



การดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว แนวพุทธบูรณาการ White Ocean Strategy Business Based on Buddhist Integration

คีตา องอาจ

คณะบัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาพระพุทธศาสนา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

310/567 ซ.สรองประชา 14 ถ.สรองประชา แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพฯ 10210

Kita Ongard

Doctor of Philosophy (Buddhist Studies), Graduate School

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

E-mail : baibua8645@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของคณาณานิพนธ์เรื่อง “การดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว แนวพุทธบูรณาการ” งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาแนวคิดการดำเนินธุรกิจในช่วงยุคใหม่ เพื่อศึกษาแนวคิดการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว และหลักธรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอแนวคิดการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว แนวพุทธบูรณาการ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า การเกิดขึ้นของกลยุทธ์น่านน้ำสีแดง (Red Ocean Strategy) และกลยุทธ์น่านน้ำสีคราม (Blue Ocean Strategy) ถือเป็นหนทางหนึ่งที่เคยช่วยให้หลายธุรกิจประสบความสำเร็จ แต่ในความสำเร็จนั้นกลับไม่เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืน หากแต่เป็นกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว (White Ocean Strategy) นั่นคือคำตอบในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งเกิดจากแนวคิดที่มองว่าการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนนั้นไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรเป็นหลัก และดำเนินธุรกิจโดยใช้หลักธรรมอริยบท 4, อริยมรรค 8, สุจริต 3, พรหมวิหาร 4 และสังกหวัตถุ 4 ซึ่งเป็นหลักธรรมที่ช่วยส่งเสริมการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาวแนวพุทธบูรณาการไปในทิศทางที่ก่อประโยชน์สูงสุด มีการจัดกิจกรรมในองค์กรที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ส่งผลให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน หากองค์กรร่ำรวยขึ้นมา ก็เป็นผลมาจากสังคม การมีอยู่ขององค์กรจึงไม่ใช่เพื่อตัวองค์กรเอง แต่ต้องเป็นไปเพื่อสร้างผลกำไร สร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้กับส่วนรวมด้วยเช่นกัน

คำสำคัญ: กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว พุทธบูรณาการ การดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว



Abstract

The article of White Ocean Strategy Business is based On Buddhist Integration, The objectives of the research, namely: to study the concepts of business in the modern society, to study the concepts of white ocean strategy business and principles related to conducting business in Buddhism, and to present White ocean strategy business based on Buddhist integration. This is a qualitative research done by documentary study and in-depth interview;

The emergence of the "Red Ocean Strategy" and "Blue Ocean Strategy" are the ways to help many businesses succeed, but without sustainable growth. However, "White Ocean Strategy" is the nal answer for sustainable business. This is based on the notion that sustainable business practices are not primarily prot-driven. They do business by using the principle of success Iddhipada, Atthangika-magga, Sucarita Brahmavihara, Sangahavatthu which is the principle to promotes business."White Ocean Strategy Business Based On Buddhist Integration" is the most benecial direction. There are activities in concrete organizations so clear. The result is sustainable growth. The wealthy organization is a result of social. The existence of the organization is not for the organization itself, but it must be to make a prot and create the ultimate wealth for the community as well.

Keyword: White Ocean Strategy, Buddhist Integration, White Ocean Strategy Business Based On Buddhist Integration

บทนำ

การดำเนินธุรกิจมีแนวความคิดว่าหน้าที่หลักขององค์กรคือการแสวงหากำไรสูงสุด และเป้าหมายในการเป็นเบอร์หนึ่งในธุรกิจนั้นๆ และการมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากกว่า ดังนั้นจึงมีการวางแผนกลยุทธ์และนโยบายต่างๆ เพื่อมุ่งหวังที่จะทำกำไรสูงสุด และตั้งเป้าให้องค์กรมีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง การประกอบธุรกิจมีกลยุทธ์มากมายในการดำเนินธุรกิจ แต่ในยุคปัจจุบันนี้กลยุทธ์ที่เป็นที่นิยมที่สุดคือ กลยุทธ์น่านน้ำ โดยการเปรียบเทียบน่านน้ำเป็นการตลาด และสีของน่านน้ำจะเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นๆ จากปัญหาข้างต้นที่ได้กล่าวมา คือการดำเนินธุรกิจแบบแข่งขัน มุ่งหวังกำไรเป็นหลัก เรียกกลยุทธ์นี้ว่ากลยุทธ์น่านน้ำสีแดง "Red Ocean Strategy" (Beatrice Heuser, 2010) การเกิดขึ้นของ



กลยุทธ์น่านน้ำสีเลือดถือเป็นหนทางหนึ่งที่เคยช่วยให้หลายธุรกิจประสบความสำเร็จ แต่ในความสำเร็จนั้นกลับก่อให้เกิดความรุนแรงในแวดวงธุรกิจ นำมาสู่การแข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งความเป็น “ที่หนึ่ง” ถือเป็นจุดประสงค์หลักของกลยุทธ์นี้

เมื่อเกิดการแข่งขันกันจนเลือดไหลนองและไม่เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืน หลายองค์กรได้มีการปรับเปลี่ยนเน้นการตอบสนองความต้องการลูกค้า ต่อองค์กร ต่อตนเอง ซึ่งนอกจากต้นทุนต้องต่ำแล้ว องค์กรยังให้ความสำคัญกับนวัตกรรมเชิงคุณค่ามากขึ้น ซึ่งเป็นที่มาของกลยุทธ์น่านน้ำสีคราม “Blue Ocean Strategy” (Kim W., & Mauborgne R., 2005) เป็นแนวทางดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นตามมา เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันทางการตลาดแบบเดิม กลยุทธ์น่านน้ำสีครามจะไม่แข่งขันผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดียวกันป้อนสู่ตลาด ไม่เอาชนะกันด้วยสินค้าลอกเลียนแบบ แต่จะเลือกพัฒนาสินค้าของตนให้มีความแหวกแนวไปจากที่มีอยู่ เน้นความเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุดที่ไม่เคยมีมาก่อนใช้ “นวัตกรรม” และ “ความต่าง” เป็นตัวดึงดูดความสนใจของลูกค้า แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลยุทธ์นี้ก็คือ เมื่อตลาดตอบรับได้ผลตอบแทนที่ดี ก็เกิดการเลียนแบบสินค้า จากนั้นก็เข้าสู่การแข่งขันกันแบบกลยุทธ์น่านน้ำสีเลือดเช่นเดิม สุดท้ายไม่ว่าองค์กรจะดำเนินธุรกิจแบบกลยุทธ์น่านน้ำสีเลือดหรือ กลยุทธ์น่านน้ำสีครามก็ไม่ได้ยั่งยืน หากแต่เป็นกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว “White Ocean Strategy” (ดนัย จันทรเจ้าฉาย, 2555) นั่นคือคำตอบในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งเกิดจากแนวคิดที่มองว่า การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนนั้นไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรเป็นหลัก และไม่ได้ดำเนินธุรกิจเพื่อการแข่งขันเท่านั้น แต่เป็นการดำเนินธุรกิจภายใต้โอกาสและความอุดมสมบูรณ์ หากองค์กรร่ำรวยขึ้นมาก็เป็นผลมาจาก “สังคม” การมีอยู่ขององค์กรจึงไม่ใช่เพื่อตัวองค์กรเอง ไม่ใช่อยู่เพื่อทำกำไรสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นหรือกอบโกยผลประโยชน์ในช่วงเวลาสั้นๆ แต่ต้องเป็นไปเพื่อสร้างผลกำไร สร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้กับส่วนรวมด้วยเช่นกัน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าการดำเนินธุรกิจโดยมุ่งกำไรเป็นหลัก และการหลงในวัตถุนิยม แต่ไม่พัฒนาทางด้านจิตใจ ทำให้ไม่เกิดองค์กรที่ยั่งยืน ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมถูกใช้อย่างสิ้นเปลือง ผู้ประกอบการขาดความรับผิดชอบในการดำรงซึ่งสิ่งแวดล้อมร่วมกัน สังคมมีภูมิด้านทานในการดำรงชีวิตต่ำ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิธีการดำเนินธุรกิจอย่างไรให้มีการเติบโตที่ยั่งยืน โดยผู้วิจัยหวังว่าการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว และหลักธรรมในพระพุทธศาสนาน่าจะมีแนวโน้มที่จะเป็นแนวทางให้การดำเนินงานทางธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน ถึงแม้ว่ากลยุทธ์น่านน้ำสีขาวจะเป็นการดำเนินธุรกิจที่ใช้หลักธรรมเป็นองค์ประกอบหลักอยู่แล้ว หากถ้ามีการบูรณาการหลักธรรมไปใช้กับการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาวแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าจะช่วยสร้างให้องค์กรมีการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนชัดเจนยิ่งขึ้น และองค์กรมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงเป็นที่มาในการศึกษาวิจัยเรื่องการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว



นำสีขาวแนวพุทธบูรณาการ โดยนำหลักธรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เห็นภาพการดำเนินงานอย่างชัดเจน เป็นรูปธรรมสามารถนำไปปฏิบัติได้ ผลสำเร็จของการศึกษาจะเป็นข้อเสนอแนะในการดำเนินธุรกิจ ให้องค์กรมีการเติบโตยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง และองค์กรสามารถอยู่ร่วมกันกับสังคมได้อย่างสงบสุขต่อไป

บททวนวรรณกรรม

“กลยุทธ์น่าน้ำสีขาว” (ดนัย จันทร์เจ้าฉาย, 2555) เป็นพื้นฐานในการบริหารงานและใช้ชีวิตที่ตั้งมั่นอยู่บนคุณงามความดี มีศีลธรรม ไม่คดโกง เอาจริงเอาจังเปรียบผู้อื่น และปรับมุมมองจากการดักดวงผลประโยชน์จากสังคมมาเป็นการช่วยเหลือ แบ่งปัน และเป็นส่วนหนึ่งของส่วนรวม โดยไม่วาง “ตัวเอง” เป็นศูนย์กลาง และไม่เห็น “ผลกำไร” เป็นสิ่งสำคัญสูงสุดจนละเลยมิติด้านอื่น จึงทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

“พระพุทธศาสนากับวิทยาการสมัยใหม่” (พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส, 2557) พระพุทธศาสนาเป็นศาสนาแห่งการประสานเนื้อหา หลักการ และกิจกรรม เป็นการปรับศาสตร์เข้าหาพระพุทธศาสนา โดยใช้พระพุทธศาสนาเป็นตัวตั้งและนำศาสตร์สมัยใหม่มาอธิบายเสริมพระพุทธศาสนาให้ดูทันสมัย และมีเหตุผลเป็นที่ยอมรับได้มากขึ้น

“พุทธวิธีบริหาร” (พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต), 2549) ยึดหลักธรรมาธิปไตยเป็นสำคัญ เหตุผลที่ว่าผู้บริหารเองต้องประพฤติธรรมและใช้ธรรมเป็นหลักในการบริหาร พุทธวิธีบริหารจึงไม่เป็นอัตตาธิปไตย ผู้บริหารที่เป็นอัตตาธิปไตยก็มักจะคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตนหรือความพอใจของตนเป็นที่ตั้ง เป็นผู้บริหารแบบเผด็จการ ส่วนผู้บริหารที่เป็นโลกาธิปไตยก็พยายามเอาใจทุกคนเพื่อให้ตนเองอยู่ในตำแหน่งต่อไปได้ ซึ่งการทำให้ถูกใจทุกคนก็เป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ ผู้บริหารที่ดีต้องเป็นธรรมาธิปไตย ต้องกล้าตัดสินใจลงมือทำในสิ่งที่ถูกต้องชอบธรรม ยอมเสียสละประโยชน์สุขส่วนตัวเพื่อประโยชน์สุขที่ยิ่งใหญ่กว่า

“แนวคิดในการนำเศรษฐกิจเชิงพุทธศาสนาสู่การปฏิบัติ” (วัชรระ งามจิตรเจริญ, 2554) ได้นำหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนาสามารถนำมาปฏิบัติใช้ในด้านเศรษฐกิจได้จริง โดยเฉพาะการดำเนินเศรษฐกิจในสังคมทุนนิยม ซึ่งมีผู้ใช้จริงจนประสบความสำเร็จมาแล้ว โดยให้ความหมาย ลักษณะ หลักการและวิธีการของทุนนิยมและพุทธเศรษฐศาสตร์ ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจกับเรื่องศีลธรรม ศาสนา และจิตวิญญาณ พบว่าธรรมก็ไม่ได้ต่างจากหลักการและวิธีการของทุนนิยม ถึงขนาดไปด้วยกันไม่ได้เลย



“แนวคิดมุ้งตราสินค้านองคร์กรที่ไม่แสวงหากำไร” (ศศิกันต์ ลิ้มปิติ, 2548) การตลาดเป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ การปรับเปลี่ยนกระบวนการทางการตลาด และกลยุทธ์การตลาดให้ทันและเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วของตลาดต่าง ๆ ทั่วโลก เช่น การเปิดเสรีการค้า พื้นฐานในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายขององค์กรไม่แสวงผลกำไรจะไม่ใช้ตลาดทั่วไปทั้งหมด แต่จะเป็นตลาดเฉพาะ ซึ่งขึ้นอยู่กับรูปแบบของโครงการหรือการบริการที่องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรนั้นๆ นำเสนอต่อตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นได้ และทั้งหมดนี้จะต้องอยู่ในการดำเนินการในแผนการตลาด โดยมุ่งศึกษาลักษณะทั่วไป ทักษะ และขนาดของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

จากเอกสารและงานวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้ทบทวนมาพบแต่เรื่องเศรษฐกิจเชิงพุทธศาสนา แนวคิดมุ้งตราสินค้านองคร์กรที่ไม่แสวงหากำไร และพุทธวิธีบริหารส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ประกอบธุรกิจอยู่ในสัมมาอาชีวะ แต่ยังไม่พบเรื่องการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาวที่บูรณาการกับหลักธรรม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว และการบูรณาการหลักธรรม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเรื่องการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว “White Ocean Strategy” แนวพุทธบูรณาการดังกล่าวนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาแนวคิดการดำเนินธุรกิจในสังคมยุคใหม่
๒. เพื่อศึกษาแนวคิดการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว และหลักธรรมที่เกี่ยวข้อง
๓. เพื่อนำเสนอแนวคิดการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว แนวพุทธบูรณาการ

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยเก็บข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) มีขั้นตอนการวิจัยดังต่อไปนี้ ศึกษาจากพระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. 2539 คัมภีร์อรรถกถาภาษาไทยฉบับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำราหนังสือ ตลอดจนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว การดำเนินธุรกิจทางพระพุทธศาสนา วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร สรุปและนำเสนอผลการวิจัย



ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

“กลยุทธ์น่านน้ำสีแดง” (Red Ocean Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นทำผลกำไรเป็นหลัก และมุ่งเป็นเบอร์หนึ่งในธุรกิจของตน จากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันมุ่งเน้นการเอาชนะคู่แข่ง พยายามเลียนแบบกลยุทธ์ของกลุ่มแข่งขันทำให้สินค้าหาความแตกต่างไม่เจอ ในที่สุดจึงหันมาแข่งขันกันด้านราคาซึ่งจะนำไปสู่การแข่งขันและตอบโต้ที่รุนแรงจากคู่แข่ง ไม่ก่อให้เกิดการเติบโตของกำไรอย่างแท้จริง ลักษณะนี้กล่าวได้ว่าทุกฝ่ายต่างสูญเสียและมีโอกาสน้อยในการสร้างกำไร ในทางกลยุทธ์ควรจะได้เปลี่ยนให้เป็นโอกาสทางการตลาดโดยการสร้างตลาดใหม่ขึ้นมา ซึ่งนักกลยุทธ์เรียกวิธีการสร้างตลาดอุปสงค์ใหม่นี้ว่าการดำเนินธุรกิจ “กลยุทธ์น่านน้ำสีคราม” (Blue Ocean Strategy) เป็นตลาดใหม่ที่สงบปราศจากการแข่งขัน เปรียบได้กับทะเลสีครามที่ยังไม่มีผู้ต่อสู้เข้ามา โดยการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีครามเสนอให้มีการหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่ไม่เน้นการแข่งขัน ไม่เน้นการเอาชนะคู่แข่ง แต่เน้นการทำให้คู่แข่งล้าสมัย ด้วยการสร้างความต้องการใหม่ (New Demand Creation) ที่ไม่เคยมีมาก่อน หากแต่กลยุทธ์น่านน้ำสีแดงเน้นเรื่องการแย่งส่วนแบ่งการตลาดแย่งลูกค้าซึ่งมีผลเสียต่อทุกฝ่าย หรือกลยุทธ์น่านน้ำสีครามที่กันคู่แข่งไม่ให้เข้าตลาดได้โดยง่าย หรือมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขัน แต่ด้วยหลักการของโลกอันอุดมสมบูรณ์จะมองว่า ยังมีที่ว่างเสมอสำหรับทุกคนที่จะเข้ามาร่วมทำธุรกิจ ซึ่งก็คือกลยุทธ์น่านน้ำสีขาวนั่นเอง

กลยุทธ์น่านน้ำสีขาวเป็นพื้นฐานในการบริหารงานและใช้ชีวิตที่ตั้งมั่นอยู่บนคุณงามความดี มีศีลธรรม และปรับมุมมองจากการตัดทวงผลประโยชน์จากสังคมมาเป็นการช่วยเหลือ แบ่งปัน และเป็นส่วนหนึ่งของส่วนรวม โดยไม่วาง “ตัวเอง” เป็นศูนย์กลางและไม่เห็น “ผลกำไร” เป็นสิ่งสำคัญสูงสุด จนละเลยสังคม หากแต่เป็นองค์กรที่มุ่งก่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรและชุมชนในสังคมอย่างยั่งยืน เป็นการสื่อสารบนพื้นฐานของความจริง เนื่องจากกลยุทธ์น่านน้ำสีขาวเป็น กลยุทธ์ที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร แม้ว่าจะเป็นกลยุทธ์ที่ไม่ได้เป็นที่รู้จักมากเท่ากับกลยุทธ์น่านน้ำสีแดง หรือกลยุทธ์น่านน้ำสีคราม ซึ่งกลยุทธ์น่านน้ำสีขาวคือการดำเนินธุรกิจที่กำหนดพื้นฐานการบริหารองค์กร แบบองค์รวม ครอบคลุมตั้งแต่วิสัยทัศน์ นโยบาย พันธกิจ และกลยุทธ์การดำเนินงาน ไปจนถึงแนวทางในการปฏิบัติทุกภาคส่วนขององค์กร ตั้งแต่การบริหารงานบุคคล การตลาดและการขาย การปฏิบัติการ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยกลยุทธ์น่านน้ำสีขาวใช้หลักการปฏิบัติคือ “People” หมายรวมถึงพนักงานในองค์กรซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างความอยู่รอดให้องค์กร ผู้บริหารต้องสร้างจิตสำนึกที่ดี เพื่อสร้างความแข็งแกร่งภายในองค์กรให้ได้ ซึ่ง “People” นี้ยังรวมถึงลูกค้าทางตรงและทางอ้อมไปจนถึงสาธารณชน ขึ้นอยู่กับว่าธุรกิจขยายวงกว้างไปแค่ไหน “Planet” คือทรัพยากรโดยรวมทั้งหมด ที่ผ่านมาการเกิดขึ้นตั้งอยู่ขององค์กร ได้ใช้ทรัพยากรไปมากน้อย



แค่ไหน และทรัพยากรที่มีอยู่ทำให้เกิดประโยชน์กับชุมชนในสังคม ได้หรือไม่ มากหรือน้อยเพียงไร “Prot” เพื่อความอยู่รอดขององค์กร แม้ไม่มุ่งหวังผลกำไรเป็นที่ตั้ง แต่องค์กรต้องสามารถมีกำไร สามารถให้ผลตอบแทนต่อผู้บริหารและพนักงานในองค์กรได้ และสุดท้าย คือ “Passion” คือความมุ่งมั่นศรัทธาในการทำงาน เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้นได้

การดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว แนวพุทธบูรณาการ เป็นการปรับศาสตร์เข้าหาพระพุทธศาสนา ตามวรรณกรรมของพระมหาหรรษา ธมฺมหาโส ในเรื่อง “พระพุทธศาสนากับวิทยาการสมัยใหม่” การนำหลักธรรมในพระพุทธศาสนาไปปรับเข้าหาศาสตร์เรื่องการดำเนินธุรกิจ “กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว” เป็นการดำเนินธุรกิจ “กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว” แนวพุทธบูรณาการนั้น เป็นการดำเนินธุรกิจโดยบริษัทไม่มุ่งหวังในการทำกำไรให้มากที่สุด องค์กรต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ด้วยการพยายามรักษาสสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติให้สมดุล โดยผู้บริหารต้องมีหลักพุทธธรรมในการดำเนินธุรกิจ หลักธรรมของผู้บริหารในคัมภีร์พระพุทธศาสนา (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539) โดยผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามุ่งเน้นการปฏิบัติธรรมเพื่อให้เกิดการพัฒนาการดำเนินธุรกิจขององค์กรรูปแบบกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว ประกอบด้วย

1. หลักอิทธิบาท 4 ธรรมที่เป็นเหตุให้ประสบความสำเร็จ หรือที่เรียกว่าทางแห่งความสำเร็จ ซึ่งจะทำให้บุคคลประสบผลสำเร็จในชีวิตและการทำงานได้ตามความมุ่งหวัง และผู้ดำรงไว้ด้วยหลักธรรมนี้จะเป็นผู้ที่ทำงานใดๆ สำเร็จอยู่เสมอมีการพัฒนาที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง
2. หลักศีล 5 เป็นความประพฤติทางกายและวาจา การรักษากายวาจาให้เรียบร้อย, ข้อปฏิบัติสำหรับควบคุมกายวาจาให้ตั้งอยู่ในความดีงาม, ศีลเป็นหลักประกันชีวิตคือข้อที่ 1 ศีลเป็นหลักประกันทรัพย์สินคือ ศีลข้อที่ 2 ศีลเป็นหลักประกันครอบครัวคือศีลข้อที่ 3 ศีลเป็นหลักประกันสังคมคือศีลข้อที่ 4 ศีลเป็นหลักประกันสุขภาพ คือศีลข้อที่ 5
3. หลักพรหมวิหาร 4 คือ เมตตา ปราบณา คืออยากให้เป็นความสุข กรุณา คิดช่วยให้พ้นทุกข์ มุทิตา ยินดี ในเมื่อผู้อื่นอยู่ดีมีความสุข พลอยยินดีด้วยเมื่อเขาได้ดีมีความสุข อุเบกขา ความวางใจเป็นกลาง อันจะให้ดำรงอยู่ในธรรมตามที่พิจารณาเห็นด้วยปัญญา
4. หลักอริยสัจ 4 ได้แก่ ทุกข์ คือสภาพที่ทนได้ยาก ภาวะที่ทนอยู่ในสภาพเดิมไม่ได้ สภาพที่บีบคั้น สมุทัย คือสาเหตุที่ทำให้เกิดทุกข์ นิโรธ คือความดับทุกข์ มรรค คือแนวปฏิบัติที่นำไปสู่หรือนำไปถึงความดับทุกข์
5. มรรคมีองค์ 8 ได้แก่ สัมมาทิฐิ ความเห็นชอบ สัมมาสังกัปปะ ความดำริชอบ สัมมาวาจา การเจรจาชอบ สัมมากัมมันตะ ทำการงานชอบ สัมมาอาชีวะ เลี้ยงชีพชอบ สัมมาวายามะ พยายามชอบ



สัมมาสี ระลึกชอบ และสัมมาสมาธิ ตั้งใจชอบ ซึ่งรวมเรียกอีกชื่อหนึ่งได้ว่า "มัชฌิมาปฏิปทา" หรือทางสายกลาง ผู้นำต้องมีหลักธรรม 8 ประการ ได้แก่ เห็นโดยถูกต้อง คิดโดยถูกต้อง เจรจาโดยถูกต้อง เลี้ยงชีพโดยถูกต้อง พยายามโดยถูกต้อง ระลึกโดยถูกต้อง ตั้งมั่นโดยถูกต้อง

6. หลักสุจริต 3 คือ ความประพฤติที่ถูกต้องทั้ง 3 ทางคือ ความประพฤติชอบทางกาย ความประพฤติชอบทางวาจา และความประพฤติชอบทางใจ กล่าวอีกอย่างคือคิดดี ทำดีและพูดดี เมื่อกระทำลงไปแล้วจะทำให้ตนเองและผู้อื่นมีความสุข และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีความสุข

7. หลักสังกหวัตถุ 4 แนวทางเพื่อยึดเหนี่ยวใจคนให้เป็นหนึ่งเดียว ให้ดำรงอยู่กันด้วยความรักและปรารถนาดีต่อกัน ซึ่งประกอบไปด้วยแนวทางแห่งความสันติวิธี คือการให้การบริจาต การกล่าววาจาจริงที่เป็นที่รัก การประพฤติประโยชน์และการวางตนสม่ำเสมอ

8. หลักภรรวาสธรรม คือหลัก สัจจะ ทมะ ขันติ จาคะ เป็นหลักธรรมที่ใช้ในการครองภรรวาส

9. สัมปติธรรม 7 เป็นธรรมของคนดีหรือคนที่แท้จริงมีคุณสมบัติความดี และเป็นองค์ประกอบและปัจจัยที่จะทำให้ผู้นำสามารถจัดการและปฏิบัติการในภาระงานทุกอย่างให้บรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายได้ ได้แก่รู้เหตุ (ธัมมัญญตา) รู้ผล (อัตถัญญตา) รู้ตน (อัตตัญญตา) รู้จักประมาณ (มัตตัญญตา) รู้กาล (กาลัญญตา) รู้ชุมชน (ปริสสัญญตา) และรู้บุคคล (บุคคลปโรปรัญญตา)

กลยุทธ์น่านน้ำสีขาวได้รับความสนใจในวงการธุรกิจอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในแวดวงการศึกษาด้านบริหารธุรกิจ การตลาดและการจัดการ โดยเฉพาะในภาคปฏิบัติที่ส่งผลเป็นรูปธรรม ซึ่งผู้บริหารองค์กรในเรื่อง “พุทธวิธีบริหาร” ของพระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) ที่ดีต้องเป็นธรรมาธิปไตย ต้องกล้าตัดสินใจลงมือทำในสิ่งที่ถูกต้องชอบธรรม ยอมเสียสละประโยชน์ส่วนตัวเพื่อประโยชน์สุขที่ยิ่งใหญ่กว่า อย่างไรก็ตามในโลกธุรกิจยุคนี้เป็นธุรกิจระบอบเศรษฐกิจสังคมนิยมสุดโต่ง มาถึงจุดที่องค์กรไม่ควรมองแต่สิ่งที่เป็นผลกำไรหรือราคาหุ้นเพียงด้านเดียว หากแต่องค์กรต้องให้ความสำคัญกับการแบ่งปัน ผู้สังคม สิ่งแวดล้อม และเพื่อนร่วมโลกควบคู่กัน เมื่อนำหลักธรรมในพุทธศาสนามานบูรณาการกับการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว แล้ว ทำให้เกิดแนวคิดหลักที่สำคัญของกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว แนวพุทธบูรณาการ มีอยู่ด้วยกัน 7 ประการ ได้แก่

1. การเกิดขึ้นและมีอยู่ขององค์กรเป็นไปเพื่อสร้างผลเชิงบวกต่อสังคมโดยรวม (Net Positive Impact on Society) โดยเริ่มจากการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ทั้งเบื้องต้น ท่ามกลางและบั้นปลาย โดยผสมผสานความรู้ ความเชี่ยวชาญ ในการบริหารจัดการ เป็นการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างสรรค์สังคมโดยรวมให้มีความเป็นอยู่ดีขึ้น สร้างความแข็งแกร่งให้เกิดขึ้นกับองค์กรโดยการบูรณาการหลักอริยสัจ 4 และ



อริยมรรคมีองค์ 8 มาใช้ในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจของบริษัท ในลักษณะของการสร้างสรรค์ธุรกิจให้กลายเป็นองค์กรแห่งคุณธรรม และใช้หลักอริยสัจ 4 ในการประกอบธุรกิจ เพราะในการจัดตั้งองค์กรต้องประกอบไปด้วยความวิริยะอุตสาหะ และมุ่งหวังพัฒนาแบ่งปันต่อสังคม ผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ที่มีหลักพรหมวิหาร 4 เป็นพื้นฐานในการดำเนินชีวิต จะส่งผลให้เกิดความรักความภักดีต่อองค์กรอย่างยั่งยืน

2. ตั้งเป้าหมายระยะยาวและมองภาพใหญ่ระดับมหภาค (Long-term Goal, Macro View) โดยการมองให้กว้าง คิดให้ไกล มองภาพใหญ่และภาพรวมของทั้งธุรกิจ โดยการใช้รูปแบบธุรกิจเพื่อสังคมเป็นตัวขับเคลื่อน หลักธรรมที่นำมาบูรณาการคืออริยมรรค 8 เพราะเป็นหลักธรรมที่ปฏิบัติในทางสายกลาง และหลักอริยสัจ 4 ทำให้เข้าใจในเรื่องของทุกข์ ความไม่สมหวังมากขึ้น เพราะธุรกิจเป็นสิ่งที่มีความโน้มที่สามารถคาดการณ์ได้ แต่ไม่ใช่สิ่งที่สามารถคาดการณ์ได้แน่นอนแม่นยำ หากผู้ประกอบการมีความเข้าใจก็จะนำไปสู่กระบวนการดำเนินธุรกิจด้วยการมองเป้าหมายตามหลักความเป็นจริง

3. แสวงหาจุดสมดุลระหว่าง People, Planet, Prot โดยมี Passion เป็นพลังขับเคลื่อน คือมองภาพรวมของกลุ่มเป้าหมายผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย People ซึ่งครอบคลุมไม่เฉพาะพนักงาน ลูกค้าและผู้ถือหุ้น แต่ขยายรวมถึงสังคม ชุมชนโดยรวม Planet มองภาพใหญ่ของสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นของส่วนรวม และ Prot มุ่งเน้นกำไรของสังคมและชุมชนเป็นหลัก ก่อนมองถึงผลกำไรขององค์กรและตนเอง หลักธรรมที่นำมาบูรณาการคือศีล 5 ซึ่งเป็นพื้นฐานในการดำเนินชีวิต และใช้หลัก สัปปริสธรรม 7 ในการประกอบธุรกิจ จะทำให้ผู้ประกอบการได้รู้เหตุ รู้ผล รู้จักประมาณ รู้กาล ในการตัดสินใจในการทำงาน ทำให้รู้จักตนเอง รู้จักนำ Passion มาเป็นพลังขับเคลื่อนในการทำงาน รู้ชุมชน และรู้บุคคลที่จะสามารถสื่อสารร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ยืนยันหลักการของโลกอันอุดมสมบูรณ์ (The World of Abundance) มองว่าโลกและองค์ความรู้เป็นทรัพยากรส่วนรวม ควรแบ่งปัน แทนหลักการเดิมๆ ที่มองโลกด้วยการแข่งขัน ทำความดีและสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้น จากวรรณกรรมในเรื่อง “แนวคิดในการนำเศรษฐกิจเชิงพุทธศาสนาสู่การปฏิบัติ” พบว่า หลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนาสามารถนำมาปฏิบัติใช้ในด้านเศรษฐกิจได้จริง โดยเฉพาะการดำเนินเศรษฐกิจในสังคมทุนนิยม ซึ่งมีผู้ใช้จริงจนประสบความสำเร็จมาแล้ว แสดงให้เห็นว่าธรรมก็ไม่ได้ต่างจากหลักการและวิธีการของทุนนิยมถึงขนาดไปด้วยกันไม่ได้เลย และเมื่อนำหลักธรรมพรหมวิหาร 4 มาบูรณาการก็จะช่วยเพิ่มอัตราความยั่งยืนขององค์กรให้เติบโตได้ เพราะความเมตตาคำนึงถึงการมองทุกอย่างบนโลกอย่างเมตตา ทั้งเพื่อนมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติ จะทำให้จิตใจสงบ และมีความสุข และยืนยันหลักการของโลกอันอุดมสมบูรณ์



5. ตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม ความเป็นจริงและความเป็นเนื้อแท้ (Integrity) แทนการมุ่งเน้นการสร้างความต้องการเทียม (False Demand) ก้าวไปสู่การทำการตลาดแบบ “สัมมาปริเจตติง” เป็นแนวทางในการปลูกฝังวัฒนธรรมภายในองค์กรที่โดดเด่นชัดเจนในเรื่องของการรักษาสัจจะ ยึดมั่นบนความถูกต้อง สร้างความกล้าหาญทางจริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความเคารพในตนเองและกฎแห่งศีลธรรม ความเป็นเนื้อแท้ ขยายผลจากภายในออกสู่ภายนอก ก่อให้เกิดพลังในการทำงานอย่างต่อเนื่อง การบูรณาการหลักอริยมรรค 8 โดยเฉพาะสัมมาอาชีวะ สัมมาสังกัปปะ, หลักสุจริต 3 เป็นหลักธรรมที่จะช่วยให้ “สัมมาปริเจตติง” มีความแข็งแรง โปร่งใส และเป็นหลักในการทำงานเป็นที่ยอมรับต่อสังคม

6. เป็นองค์กรที่ระเบิดจากข้างใน และมีดีเอ็นเอของ Individual Social Responsibility (ISR) เมื่อพนักงานในองค์กรมีจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม เป็นพนักงานสายพันธุ์ใหม่ที่เป็นมืออาชีพพร้อมหัวใจจิตอาสา ไม่รับผิดชอบเพียงผลงานเฉพาะตน แต่มีใจยื่นมือช่วยเหลือสังคมด้วยความบริสุทธิ์ยอมสละผลให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน หลักธรรมที่นำมาบูรณาการในข้อนี้คือ หลักพรหมวิหาร 4 หลักมรรคาธรรม และหลักสังกัปปะ 4 เป็นจิตที่เน้นการดำรงอยู่ด้วยความรัก ความปรารถนาดีต่อกัน การแบ่งปัน จิตอาสา และช่วยเหลือสังคมโดยไม่หวังผลตอบแทน

7. เป็นผู้สร้างบรรทัดฐานใหม่ให้เกิดขึ้นในวงการ (Set the Benchmark) คิดนอกกรอบ มีความกล้าในการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์และสร้างบรรทัดฐานใหม่ให้เกิดขึ้นในวงการ จึงเป็นผู้นำความคิดที่ก้าวพ้นจากพันธนาการเดิม เป็นผู้กำหนดกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลง ทำให้องค์กรต่างๆ ทั้งในธุรกิจเดียวกันและต่างธุรกิจกันหันมาเดินตามเสมอ จึงเป็นอีกหนึ่งคุณลักษณะที่สำคัญในการกล้าทวนกระแส ฉีกกฎจารีตประเพณีที่ปฏิบัติกันมาเดิมๆ สู่การเปลี่ยนแปลงใหม่ในทางที่ดียิ่งขึ้น ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยขอนำหลักธรรมดังกล่าวข้างต้นทั้งหมดมาบูรณาการ เพราะหลักธรรมทั้งหมดจะทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในการสร้างคุณค่าที่แท้จริง เป็นการคิดนอกกรอบ สร้างสรรค์บรรทัดฐานใหม่ต่อตนเองและองค์กร

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยพบว่าผู้บริหารองค์กรได้ตระหนักถึงการตอบสนองสังคมมากขึ้น มีการทำกิจกรรม CSR (Corporate Social Responsibility) (ผศ.ดร.พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553) และ SE (Social Enterprise) (จิราภรณ์ วิหาวา, 2554) มากมาย เช่น กลุ่มบริษัทอภัยภูธร, บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด และบริษัท สยามคาสท์ในล่อน จำกัด ได้ก่อตั้งสถานปฏิบัติธรรมเพื่อบุคลากรในองค์กร และประชาชนทั่วไปโดยไม่มีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้แต่ละองค์กรได้มีบทบาทในการช่วยเหลือสังคมอีก คือ กลุ่มบริษัทอภัยภูธร มีโครงการและกิจกรรมเกิดขึ้นมากมาย เช่น สนับสนุนนักกีฬาเทเบิลเทนนิส



ชมรมนักกีฬาพาราโอลิมปิก โครงการ Cool The World ในการช่วยลดโลกร้อน โครงการดูยาเพื่อน้อง ร่วมบริจาคและเป็นสปอนเซอร์ให้กับสถาบันต่างๆ ที่เป็นการกุศลอีกมากมาย เช่น สภากาชาดไทย ยูวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ โรงพยาบาล โรงเรียน มูลนิธิ, บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด ได้ก่อตั้งโรงเรียนที่นอกจากจะให้ความรู้ในเรื่องอาชีพแล้วยังช่วยส่งเสริมให้พนักงานเป็นผู้มีคุณธรรมที่ดีด้วย จบแล้วจะได้ประกาศนียบัตร ปวช. ระหว่างเรียนก็เรียนฟรี ไม่ต้องเสียตังค์ มีที่พักให้ โดยโครงการนี้ทำร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการ ชื่อศูนย์การเรียนรู้ SNP โดยจบแล้วจะทำงานต่อ กับ SNP หรือไม่ทำก็ได้ เพื่อคืนกำไรให้กับสังคมและเปิดโอกาสสำหรับเด็กที่ขาดแคลนทุนทรัพย์, สยามคาสท์ในล่อน สร้างโรงเรียน สร้างโรงพยาบาล สร้างถนน ให้กับชุมชน ให้กับสังคมในท้องถิ่น บริจาคเงินให้กับโรงเรียน ให้กับกระทรวงสาธารณสุข, บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ได้ถวายพระไตรปิฎกพร้อมผู้ให้กับวัดที่ต้องการแต่ขาดแคลน มีการตั้งกองทุนการศึกษาให้กับเด็กที่ด้อยโอกาส เด็กกำพร้า เป็นกองทุนปียสุพรรณกัลยา และช่วยสถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ, บริษัท ดิซี คอนซัลแทนส์ แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด มีโครงการดักบาตรเดิมนูญโดยนิมนต์หลวงพ่อกุรบาอาจารย์สายวัดป่าสายหลวงปู่่มนั้มารับบาตรและก็แสดงธรรม ปฏิบัติธรรมทุกเดือนๆ ละครั้ง โครงการการให้ชีวิตสัตว์ จะไล่ชีวิตโค กระบือ หรือปล่อยปลา นอกจากนี้ยังมีแนวทางการส่งเสริมการปฏิบัติธรรมในองค์กรด้วยการสวดมนต์ การถือศีล ๕ การให้ธรรมะในองค์กร การจัดตั้งชมรมพุทธ

แนวคิดการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว แนวพุทธบูรณาการ เป็นการดำเนินธุรกิจโดยไม่มุ่งแสวงหาผลกำไร หากแต่องค์กรก็มีกำไรที่จะเติบโตได้ เป็นกลยุทธ์ที่เน้นในเรื่องของนามธรรมและคุณค่าทางจิตใจเป็นหลัก ให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคน พนักงานในองค์กร คู่ค้า ผู้ถือหุ้น ไปพร้อมกัน และใช้ทรัพยากรอย่างเพียงพอ โดยใช้ความศรัทธาและความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืนขององค์กร และเพื่อการอยู่ร่วมกันขององค์กรกับสังคมอย่างสงบสุข เป็นการดำเนินธุรกิจแบบมีผลประโยชน์ร่วมด้วยกันทุกฝ่าย เป็นกลยุทธ์การตลาดที่เหนือกว่าการแข่งขัน ด้วยความพยายามสร้างความน่าเชื่อถือต่อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ สร้างความจงรักภักดีในสินค้าต่อผู้บริโภค ในขณะเดียวกันลูกค้าเองก็มองเห็นความโดดเด่นขององค์กร กลยุทธ์นี้ไม่ได้กำลังพยายามทำให้องค์กรมีชัยเหนือคู่แข่ง แต่เป็นการให้ความสำคัญกับการพิจารณาขีดจำกัดของทั้งอุตสาหกรรมที่ยังไม่เคยมีใครก้าวล่วงเข้าไปถึง ด้วยความรู้สึกต้องการแสวงหาคุณค่าทางจิตใจ ความซื่อสัตย์ ความมีน้ำใจ และกิจกรรมตอบแทนสังคมที่เข้าถึงจิตใจของผู้รับในสังคมได้อย่างลึกซึ้ง



สรุปผลการวิจัย

การดำเนินกลยุทธ์น่านน้ำ พบว่าการดำเนินธุรกิจน่านน้ำสีขาว แนวพุทธบูรณาการ เป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ยึดมั่นความดีงามโดยนำหลักพุทธธรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจ ช่วยให้องค์กรมีการเติบโตอย่างยั่งยืน เป็นธุรกิจในโลกยุคใหม่ที่มีมุมมองสิ่งดีๆต่อเพื่อนมนุษย์ สังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการส่งเสริมธรรมะในองค์กร มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ทั้งกิจกรรม CSR และ SE นอกจากจะเป็นการเห็นประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าองค์กรแล้ว ยังเป็นผลให้องค์กรเป็นที่ยอมรับต่อสังคม และเกิดความจงรักภักดีต่อสินค้า การดำเนินธุรกิจกลยุทธ์นี้ช่วยจรรโลงจิตใจและเห็นคุณค่าความเป็นเพื่อนร่วมโลก ที่ต้องแบ่งปัน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการค้าทางชีวิตหรือการค้าดำเนินธุรกิจ หากเราเข้าใจถึงการปรับประยุกต์ใช้จิต ความคิด และสติในการดำรงชีวิตอยู่อย่างมีคุณค่าชีวิตก็จะสง่างาม และพบกับความมั่งคั่งและความอุดมสมบูรณ์ในทุกๆ ด้าน

การผลักดันให้การดำเนินธุรกิจกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว แนวพุทธบูรณาการให้สำเร็จลุล่วง ผู้วิจัยเห็นว่าควรจะมีการจัดตั้งเครือข่ายธุรกิจ หรือหน่วยงานภาครัฐบาลที่เห็นถึงความสำคัญในการบูรณาการการค้าดำเนินธุรกิจกับหลักธรรม และมีการเผยแพร่ให้ความรู้ และนำไปใช้ในวงกว้าง หากองค์กรสร้างเครือข่ายธุรกิจสัมมาชีพ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และองค์ความรู้ พร้อมทั้งสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จะช่วยให้เครือข่ายขององค์กรเกิดความเข้มแข็ง และเป็นการเพิ่มคุณค่าทางจิตใจมากกว่าการเพิ่มมูลค่าตัวเลขทางบัญชีในองค์กร เป็นการสร้างคุณธรรมในองค์กร และความสงบสุขในสังคม หากต้องการสร้างจิตสำนึกในการประกอบธุรกิจตามแนวพุทธบูรณาการ ควรจะเริ่มให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมหลักธรรมลงในตำราการบริหารให้บัณฑิต นักศึกษาได้ศึกษา เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ต่อไป





บรรณานุกรม

- จิราภรณ์ วิหาว. *Social Enterprise* กิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาสังคม. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริม
กิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.), 2554.
- ดนัย จันทรเจ้าฉาย.(2555).กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว *White Ocean Strategy*.กรุงเทพฯ: ดีเอ็มจี.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. *CSR. Corporate Social Responsibility Management*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ชิงค
ปิยอนด์ บุ๊คส์ จำกัด, ๒๕๕๓
- พระธรรมโกศาจารย์.(ประยูร ธมฺมจิตฺโต).(2553). *พุทธวิธีบริหาร*.กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ
ราชวิทยาลัย.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2557). *ธรรมฉบับประชาชน*. กรุงเทพฯ : มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส. (2557). *พระพุทธศาสนากับวิทยาการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ : มหาจุฬาลงกรณ
ราชวิทยาลัย.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.(2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ
: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- วัชรระ งามจิตรเจริญ.(2554). *แนวคิดในการนำเศรษฐกิจเชิงพุทธศาสนาสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ศศิกานต์ ลิ้มปิติ.(2548). *แนวคิดมุ่งตราสินค้าในองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหา
บัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- Beatrice Heuser. (2010). *The Evolution of Strategy: Thinking War from Antiquity to the Present*.
Cambridge University Press.
- Kim W., & Mauborgne R. (2005). *Blue Ocean Strategy: From Theory to Practice*. California
Management Review.

