

การบริหารธุรกิจบนพื้นฐานของเนกขัมมะบารมี

Business Administration Based on the Practice of Nekkhamma Parami

สิรินทร์ กันยาวิริยะ¹ และ ชิสา กันยาวิริยะ²

Sirin Gunyaviriya¹ and Chisa Gunyaviriya²

^{1,2}บริษัท ล.ธนวังศ์ (1997) จำกัด

^{1,2}Lor Yaowaraj Bangkok

Corresponding author, e-mail : ¹sirin.cnt@hotmail.com

²chisa.gu@ssru.ac.th

Received: August 15, 2025; Revised: August 31, 2025; Accepted: August 31, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งศึกษาและเสนอกรอบแนวคิดการบริหารธุรกิจบนพื้นฐานของ “เนกขัมมะบารมี” ซึ่งเป็นหนึ่งในบารมี 10 ตามคติพระพุทธศาสนาเถรวาท โดยเนกขัมมะบารมีมีความหมายถึงการสละความยึดติดในวัตถุและความสุขทางโลก เพื่อมุ่งสู่ความสงบและปัญญา บทความนี้ได้วิเคราะห์ทั้งความหมาย ระดับ และการประยุกต์ใช้เนกขัมมะบารมีในบริบทการบริหารธุรกิจร่วมสมัย พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับแนวคิดการจัดการสมัยใหม่

ผลการศึกษาเสนอว่า การนำเนกขัมมะบารมีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจสามารถช่วยให้องค์กรลดการตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยความโลภระยะสั้น เพิ่มความน่าเชื่อถือ และสร้างสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ความสำเร็จขึ้นอยู่กับ การแปลงหลักธรรมให้เป็นนโยบายและกระบวนการปฏิบัติที่สอดคล้องกับบริบทขององค์กรและตลาด องค์ความรู้ใหม่ที่บทความนี้นำเสนอคือ Nekkhamma Model ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 8 ด้าน ได้แก่ Noble Sacrifice, Ethical Vision, Knowledge Sufficiency, Kindness-Oriented Leadership, Holistic Responsibility, Accountability, Mindfulness Management และ Adaptability โดยแต่ละองค์ประกอบสามารถนำไปแปลงเป็นแนวทางเชิงปฏิบัติ เช่น การกำหนดนโยบายองค์กร การสร้างวัฒนธรรมองค์กร และการพัฒนาตัวชี้วัดด้านคุณธรรม เพื่อเสริมสร้างความไว้วางใจและความยั่งยืนในสังคมธุรกิจ

คำสำคัญ : การบริหาร, ธุรกิจ, การบริหารธุรกิจ, เนกขัมมะบารมี

Abstract

This academic article aims to study and propose a conceptual framework for business management based on Nekkhamma Parami, which is one of the Ten Perfections in Theravada Buddhism. Nekkhamma Parami refers to the renunciation of attachment to material possessions and worldly pleasures in pursuit of inner peace and wisdom. This article analyzes its meaning, levels, and applications in the context of contemporary business management, while linking it with modern management theories.

The findings suggest that applying Nekkhamma Parami in business practices can help organizations reduce decisions driven by short-term greed, enhance credibility, and create a balance among economic, social, and environmental dimensions. The success of such application depends on translating Buddhist principles into policies and practices aligned with organizational and market contexts. The originality of this article lies in the introduction of the Nekkhamma Model, which consists of eight key components: Noble Sacrifice, Ethical Vision, Knowledge Sufficiency, Kindness-Oriented Leadership, Holistic Responsibility, Accountability, Mindfulness Management, and Adaptability. Each component can be translated into practical applications, such as organizational policy-making, the cultivation of ethical organizational culture, and the development of moral performance indicators, thereby fostering trust and sustainability in the business sector.

Keywords : Business, Administration, Business Administration, Nekkhamma Parami

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 การบริหารธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ทั้งในมิติของ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การแข่งขันที่รุนแรงและแรงกดดันจากตลาดโลกทำให้หลายองค์กร มุ่งเน้นการสร้างกำไรสูงสุดในระยะสั้น จนละเลยต่อหลักคุณธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย (Stakeholders) การดำเนินธุรกิจโดยขาดรากฐานทางจริยธรรมอาจนำไปสู่ปัญหาความเหลื่อมล้ำ ทางเศรษฐกิจ การทำลายสิ่งแวดล้อม และการละเมิดสิทธิแรงงาน (Porter & Kramer, 2011) ตัวอย่างเช่น กรณีบริษัทข้ามชาติบางแห่งที่ประสบปัญหาการฟ้องร้องจากการก่อกวนมลพิษ หรือการใช้ แรงงานที่ไม่เป็นธรรม ส่งผลให้สูญเสียทั้งความน่าเชื่อถือและมูลค่าหุ้นในระยะยาว

ในประเทศไทย แม้จะมีการส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance: GCG) ตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แต่การนำไปใช้จริงในบางองค์กรยังคงเป็น

เพียง “ข้อบังคับ” มากกว่าจะเป็น “ค่านิยม” ที่ฝังอยู่ในวัฒนธรรมองค์กร (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2564) ปัญหานี้ชี้ให้เห็นว่าการสร้างระบบบริหารธุรกิจที่ยั่งยืนจำเป็นต้องมีการอบคิดที่ลึกซึ้งและยึดโยงกับคุณธรรมเป็นหลัก

หนึ่งในแนวคิดที่สามารถนำมาเป็นรากฐานได้ คือ หลักบารมี 10 ในพระพุทธศาสนา โดยเฉพาะ เนกขัมมะบารมี ซึ่งเป็นบารมีข้อที่ 3 มีความหมายถึง “การออกจากกาม” หรือการสละสิ่งยึดติดทางวัตถุและความเพลิดเพลินทางประสาทสัมผัส เพื่อมุ่งสู่ความสงบและการพัฒนาปัญญา (มนัญวดี สุนานนท์, 2556; เอกชัย อุไรสินธ์, 2564) ดังนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหาของธุรกิจร่วมสมัย ไม่อาจอาศัยเพียงกลไกกฎหมายหรือข้อบังคับเท่านั้น หากแต่ต้องการกรอบคิดทางจริยธรรมที่ลึกซึ้งและเป็นสากล ซึ่งพระพุทธศาสนามีหลักบารมี 10 โดยเฉพาะ “เนกขัมมะบารมี” ที่สามารถเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างสมดุลระหว่างเป้าหมายทางเศรษฐกิจกับคุณธรรมทางสังคม หลักการนี้สามารถประยุกต์สู่การบริหารธุรกิจได้อย่างน่าสนใจ เนื่องจากช่วยให้องค์กรลดความโลภและความเร่งรัดต่อผลกำไรระยะสั้น และหันมาให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความเป็นธรรมทางสังคม

ในพระพุทธศาสนาเถรวาท บารมี 10 (ทศบารมี) ประกอบด้วย ทาน ศีล เนกขัมมะ ปัญญา วิริยะ ขันติ สัจจะ อธิษฐาน เมตตา และอุเบกขา โดยบารมีแต่ละข้อเป็นคุณธรรมที่พระโพธิสัตว์ต้องบำเพ็ญอย่างเต็มที่เพื่อบรรลุพระโพธิญาณ (เอกชัย อุไรสินธ์, 2564) เนกขัมมะบารมีเป็นคุณธรรมที่มุ่งสละความยึดติดในวัตถุและความสุขทางโลก เพื่อให้เกิดความสงบและปัญญา หลักการนี้มีได้หมายความว่าต้องปฏิเสธโลกหรือเลิกประกอบกิจการทางเศรษฐกิจ แต่เป็นการ “อยู่กับโลกอย่างไม่ยึดติด” (พระกวีวงศ์ (อัม สารโท), 2556)

ในทางธุรกิจ แนวคิดนี้สามารถตีความได้ว่าเป็นการบริหารจัดการโดยไม่ปล่อยให้ความโลภและแรงกดดันจากผลกำไรระยะสั้นมาครอบงำการตัดสินใจ แต่ใช้ปัญญาและความรับผิดชอบเป็นหลักการปฏิบัติในลักษณะนี้สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Business Management) และจริยธรรมองค์กร (Business Ethics) ซึ่งกำลังได้รับความสนใจในเวทีโลก (Elkington, 1998)

การประยุกต์ใช้เนกขัมมะบารมีในบริหารธุรกิจมีข้อเด่นหลายประการ ได้แก่

(1) ลดความเสี่ยงระยะยาว การไม่ยึดติดกับกำไรสูงสุดในทันทีช่วยให้บริษัทหลีกเลี่ยงการตัดสินใจที่เสี่ยงและไม่ยั่งยืน

(2) เสริมสร้างความไว้วางใจ องค์กรที่ตัดสินใจบนพื้นฐานคุณธรรมจะได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้า นักลงทุน และชุมชน

(3) สนับสนุน Triple Bottom Line การสร้างสมดุลระหว่าง People, Planet, Profit ซึ่งเป็นหัวใจของธุรกิจยั่งยืน

(4) สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย สังคมไทยมีพื้นฐานความคิดทางพุทธศาสนา ทำให้แนวทางนี้สามารถยอมรับและปฏิบัติได้ง่ายกว่าแนวคิดตะวันตกบางแบบ (Elkington, 1998)

งานวิจัยของ จุลศักดิ์ ชาญณรงค์ (2566) ชี้ว่า การสร้างคุณธรรมบารมีในกลุ่มผู้สูงอายุช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตและความสุขอย่างยั่งยืน หลักการนี้สามารถขยายผลไปสู่การบริหารธุรกิจได้ โดยถือว่าองค์กรก็เป็น “บุคคลสมมุติ” ที่สามารถฝึกคุณธรรมให้กลายเป็นวัฒนธรรมองค์กรได้เช่นกัน

แม้จะมีข้อดีหลายประการ แต่การนำเนกขัมมะบารมีมาประยุกต์ใช้ก็มีความท้าทาย เช่น ความขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ทางการเงินกับจริยธรรม โดยเฉพาะในตลาดที่แข่งขันสูง การตีความผิดว่าเนกขัมมะคือการปฏิเสธผลกำไร ทั้งที่แท้จริงคือการเลือกเส้นทางที่ไม่เบียดเบียน การขาดความรู้และทักษะในการแปลงหลักธรรมให้เป็นกระบวนการเชิงนโยบายและปฏิบัติการ เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยด้านการประยุกต์ใช้หลักบารมีในบริหารธุรกิจยังมีจำนวนน้อย โดยเฉพาะในมิติเนกขัมมะบารมีที่เชื่อมโยงกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และจริยธรรมองค์กร (มนัญวดี สุนานนท์, 2556; เอกชัย อุไรสินธ์, 2564) ส่วนใหญ่เป็นงานที่เน้นการใช้หลักพุทธธรรมในกิจกรรม CSR มากกว่าการฝังคุณธรรมลงในระบบบริหารทั้งหมด บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความหมายและหลักการของเนกขัมมะบารมี วิเคราะห์ความสัมพันธ์กับการบริหารธุรกิจ และเสนอแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมเพื่อการบริหารธุรกิจที่ยั่งยืนและมีคุณธรรม

ความหมายของเนกขัมมะบารมี

เนกขัมมะบารมี (Nekkhamma Parami) เป็นหนึ่งใน ทศบารมี หรือบารมี 10 ประการที่พระโพธิสัตว์ต้องบำเพ็ญเพียรเพื่อบรรลุพระโพธิญาณตามคติพระพุทธศาสนาเถรวาท (พระกวีวงศ์ (อิม สารโท), 2556) เนกขัมมะบารมีโดยรากศัพท์มาจากภาษาบาลี “เนกขम्म” (nekkhamma) แปลตรงตัวว่า “การออกจากเรือน” ซึ่งในบริบทพุทธศาสนาหมายถึงการออกจากกามคุณทั้ง 5 ได้แก่ รูป เสียง กลิ่น รส และโผฏฐัพพะ เพื่อเข้าสู่สภาวะที่ปลอดจากความยึดติดทางวัตถุและความสุขทางประสาทสัมผัส (เอกชัย อุไรสินธ์, 2564) ในเชิงพุทธปรัชญา เนกขัมมะเป็นขั้นตอนสำคัญในเส้นทางแห่งการหลุดพ้น เนื่องจากความยึดติดในกามคุณถูกมองว่าเป็นรากฐานของตัณหา (tanha) และอุปาทาน (upadana) ซึ่งนำไปสู่ทุกข์ (dukkha) (Phra Dhammapitaka (P.A. Payutto), 1994)

จากมุมมองจิตวิทยาสมัยใหม่ เนกขัมมะบารมีอาจถูกมองว่าเป็นการควบคุมแรงกระตุ้น (impulse control) และการกำหนดเป้าหมายชีวิต (goal orientation) ที่ตั้งอยู่บนคุณค่า (values-based living) มากกว่าความพึงพอใจชั่วคราว การสละสิ่งที่ไม่จำเป็นหรือความสุขทันที (delayed gratification) เพื่อสิ่งที่มีคุณค่ามากกว่าในระยะยาว เป็นหลักการที่ตรงกับทฤษฎีจิตวิทยาหลายแขนง เช่น การพัฒนาตน (self-actualization) ในลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1943)

การปฏิบัติเนกขัมมะจึงสามารถเชื่อมโยงกับการสร้างความยั่งยืนทางจิตใจ ลดความเครียดจากการแข่งขันในสังคมบริโภคนิยม และเพิ่มความพึงพอใจในชีวิตอย่างแท้จริง ในสังคมไทย เนกขัมมะถูกตีความหลากหลาย ตั้งแต่การบวชในพระพุทธศาสนา การถือศีลปฏิบัติธรรม ไปจนถึงการใช้ชีวิตอย่างพอเพียงตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 ซึ่งสอดคล้องกับการลดความฟุ่มเฟือยและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546)

แม้เนกขัมมะบารมีจะมีรากฐานในพระพุทธศาสนา แต่หลักการนี้สามารถประยุกต์ใช้ในหลากหลายบริบท ทั้งในชีวิตส่วนตัว การศึกษา และการบริหารจัดการองค์กร การนำเนกขัมมะมาประยุกต์ใช้ในบริหารธุรกิจ เช่น การไม่ลงทุนในกิจการที่ขัดต่อจริยธรรม การลดต้นทุนที่ฟุ่มเฟือย หรือการตั้งเป้าหมายองค์กรบนฐานของความยั่งยืน มากกว่ากำไรระยะสั้น เป็นตัวอย่างของการสละที่สร้างคุณค่า (Elkington, 1998)

สรุปความหมายได้ว่า เนกขัมมะบารมีมี 2 มิติสำคัญ คือ

มิตินิยาม หมายถึงคุณธรรมแห่งการสละความยึดติดในกามคุณและวัตถุ เพื่อลดค้นหาและบรรลุลักษณะสงบและปัญญา ซึ่งในมิติของพระโพธิสัตว์ถือเป็นการสละเพื่อประโยชน์สูงสุดของสรรพสัตว์

มิติร่วมสมัย หมายถึงกรอบคิดเชิงจริยธรรมและกลยุทธ์ในการตัดสินใจที่ไม่ขับเคลื่อนด้วยความโลภระยะสั้น แต่ตั้งอยู่บนคุณค่าและเป้าหมายระยะยาว เพื่อยกระดับจริยธรรมของบุคคล องค์กร และสังคม ตลอดจนมุ่งสู่ความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ระดับของเนกขัมมะบารมี

เนกขัมมะบารมี (Nekkhamma Parami) เป็นคุณธรรมข้อที่สามใน ทศบารมี ตามคติพระพุทธศาสนาเถรวาท ซึ่งพระโพธิสัตว์ต้องบำเพ็ญให้เต็มเปี่ยมเพื่อบรรลุพระโพธิญาณ (พระกวีวงศ์ (อัมสารโท), 2556) คำว่า “เนกขัมมะ” แปลตรงตัวว่า “การออกจากเรือน” ซึ่งหมายถึงการละทิ้งความยึดติดในกามคุณทั้งห้าและความสุขทางวัตถุ เพื่่อมุ่งสู่ความสงบภายในและการพัฒนาปัญญา (Phra Dhammapitaka (Payutto), 1994)

ตามคัมภีร์พุทธศาสนา เนกขัมมะบารมีแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งสะท้อนความลึกซึ้งและความยากง่ายของการสละ ทั้งนี้การจำแนกระดับมีความสำคัญในการทำความเข้าใจวิธีปฏิบัติและการประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงและการบริหารองค์กร เพราะแต่ละระดับต้องอาศัยความตั้งใจและคุณธรรมในระดับที่ต่างกัน (เอกชัย อุไรสินธ์, 2564)

1. เนกขัมมะบารมี (ขั้นพื้นฐาน)

เนกขัมมะบารมีขั้นพื้นฐานคือการสละความยึดติดในสิ่งที่เป็นกามคุณและความสะดวกสบายเกินจำเป็น เพื่อฝึกจิตใจให้มั่นคงและไม่ขึ้นอยู่กับการรบกวนภายนอก ตัวอย่างเช่น การลดความฟุ่มเฟือย การใช้

ชีวิตอย่างเรียบง่าย และการตั้งใจบำเพ็ญเพียรทางจิต ในชาดก เช่น มหาชนกชาดก พระโพธิสัตว์แสดงความเพียรพยายามและความไม่ยียดติด แม้ต้องเผชิญความยากลำบากทางกายก็ไม่ท้อถอย การละความสบายในชีวิตเพื่อเป้าหมายอันสูงถือเป็นตัวอย่างชัดเจนของเนกขัมมะบารมีขั้นพื้นฐาน (Buddhist Publication Society, 1982)

2. เนกขัมมะอุปบารมี (ขั้นกลาง)

เนกขัมมะอุปบารมีคือการสละสิ่งที่มีคุณค่ามากกว่าขั้นพื้นฐาน เช่น ชื่อเสียง ตำแหน่ง หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ เพื่อยึดมั่นในคุณธรรมและหลักธรรม ใน วิจรชาดก พระโพธิสัตว์ยอมสละชีวิตเพื่อรักษาสัจจะและคำมั่นสัญญา แม้จะทำให้ตนเองเสียเปรียบ การกระทำนี้สะท้อนการสละสิ่งที่มีคุณค่ามากในระดับอุปบารมี (พระกวีวงศ์ (อิม สารโท), 2556)

3. เนกขัมมะปรมัตถบารมี (ขั้นสูงสุด)

เนกขัมมะปรมัตถบารมี คือ การสละสิ่งที่สูงส่งรวมถึงชีวิตของตนเองเพื่อประโยชน์ของสรรพสัตว์ เป็นขั้นที่ต้องอาศัยจิตใจที่ยิ่งใหญ่และไม่ยียดติดในตัวตนอย่างสิ้นเชิง ใน มหาสัตตวชาดก พระโพธิสัตว์สละร่างกายเป็นอาหารแก่เสือหิวโหย เพื่อรักษาชีวิตสัตว์อื่น การกระทำเช่นนี้สะท้อนการสละสูงสุดที่ปราศจากความเห็นแก่ตัวโดยสิ้นเชิง (Phra Dhammapitaka. (P.A. Payutto), 1994)

สรุปได้ว่า ระดับของเนกขัมมะบารมีสะท้อนพลังของการสละและความมั่นคงทางจิตใจในสามระดับ ตั้งแต่การสละสิ่งพื้นฐานไปจนถึงการสละสิ่งสูงสุด ทั้งนี้ การเข้าใจและฝึกปฏิบัติในแต่ละระดับไม่เพียงช่วยยกระดับคุณธรรมส่วนบุคคล แต่ยังสามารถเป็นกรอบคิดในการพัฒนาจริยธรรมองค์กรและการตัดสินใจทางธุรกิจให้มีความรับผิดชอบและยั่งยืน

ความหมายของการบริหารธุรกิจ

การบริหารธุรกิจ (Business Administration) เป็นคำที่ถูกใช้กันอย่างแพร่หลายในวงการวิชาการและการปฏิบัติจริง โดยมีการตีความแตกต่างกันตามมุมมองของแต่ละสาขาวิชาและตามพัฒนาการของเศรษฐกิจสังคม การบริหารธุรกิจเป็นทั้งศาสตร์ (Science) และศิลป์ (Art) เนื่องจากการเกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้หลักวิชาการบริหารจัดการควบคู่กับทักษะเฉพาะตัวของผู้บริหารในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา (Koontz & Weihrich, 2010)

คำว่า “บริหารธุรกิจ” ในภาษาไทยประกอบด้วยคำสองส่วนคือ “บริหาร” และ “ธุรกิจ”

บริหาร หมายถึง การจัดการหรือดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายด้วยการวางแผน ควบคุม และกำกับการทำงาน

ธุรกิจ หมายถึง การดำเนินการหรือกิจการใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การจัดจำหน่าย หรือการบริการที่มุ่งผลกำไรหรือผลประโยชน์ตอบแทน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556)

ในภาษาอังกฤษ คำว่า Administration มีรากศัพท์จากภาษาละติน “administrare” หมายถึง “to serve” หรือ “to manage for a purpose” สะท้อนความหมายของการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วม ขณะที่คำว่า Business หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด (Drucker, 1973)

เมื่อรวมกันเป็น “Business Administration” จึงหมายถึง การจัดการกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร

ในแวดวงวิชาการ มีการให้คำนิยามการบริหารธุรกิจหลายประการที่สะท้อนมุมมองและแนวคิดของผู้วิจัยหรือนักทฤษฎี

Fayol (1949) อธิบายการบริหารว่าเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม โดยในบริบทของธุรกิจ กระบวนการเหล่านี้ถูกนำไปใช้เพื่อจัดการกิจกรรมที่มุ่งหวังผลกำไร

Koontz และ Weihrich (2010) ให้นิยามว่า การบริหารธุรกิจคือการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมขององค์กร เพื่อให้บุคคลทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

Robbins และ Coulter (2018) เน้นว่า การบริหารธุรกิจคือการทำงานร่วมกันของบุคคลผ่านการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ

จากนิยามเหล่านี้จะเห็นว่าจุดร่วมของความหมายคือ การใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างมีระบบ และมีการวางแผนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งรวมถึงทั้งวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจและสังคม

ในมิติปรัชญา การบริหารธุรกิจมิได้เป็นเพียงเครื่องมือแสวงหาผลกำไร แต่เป็นวิธีการสร้างสมดุลระหว่างการบรรลุเป้าหมายขององค์กรและการคงอยู่ของคุณค่าที่สังคมยอมรับ (Porter & Kramer, 2011) แนวคิดนี้สอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจเชิงพุทธ (Buddhist Economics) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างพอเพียง ลดการเบียดเบียน และสร้างประโยชน์เกื้อกูลต่อส่วนรวม (Phra Dhammapitaka. (P.A. Payutto), 1994)

ดังนั้น ความหมายของการบริหารธุรกิจในปัจจุบันจึงควรครอบคลุมถึงการดำเนินงานที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ไม่เพียงแต่ผู้ถือหุ้น

สรุปได้ว่า การบริหารธุรกิจคือกระบวนการจัดการกิจกรรมทางเศรษฐกิจขององค์กรอย่างมีระบบ มีการวางแผน ควบคุม และกำกับ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยอาศัยการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ความหมายนี้ครอบคลุมทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และคุณค่า เพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่และเติบโตได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว ดังนั้น การบริหารธุรกิจในปัจจุบันมิใช่เพียงการจัดการเพื่อผลกำไร แต่คือการผสมผสานมิติทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และคุณค่า เพื่อสร้างความยั่งยืนทั้งในระดับองค์กรและสังคมโดยรวม

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ

การบริหารธุรกิจ (Business Administration) เป็นศาสตร์และศิลป์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการกิจกรรมขององค์กรอย่างเป็นระบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) สูงสุด (Koontz & Weihrich, 2010; Robbins & Coulter, 2018) การบริหารธุรกิจไม่เพียงเป็นกระบวนการที่กำหนดทิศทางและควบคุมการดำเนินงานเท่านั้น แต่ยังเป็นแนวคิดที่พัฒนามาอย่างต่อเนื่องตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และวัฒนธรรม

ในประวัติศาสตร์ แนวคิดการบริหารธุรกิจได้พัฒนาผ่านหลายยุคสมัย เริ่มจากการจัดการเชิงประสบการณ์และสามัญสำนึก ไปสู่การใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์และทฤษฎีที่มีหลักการรองรับ จนถึงปัจจุบันที่เน้นความยืดหยุ่น ความยั่งยืน และการสร้างคุณค่าให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทุกฝ่าย แนวคิดหลักที่สำคัญสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. แนวคิดการบริหารเชิงวิทยาศาสตร์ (Scientific Management)

แนวคิดนี้มีจุดกำเนิดในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 โดย Frederick W. Taylor ซึ่งเสนอว่าการทำงานสามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้หากมีการศึกษาขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ วิเคราะห์เวลาและวิธีการ (time and motion study) และกำหนดมาตรฐานการทำงานที่ดีที่สุด (Taylor, 1911) จุดเด่นคือทำให้การทำงานของพนักงานเป็นระบบ ลดความสูญเปล่า และเพิ่มผลผลิตในปริมาณมาก

ต่อมา Frank และ Lillian Gilbreth ได้พัฒนาการศึกษาการเคลื่อนไหว (motion study) เพื่อหาวิธีลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น และ Henry L. Gantt เสนอเครื่องมือการวางแผนและติดตามงานผ่านแผนภูมิ Gantt Chart ซึ่งกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในงานบริหารโครงการ

แม้แนวคิดนี้จะถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเน้นประสิทธิภาพเชิงปริมาณมากเกินไป และอาจมองพนักงานเป็นเพียง “เครื่องจักรมนุษย์” แต่ก็ถือเป็นรากฐานของระบบการจัดการสมัยใหม่ โดยเฉพาะในด้านการผลิตและอุตสาหกรรม

2. แนวคิดการบริหารเชิงการบริหารทั่วไป (General Administrative Theory)

Henri Fayol เป็นผู้เสนอแนวคิดการบริหารที่เน้นบทบาทและหน้าที่ของผู้บริหาร โดยกำหนดหน้าที่หลัก 5 ประการ คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling) (Fayol, 1949)

3. แนวคิดมนุษยสัมพันธ์ (Human Relations Approach)

ในช่วงทศวรรษ 1920–1930 การทดลอง Hawthorne ที่บริษัท Western Electric โดย Elton Mayo และคณะ พบว่าปัจจัยด้านสังคมและจิตใจของพนักงานมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมาก

(Mayo, 1933) ปัจจัยเช่น การได้รับความสนใจจากผู้บริหาร การมีปฏิสัมพันธ์ในกลุ่ม และบรรยากาศที่เป็นมิตร สามารถเพิ่มขวัญกำลังใจและผลผลิตได้

4. แนวคิดเชิงพฤติกรรมองค์การ (Organizational Behavior: OB)

ศาสตร์นี้พัฒนาแนวคิดมนุษย์สัมพันธ์ให้ลึกขึ้น โดยศึกษาแรงจูงใจ ทักษะคต ภาวะผู้นำ และวัฒนธรรมองค์การอย่างเป็นระบบ (Robbins & Judge, 2019) ทฤษฎีสำคัญ เช่น ทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow (Hierarchy of Needs) ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (Two-Factor Theory) ทฤษฎี X และ Y ของ McGregor เป็นต้น

5. แนวคิดการบริหารเชิงระบบ (Systems Approach)

แนวคิดนี้มององค์การเป็น “ระบบเปิด” (Open System) ที่มีองค์ประกอบย่อยเชื่อมโยงกัน และมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Kast & Rosenzweig, 1972) การเปลี่ยนแปลงในส่วนหนึ่งของระบบย่อมส่งผลต่อส่วนอื่น ๆ การบริหารธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงความเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอก และเน้นการปรับตัว (Adaptation) ต่อการเปลี่ยนแปลง

6. แนวคิดการบริหารเชิงปริมาณ (Quantitative Approach)

พัฒนาในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์และสถิติในการแก้ปัญหาทางธุรกิจ เช่น การวิจัยปฏิบัติการ (Operations Research) การจำลองสถานการณ์ (Simulation) และการวิเคราะห์เชิงเส้น (Linear Programming) (Hillier & Lieberman, 2021) แนวคิดนี้เหมาะกับการตัดสินใจที่ซับซ้อน ต้องการข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น การกำหนดเส้นทางการขนส่งที่ประหยัดต้นทุนที่สุด หรือการวางแผนกำลังการผลิต

7. แนวคิดการบริหารเชิงสถานการณ์ (Contingency Approach)

เสนอว่าการบริหารที่มีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับ “สถานการณ์” ไม่มีวิธีเดียวที่ใช้ได้กับทุกองค์การหรือทุกปัญหา (Fiedler, 1967) ผู้บริหารต้องปรับกลยุทธ์ โครงสร้าง และวิธีการทำงานให้เหมาะสมกับปัจจัยเฉพาะ เช่น สภาพแวดล้อม เทคโนโลยี ขนาดองค์กร และวัฒนธรรม

8. แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

เน้นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Analysis) และภายใน (Internal Analysis) เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ที่จะสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืน (Porter, 1985) กรอบวิเคราะห์ที่นิยม เช่น SWOT Analysis, PESTEL Analysis, และ Five Forces Model ช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจบริบทการแข่งขันและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้แม่นยำขึ้น

9. แนวคิดการบริหารเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Business Management)

เน้นการสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่า Triple Bottom Line (Elkington, 1998) โดยองค์กรต้องรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ไม่เพียงแต่ผู้ถือหุ้น แนวคิดนี้สอดคล้องกับการบริหารธุรกิจในยุคที่ความคาดหวังของสังคมต่อความรับผิดชอบต่อองค์กรสูงขึ้น

10. แนวคิดการบริหารในยุคดิจิทัล (Digital Era Management)

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เช่น Big Data, AI, และ Cloud Computing ทำให้การบริหารธุรกิจต้องเน้นการใช้ข้อมูล (Data-Driven Decision Making) ความยืดหยุ่น และการปรับตัวรวดเร็ว (Agility) (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014) องค์กรที่ปรับตัวสู่ดิจิทัลได้จะสามารถแข่งขันและสร้างนวัตกรรมได้ต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจมีความหลากหลายและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยในยุคดั้งเดิม แนวคิดการบริหารมุ่งเน้นที่ประสิทธิภาพและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ต่อมาในยุคกลางเริ่มให้ความสำคัญกับมนุษย์และระบบการทำงาน ขณะที่แนวคิดยุคใหม่มุ่งเน้นกลยุทธ์ ความยั่งยืน และเทคโนโลยี เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ดังนั้น การเข้าใจและบูรณาการจุดแข็งของแต่ละยุคสมัยเข้าด้วยกัน จึงเป็นหนทางสู่การบริหารธุรกิจที่ไม่เพียงตอบโจทย์ทางเศรษฐกิจ แต่ยังตั้งอยู่บนฐานคุณธรรมและความยั่งยืนของทั้งองค์กรและสังคม

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ Nekkham Model โมเดลนี้เป็นการนำเสนอโมเดลเชิงแนวคิด ประกอบด้วย

N = Noble Sacrifice คือ การสละสิ่งที่ไม่จำเป็นหรือผลประโยชน์ส่วนตน เพื่อรักษาคุณธรรมและประโยชน์ร่วม

E = Ethical Vision – การมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายองค์กรบนฐานคุณธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

K = Knowledge Sufficiency – การใช้ความรู้และทรัพยากรอย่างพอเพียงตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

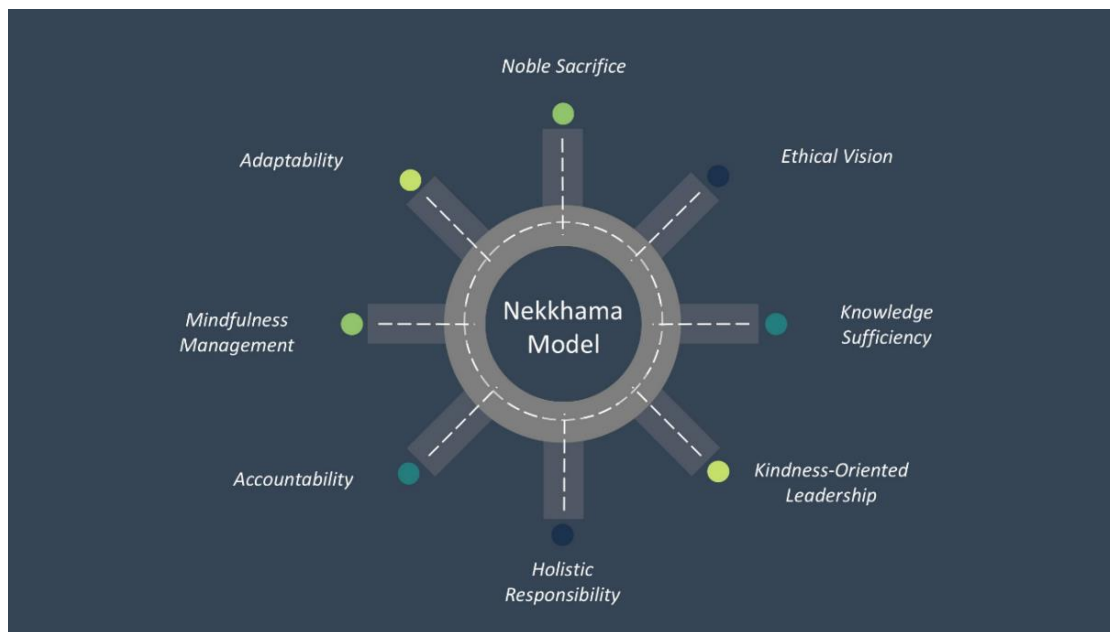
K = Kindness-Oriented Leadership – ภาวะผู้นำที่มุ่งความเมตตาและเกื้อกูล ไม่เบียดเบียน

H = Holistic Responsibility – ความรับผิดชอบต่อแบบองค์รวม ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

A = Accountability – ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีธรรมาภิบาล

M = Mindfulness Management – การบริหารด้วยสติและการตระหนักรู้ในทุกการตัดสินใจ

A = Adaptability – ความสามารถในการปรับตัวอย่างมีคุณธรรมต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ



แผนภาพที่ 1 Nekkhamma Model

แนวคิด Nekkhamma Model เกิดจากการนำ “เนกขัมมะบารมี” ซึ่งเป็นหนึ่งในบารมี 10 ในพระพุทธศาสนา มาประยุกต์ใช้กับการบริหารธุรกิจ เนกขัมมะบารมีหมายถึงความสามารถในการสละสิ่งที่ไม่จำเป็น หรือปล่อยวางจากความยึดติด เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายที่สูงกว่า ในทางธรรมคือการละกิเลส แต่ในทางธุรกิจ เราสามารถตีความเป็นการสละผลประโยชน์ระยะสั้นที่อาจขัดต่อคุณธรรม เพื่อรักษาผลประโยชน์ระยะยาวที่ยั่งยืนและเป็นธรรม

โมเดลนี้เป็นการนำเสนอโมเดลเชิงแนวคิด โดยใช้ชื่อว่า N-E-K-K-H-A-M-A ซึ่งมาจากตัวอักษรแรกขององค์ประกอบสำคัญ 8 ด้าน โดยทุกด้านเชื่อมโยงกันและตั้งอยู่บนฐานความคิดว่า “การทำธุรกิจไม่ใช่เพียงเรื่องกำไร แต่เป็นการสร้างคุณค่าที่ไม่เบียดเบียนทั้งตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม”

เริ่มจากตัว N – Noble Sacrifice คือการกล้าตัดสินใจสละสิ่งที่ขัดกับคุณธรรม แม้จะมีผลตอบแทนสูง เช่น ปฏิเสธโครงการที่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือหลีกเลี่ยงการใช้แรงงานที่เอารัดเอาเปรียบ แนวคิดนี้สอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory) และยังตรงกับหลักสัมมาสังกัปปะในพุทธศาสนา ที่ให้ตั้งเจตนาชอบก่อนลงมือทำ

ถัดมา E – Ethical Vision คือ การมีวิสัยทัศน์ที่ตั้งอยู่บนคุณธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมองค์กรที่มี Ethical Vision จะไม่กำหนดเป้าหมายเพียงแค่ตัวเลขกำไร แต่จะวางภาพอนาคตที่คำนึงถึงผู้คน (People) โลก (Planet) และผลกำไร (Profit) ตามแนวคิด Triple Bottom Line ของ Elkington ซึ่งสอดคล้องกับสัมมาทิฐิและสัมมาอาชีวะในพระพุทธศาสนา

ต่อด้วย K – Knowledge Sufficiency หมายถึงการใช้ความรู้และทรัพยากรอย่างพหุติ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกัน เหมือนหลักเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทรงสอนไว้ นอกจากนี้ยังคล้ายแนวคิด Lean Management ในตะวันตก ที่มุ่งกำจัดความสูญเปล่า ใช้ทรัพยากรเท่าที่จำเป็นเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่ฟุ่มเฟือยเกินไป

องค์ประกอบที่สี่ K – Kindness-Oriented Leadership คือภาวะผู้นำที่ตั้งอยู่บนความเมตตา และเอื้อกูล ผู้นำลักษณะนี้จะไม่ใช้ความกลัวหรือการบังคับเป็นเครื่องมือ แต่จะสร้างแรงจูงใจด้วยความเข้าใจและปรารถนาดีต่อบุคลากร แนวคิดนี้สอดคล้องกับ Servant Leadership ในตะวันตก และพรหมวิหาร 4 ในพุทธศาสนา ซึ่งประกอบด้วย เมตตา กรุณา มุทิตา และอุเบกขา

จากนั้นคือ H – Holistic Responsibility ซึ่งหมายถึงความรับผิดชอบแบบองค์รวม ไม่ใช่เพียงต่อผู้ถือหุ้น แต่รวมถึงพนักงาน ลูกค้า ชุมชน ซัพพลายเออร์ และสิ่งแวดล้อมด้วย มุมมองนี้สอดคล้องกับแนวคิด Systems Thinking ของ Peter Senge และหลักปฏิจจำสมุพบาทในพุทธศาสนาที่อธิบายว่าทุกสิ่งเชื่อมโยงกัน

A – Accountability เป็นหลักความโปร่งใสและการรับผิดชอบต่อผลการกระทำขององค์กร องค์กรต้องสามารถอธิบายและตรวจสอบการตัดสินใจได้ และพร้อมยอมรับหากมีข้อผิดพลาด แนวคิดนี้ใกล้เคียงกับ Good Governance และสัจจะบารมีในพุทธศาสนา

ต่อมาคือ M – Mindfulness Management การบริหารด้วยสติ คือการตระหนักรู้ในปัจจุบันขณะ ลดการตัดสินใจโดยใช้อารมณ์หรืออคติ และพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนลงมือทำ ทั้งนี้มีการศึกษาในตะวันตกที่ยืนยันว่าการฝึกสติในที่ทำงานสามารถลดความเครียด เพิ่มสมาธิ และช่วยให้การตัดสินใจแม่นยำขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักสัมมาสติในอริยมรรคมีองค์แปด

สุดท้าย A – Adaptability หมายถึงความสามารถในการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลง โดยยังคงรักษาหลักคุณธรรมไว้ได้ องค์กรที่ปรับตัวเก่งจะรับมือกับความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจและสังคมได้ดีกว่า ทั้งนี้สอดคล้องกับหลักอนิจจังในพุทธศาสนาที่สอนว่าทุกสิ่งเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

เมื่อองค์ประกอบทั้งแปดทำงานร่วมกัน โมเดลนี้จะสร้างระบบการบริหารที่แข็งแกร่งและยั่งยืน เนกขัมมะจึงไม่ใช่แค่หลักธรรมสำหรับการปฏิบัติส่วนบุคคล แต่สามารถเป็นกรอบคิดที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดเติบโต และได้รับความไว้วางใจจากสังคมในระยะยาว

บทสรุป

การบริหารธุรกิจในโลกปัจจุบันเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน ทั้งการแข่งขันที่รุนแรง การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ความผันผวนทางเศรษฐกิจ และความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นจากสังคมต่อบทบาทของธุรกิจ การบริหารที่ยึดเพียงผลกำไรระยะสั้นจึงไม่เพียงพออีกต่อไป จำเป็นต้องมองหาแนวทางที่ผสมผสานประสิทธิภาพเข้ากับคุณธรรมและความยั่งยืน

หลัก เนกขัมมะบารมี ในพระพุทธศาสนา ซึ่งเป็นคุณธรรมแห่งการสละและปล่อยวางจากความยึดติด สามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบคิดใหม่ในการบริหารธุรกิจ เนกขัมมะบารมีไม่ได้หมายถึงการละทิ้งกิจกรรมทางโลกทั้งหมด แต่หมายถึงการเลือกสละสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับคุณธรรม และการตัดสินใจอย่างมีสติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทั้งองค์กรและสังคมในระยะยาว

จากการศึกษาและสังเคราะห์แนวคิด ได้เกิด Nekkhamma Model ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 8 ด้าน ได้แก่ Noble Sacrifice, Ethical Vision, Knowledge Sufficiency, Kindness-Oriented Leadership, Holistic Responsibility, Accountability, Mindfulness Management และ Adaptability องค์ประกอบเหล่านี้ครอบคลุมทั้งมิติการกำหนดทิศทางองค์กร ภาวะผู้นำ การจัดการทรัพยากร วัฒนธรรมองค์กร และกลไกการปรับตัว โมเดลนี้มีรากฐานจากทั้งปรัชญาพุทธและทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่ คุณค่าที่สำคัญขององค์ความรู้ใหม่นี้คือ การมอบกรอบการบริหารที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ทั้งในธุรกิจเพื่อกำไรและองค์กรเพื่อสังคม รวมถึงเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรที่ต้องการสร้างความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเสริมสร้างความยั่งยืนในระยะยาว การนำ Nekkhamma Model ไปใช้จึงไม่เพียงช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและแข่งขันได้ แต่ยังเป็นการสร้างระบบเศรษฐกิจที่มีจริยธรรม เกื้อกูล และเกื้อหนุนต่อความสมดุลของสังคมและสิ่งแวดล้อม

บรรณานุกรม

- จุลศักดิ์ ชาณณรงค์. (2566). การสร้างบุญบารมีตามหลักธรรมในพระพุทธศาสนาสำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารสังคมศาสตร์ มศว*, 26(1), 13–29.
- พระกวีวงศ์ (อิม สารโท). (2556). ธรรมสังคีตของทศบารมีเป็นปัจจัยเกื้อหนุนในการตรัสรู้และการบำเพ็ญพุทธกิจของพระพุทธเจ้า. *วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- มนัญญวดี สุนานนท์. (2556). *การศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ของการทำธุรกิจแฟรนไชส์อาหารในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 : เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2568). *หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน : บทนำ (CG Code Introduction)*. แหล่งที่มา : <https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/pages/cgcode/cgcodeintroduction.aspx> [13 สิงหาคม 2568].
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2546.) *กรอบแนวคิดทางทฤษฎี เศรษฐศาสตร์ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- เอกชัย อุไรสินธุ์. (2564). *แนวปฏิบัติตามปฏิปทาของพระโพธิสัตว์ในสังคมไทยปัจจุบัน*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Buddhist Publication Society. (1982). *Buddhist Stories from the Dhammapada Commentary: Part I* (E. W. Burlingame, Trans.; B. Khantipalo, Selected & Revised). Kandy, Sri Lanka: Buddhist Publication Society.
- Drucker, P. F. (1973). Managing the Public Service Institution. *The Public Interest*, 33(1), 43.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Oxford, UK: Capstone.
- Fayol, H. (1949). *General and industrial management*. London, UK: Pitman.
- Fiedler, F. E. (1967). *A theory of leadership effectiveness*. New York, NY: McGraw-Hill.

- Hillier, F. S., & Lieberman, G. J. (2021). *Introduction to operations research* (11th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Kast, F. E., & Rosenzweig, J. E. (1972). General systems theory: Applications for organization and management. *Academy of Management Journal*, 15(4), 447–465. <https://doi.org/10.5465/255141>
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2010). *Essentials of management: An international perspective* (9th ed.). New Delhi, India: McGraw-Hill Education.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Mayo, E. (1933). *The human problems of an industrial civilization*. New York, NY: Macmillan.
- Payutto, P. A. (1994). *Buddhist Economics: A Middle Way for the Market Place*. Buddhadhamma Foundation.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York, NY: Free Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior* (18th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Taylor, F. W. (1911). *The principles of scientific management*. New York, NY: Harper & Brothers.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
-