแวดล้อมอยู่ภายใต้การยึดครองและการเปลี่ยนแปลงของมนุษย์ ส่วนเศรษฐศาสตร์ตามแนวพระไตรปิฎก การดำเนินกิจกรรมจึงควรให้สอดคล้องกับธรรมชาติ นอกจากนี้ความสุขที่เกิดจากการให้เปล่าเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ยิ่งขึ้นไปซึ่งไม่มีการประเมินว่าขาดทุนหรือกำไรแต่อย่างใด (พระมหาสมโภช จูติญาโณ (ศรีพันธ์), 2535)

สรุป

รูปแบบการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ห้างสรรพสินค้าเป็นธุรกิจที่มีลักษณะการดำเนินงาน 3 ประการด้วยกัน คือ 1) การขายสินค้า 2) การให้บริการ และ 3) การแสวงหากำไร โดยเป็นสถานที่รวบรวมสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ อย่างครบวงจรอยู่ในสถานที่แห่งเดียวกัน ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ซูเปอร์มาเก็ต โรงภาพยนตร์ ศูนย์อาหาร และบริการที่จอดรถ โดยเน้นสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมาก โดยมีหลักการคือ ความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หลักความสม่ำเสมอ หลักความเสมอภาค หลักความประหยัด หลักความสะอาด การดำเนินงานของห้างสรรพสินค้าไม่ได้เน้นแต่เรื่องการแสวงหากำไรแต่เพียงอย่างเดียวยังมีความรับผิดชอบต่อสังคมคือการดำเนินการใด ๆ ที่คำนึงถึงผลที่จะกระทบต่อสังคมโดยไม่ทำให้สังคมหรือสิ่งแวดล้อมเกิดความเสียหายและยังมีหน้าที่ที่จะต้องบำรุงรักษาให้สังคมหรือสิ่งแวดล้อมดีขึ้นและสอดคล้องกับเศรษฐกิจเชิงพุทธ คือ ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแค่การผลิตและจำหน่ายให้กับผู้บริโภคเพื่อหวังผลกำไรเท่านั้น

การได้พัฒนาองค์ประกอบทุกอย่างของชีวิต เช่น การรู้จักประมาณ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ไม่มีการเอารัดเอาเปรียบกันไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และไม่ใช้ชีวิตอย่างฟุ่มเฟือยเกินฐานะของตนและเป็นการตลาดเชิงพุทธคือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้เป็นมรรคในการพัฒนาชีวิตมนุษย์สู่ความสมบูรณ์แบบและชีวิตมนุษย์นั้นประกอบด้วยกายและจิตการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงสองสิ่งนี้ หลักสัปปุริสธรรม 7 คุณธรรมที่สำคัญ 7 ประการ สำหรับสัปปุริสชน หรือคนดี และเป็นคุณธรรมสำคัญสำหรับบริหารอย่างยิ่ง เพราะคุณธรรมทั้ง



7 ประการนี้ย่อมนำบุคคลนั้นไปสู่ความมีคุณค่าอย่างแท้จริง เรียกได้ว่าเป็นคนสมบูรณ์แบบ ซึ่งเป็นผู้สามารถนำหมู่ชนและสังคมไปสู่ความสันติสุขและความเจริญก้าวหน้าตลอดไปและจะต้องพัฒนาความก้าวหน้าของกายและจิตควบคู่กันไปการมุ่งเน้นผลตอบแทนทางการเงินเป็นการพัฒนาทางกายส่วนการมุ่งเน้นการบ่มเพาะคุณภาพที่ดีแก่จิตคือการพัฒนาจิตการดำเนินงานตามจริยธรรมแห่งสัมมาอาชีวะคือการบูรณาการทั้งสองสิ่งไว้ในวิธีการทำงานบริษัทสัมมาชีพมีความเชื่อที่แรงกล้าว่าการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องสร้างคุณภาพของกายและจิตและยังประกอบด้วยสังคหวัตถุ 4 คือ ในเชิงการตลาดโดยทั่วไปแล้วเข้าใจกันว่าการให้เป็นกิริยาที่ตรงกันข้ามกับการขายเพื่อหวังผลกำไร แต่ความจริงแล้วสามารถประยุกต์ให้เกิดความเหมาะสมได้ เช่น การไม่ค้ากำไรเกินควร ผลิตสินค้าที่ดีจำหน่ายแก่ผู้บริโภค หรือการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจค้าขาย สิ่งเหล่านี้ก็ควรนับว่าเป็นการให้ได้เหมือนกัน การกล่าววาจาดีงามหรือการพูดคำไพเราะย่อมสามารถผูกมัดจิตใจลูกค้าไว้ได้จัดว่าเป็นการโฆษณาสินค้าของตนก็ได้ ซึ่งมีความสำคัญต่อการจำหน่ายสินค้าได้ดี สินค้าบางชนิดคุณภาพก็ธรรมดา แต่อาศัยการโฆษณาและการพูดโน้มน้าวจิตใจลูกค้า ก็ทำให้มียอดจำหน่ายสูง นอกจากนั้นการดำเนินงานยังได้นำเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจโดยเน้นการให้บริการแก่ลูกค้าและแบบของผู้นำมาประยุกต์ใช้จนทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และความยั่งยืนจนถึงปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยชิ้นนี้แสดงว่าห้างสรรพสินค้าได้มีรูปแบบการบริหารธุรกิจตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ซึ่งช่วยส่งเสริมในธุรกิจนั้นสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและสามารถทำกำไรควบคู่กันไปได้ ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารของกิจการต่าง ๆ ควรนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานได้แก่

1.1 หลักการด้านการครองตน ผู้บริหารและพนักงาน ควรนำหลักสัปปุริสธรรม 7

1) เป็นผู้รู้ธรรม 2) เป็นผู้รู้ความหมายแห่งภาษิต 3) เป็นผู้รู้จักตน 4) เป็นผู้รู้ประมาณในการรับปัจจัย 5) เป็นผู้รู้จักเวลาอันเหมาะสม 6) เป็นผู้รู้จักวิธีการเข้าหาประชุมชน 7) เป็นผู้รู้จักเลือกคบคนให้ถูกต้อง เพื่อจะได้ประพฤติปฏิบัติหรือดำรงตนอยู่ในแนวทางที่ถูกต้องและเหมาะสมในฐานะที่ตนเป็นผู้ปกครอง



1.2 หลักการด้านการครองคน ผู้บริหารและพนักงาน ควรนำหลักอิทธิบาท 4 ฉันทะ คือ ความพอใจรักใคร่ในสิ่งนั้น วิริยะ คือ ความเพียรพยายาม จิตตะ คือ ความเอาใจใส่ในสิ่งนั้น วิมังสา คือ ความไตร่ตรองสอบสวนพิจารณา

1.3 หลักการด้านการครองคน ผู้บริหารและพนักงาน ควรนำหลัก สังคหัตถุ ทาน การให้คือเอื้อเพื่อเพื่อแผ่เสียสละแบ่งปัน เปยยวัชชะ วาจาเป็นที่รักกว่าจาดุดตึ่มน้ำใจ อตถจริยา การประพฤติประโยชน์คือชวนช่วยช่วยเหลือกิจการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ สมนัตตตา ความมีตนเสมอคือทำตนเสมอต้นเสมอปลายปฏิบัติสม่ำเสมอ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาการบริหารธุรกิจของห้างสรรพสินค้าตามหลักพระพุทธศาสนาเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนอย่างยั่งยืน

2.2 รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารห้างสรรพสินค้าเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงพุทธแบบมีส่วนร่วม

2.3 การนำหลักพุทธธรรมมาใช้บริหารห้างสรรพสินค้าแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่สินค้าหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งสินค้าในห้างสรรพสินค้า

เอกสารอ้างอิง

พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต). (2543). การพัฒนาที่ยั่งยืน. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: สหธรรมิก.

พระธำมณี เขมธมโม (จำปา). (2550). ศึกษาสัมมาอาชีวะในพระพุทธศาสนา. ใน วิทยานิพนธ์ พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2550). ธรรมานุญชีวิต. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: บริษัทพิมพ์สวัย จำกัด.

พระมหาสมโภช ฐิติญาโณ (ศรีพันธ์). (2535). ศึกษาวิเคราะห์เศรษฐกิจศาสตร์ตามแนวพระไตรปิฎก. ใน วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.



- มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาลัย.
- รังสี สุหนต์. (2543). เศรษฐีแห่งธรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุภาพใจ.
- วิชาริยา เรื่องโพธิ์. (2553). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน. ใน สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. (2560). แนวทางการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล. เรียกใช้เมื่อ 20 มีนาคม 2560 จาก http://www.ocsc.go.th/11_Jan_2013/1%20Thesis_2553_11_Jan_2013
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). ธุรกิจทั่วไป: ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: บริษัทดวงกมลสมัย จำกัด.
- อภิชัย พันธเสน. (2547). พุทธเศรษฐศาสตร์ วิวัฒนาการ ทฤษฎีและการประยุกต์กับเศรษฐศาสตร์สาขาต่าง ๆ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์.