

พุทธวิธีการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเจริญกรุงแขวงยานนาวา
เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
buddhist methods for conducting creative business in charoenkrung,
yan nawa subdistrict, sathon district, Bangkok.

จารุวรรณ สิงขรวัฒน์
Jaruan Singkornwat^๑
กนกอร ก้านน้อย
Kanok-orn Kanno^๒

Received: September 4, 2025 Revised: October 28, 2025

Accepted: November 4, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ ๓ ประการ คือ ๑) เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ๒) เพื่อศึกษาพุทธวิธีการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร และ ๓) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์ วิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอในลักษณะการพรรณนา

ผลการศึกษามีพบว่า ๑) การดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจแบบ สืบทอดจากบรรพบุรุษ เป็นธุรกิจขนาดเล็ก และการทำบัญชีรับ-จ่ายในครัวเรือน มีช่องทางการขายสินค้าและบริการ หน้าร้านและออนไลน์ วิธีการรับชำระด้วยเงินสด เงินโอน บัตรเครดิต ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ มีพันธมิตร คู่ค้าพึ่งพาอาศัยกันและส่งเสริมธุรกิจร่วมกันมานาน ๒) พุทธวิธีการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง พบว่า ผู้ประกอบการเริ่มดำเนินธุรกิจผ่านกระบวนการต้นน้ำด้วยหลักธรรมอริยมรรคมีองค์ ๘ ปาปนิกรกรรม ๓ ขณะ ดำเนินธุรกิจด้วยกระบวนการกลางน้ำด้วยหลักอิทธิบาท ๔ ศีล ๕ ขันติ และผลจากการดำเนินธุรกิจด้วยกระบวนการ ปลายน้ำตามหลักทฤษฎีธัมมิกัตถประโยชน์ ๔ และ ๓) รูปแบบการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์รูปแบบการพัฒนาธุรกิจ เชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง พบว่า มี ๔ รูปแบบ ได้แก่ (๑) สร้างวัฒนธรรมของสินค้าและบริการให้เป็นที่ ต้องการ ยอมรับ และเต็มใจ (๒) สร้างสรรค์นวัตกรรมเทคโนโลยี ตอบโจทย์วิถีชีวิตแบบใหม่ (๓) สร้างความโดดเด่น

^๑ หลักสูตรพุทธศาสนมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย Master of Buddhism Graduate School Mahachulalongkornrajavidyalaya University Email: singkornwat@gmail.com เบอร์ โทรศัพท์ ๐๘๙-๑๑๙๙๔๔๗

^๒ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (Assumption University) Email: kanokornkn@au.edu เบอร์โทรศัพท์ ๐๘๗- ๕๑๙๓๓๙๒



และแตกต่างด้วยแบรนด์สินค้าจากตำนานและเรื่องราว และ (๔) สร้างการรับรู้และน่าเชื่อถือ เพื่อการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ด้วยการสร้างมูลค่าและคุณค่าของสินค้าและบริการให้กับลูกค้า เศรษฐกิจและสังคมได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : พุทธวิธี, ธุรกิจเชิงสร้างสรรค์, เจริญกรุง

Abstract

In this research, three main objectives were purposely made: 1) to study the business operations of the community in the Charoenkrung area, Yannawa Sub-district, Sathorn District, Bangkok; 2) to examine the application of Buddhist principles in creative business practices within the Charoenkrung community; and 3) to propose a creative business development model for the community. This qualitative study is based on document analysis, interviews, and content analysis, with findings presented descriptively.

The results showed that: 1) businesses in the Charoenkrung community are typically small, family-run enterprises passed down through generations. They employ household accounting, operate through both physical storefronts and online platforms, and accept payments via cash, bank transfers, and credit cards. Most customers are regulars, and business owners maintain long-standing, mutually beneficial partnerships with suppliers, 2) the application of Buddhist principles shows that entrepreneurs establish their businesses in accordance with the Eightfold Path (Ariya Magga) and the Three Marks of a Good Merchant (Papannika Dhamma). During operation, they apply the Four Bases of Success (Iddhipāda), the Five Precepts (Sīla), and patience (Khanti). The outcomes of their business operations correspond to the Four Advantages Attainable in this Present Life (Ditṭhadhammikatta-samvattanika-dhamma), and 3) the study identifies four creative business development models for the Charoenkrung community: (1) producing desirable and acceptable goods and services through cultural soft power; (2) developing technological innovations that meet the demands of new lifestyles (the New Normal); (3) building a distinct and unique brand identity through legends and storytelling; and (4) fostering brand awareness and credibility to enhance the value of goods and services, thereby contributing to sustainable economic and social development.

Keywords: Buddhist Methods, Creative Business, Charoenkrung

๑. บทนำ

ธุรกิจถือเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ ทุกธุรกิจล้วนมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งการสร้างรายได้ การจ้างงาน และการพัฒนานวัตกรรมใหม่เพื่อการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้เกิดการเติบโตและความยั่งยืนของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมผู้ประกอบการธุรกิจที่เป็นผู้คิดริเริ่มใหม่ ควรศึกษากฎระเบียบ กฎหมาย ข้อบังคับ ปัญหาการดำเนินธุรกิจ แรงงาน วัตถุดิบ แหล่งทุน และโอกาสในการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองอุปสงค์ของตลาด^๓ การดำเนินธุรกิจย่านเจริญกรุงมีประวัติความเป็นมาเริ่มต้นจากชุมชนเจริญกรุง และรัชกาลที่ ๔ โปรดเกล้าให้สร้างถนนเจริญกรุงขึ้นเมื่อวันที่ ๕ กุมภาพันธ์ ๒๔๐๔ เมื่อสร้างสำเร็จได้เปิดให้ประชาชนสัญจร ซึ่งเป็นที่กล่าวถึงถนนเจริญกรุงไว้ว่าเป็น “ถนนที่กว้างและยาวที่สุดในช่วงเวลานั้น”^๔ นอกจากนี้เจริญกรุงได้ชื่อว่าเป็นต้นกำเนิด ‘ความสร้างสรรค์ของไทย’ มีสังคมแบบ ‘เบ้าหลอม’ ที่รวมผู้คนจากหลากหลายเชื้อชาติ วัฒนธรรมและศาสนาให้อยู่รวมกันได้อย่างลงตัว เพราะมีชุมชนชาวจีน ชุมชนชาวตะวันตก ชุมชนชาวมอญ ชุมชนทวาย ชุมชนมุสลิม และชุมชนชาวลาว อาศัยอยู่ร่วมกันและแปรเปลี่ยนเป็นวัฒนธรรมสถาปัตยกรรมประเพณี และเมนูอาหารเลิศรสที่ส่งอิทธิพลมาถึงปัจจุบัน^๕ ทำให้ถนนเจริญกรุงในปัจจุบันมีความหนาแน่นด้วยธุรกิจหลากหลาย โรงเรียน และวัด ศาสนสถานต่าง ๆ เจริญไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยและสังคมโลก^๖ ดังนั้น การดำเนินธุรกิจจึงมีความสำคัญยิ่งในการสร้างอรรถประโยชน์โดยการแปรรูปวัตถุดิบเป็นสินค้าและบริการ สร้างระบบการซื้อขายแลกเปลี่ยน ยกกระตือรือร้นทางเศรษฐกิจและรายได้เพิ่มขึ้นของครัวเรือนและประเทศ และยังเป็นการรักษาค่านิยม ศิลปะ วัฒนธรรมของชุมชนสังคม

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง ศึกษาพฤติกรรมวิธีการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง และรูปแบบการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง เพื่อนำมาเป็นแนวทางและการประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ที่จะช่วยให้ชุมชนเจริญกรุงสามารถพัฒนาสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

๒. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

^๓ นิธิ เอียวศรีวงศ์, การศึกษาของชาติกับภูมิปัญญาท้องถิ่น, (กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง, ๒๕๓๖), หน้า ๔๙.

^๔ DDproperty, “รู้จักย่านเจริญกรุงแบบเจาะลึก”, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.ddproperty.com/areainsider/เจริญกรุง/article/รู้จักย่านเจริญกรุงแบบ-3540> [๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗].

^๕ groundcontrolth.com, “แรกเริ่มที่ ‘เจริญกรุง’ สำนวน ‘แห่งแรกในสยาม’ ที่เกิดขึ้นที่เจริญกรุงย่านที่ได้ชื่อว่าเป็นต้นกำเนิด ‘ความสร้างสรรค์ของไทย’”, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://groundcontrolth.com/blogs/history-of-charoenkrung> [๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗].

^๖ ภาทิพร ผาจันทร์, “๑๐๐ ปี ถนนเจริญกรุงกับการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. ๒๔๑๑-๒๕๑๑)”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรจน์, ๒๕๖๔), หน้า ๙.

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “พุทธวิถีการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร” สำหรับวัตถุประสงค์ที่ต้องการนำเสนอในบทความนี้มี ๓ ข้อ คือ

- ๑) เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
- ๒) เพื่อศึกษาพุทธวิถีการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
- ๓) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

๓. วิธีดำเนินการวิจัย/รูปแบบการวิจัย/ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการปฏิบัติตามมัชฌิมาปฏิปทาเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน” นี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารปฐมภูมิ ได้แก่ พระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๓๙ เอกสารทุติยภูมิ ได้แก่ อรรถกถาภาษาไทยฉบับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๕๓ ตำรา หนังสือ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ โดยจะนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาความ

๔. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนี้ได้ค้นพบประเด็นที่ตอบ ๓ วัตถุประสงค์ ดังนี้

๑. สภาพและลักษณะของการดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง พบว่า (๑) ด้านการดำเนินธุรกิจ: ดำเนินธุรกิจในลักษณะสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น และมีนักลงทุนรุ่นใหม่จากย่านอื่นเข้ามาทำธุรกิจตามความสนใจและความถนัด สินค้าและบริการส่วนใหญ่คืออาหาร ขายเครื่องดื่ม ที่พักโรงแรม เกสต์เฮาส์ และบริการนวดแผนโบราณ (๒) ด้านการตลาด: กลุ่มลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติและลูกค้าชาวไทย ชาวจีน ชาวตะวันตก ชาวมอญ ชาวทวาย มุสลิม ชาวลาว มีช่องทางการจำหน่าย คือ ขายหน้าร้านและขายออนไลน์ (๓) ด้านรายได้และต้นทุน: ตั้งราคาขายขึ้นอยู่กับลูกค้าในชุมชนเป็นหลัก มีวิธีการชำระเงินด้วยเงินสด เงินโอน และบัตรเครดิต ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายประจำวัน (๔) ด้านการใช้ทรัพยากรและวัตถุดิบ: แหล่งเงินทุนมาจากกำไร ผู้ประกอบการเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบเอง และ (๕) ด้านพันธมิตร: มีลูกค้าในลักษณะการพึ่งพากันและส่งเสริมธุรกิจร่วมกันในการแนะนำและส่งต่อลูกค้า และผลการวิเคราะห์สถานการณ์ของการดำเนินธุรกิจย่านเจริญกรุง พบว่า จุดแข็ง (Strengths) คือ ชุมชนย่านเจริญกรุงมีประวัติศาสตร์ก่อตั้งเก่าแก่และยาวนาน ได้ชื่อว่าสายแรกในกรุงเทพฯ ทำเลที่ตั้งชุมชนด้านหน้าติดแม่น้ำเจ้าพระยา และมีวัด สถานที่ราชการ ห้างร้าน สถาบันการเงิน มีจุดเชื่อมโยงเส้นทางบก ทางน้ำและรถไฟฟ้า มีวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ภาษา อาหารที่หลากหลายเชื้อชาติสืบทอดจากบรรพบุรุษ จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า สภาพแวดล้อมภายในร้านมีพื้นที่คับแคบแออัด จำกัดปริมาณโต๊ะให้บริการ ผู้ประกอบการบางร้านเป็นคนรุ่นเก่าไม่เห็นความจำเป็นในการพัฒนาร้านค้า เปิดช้า ปิดเร็ว อาหารและเครื่องดื่มไม่หลากหลาย โอกาสในการขยายธุรกิจ (Opportunities) พบว่า นโยบายกรุงเทพฯ ในการเพิ่มจุดเชื่อมต่อขนส่งสาธารณะ การส่งเสริมอาหารตามเทศกาลและสำนักงานเขตมีโครงการที่จะขยายธุรกิจสะพานปลาให้เป็นตลาดค้าปลาสดและอาหารทะเล การใช้แอปพลิเคชันและนวัตกรรมทางเทคโนโลยีใน การส่งเสริมการขายและโฆษณา และความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อ

การเรียนรู้ปรับปรุงสูตรอาหารขนมไทย การพัฒนาและต่อยอดบรรจุภัณฑ์ และอุปสรรค (Threats) พบว่า ย่านเจริญกรุงมีปริมาณรถหนาแน่น ถนนแคบ ไม่สามารถจอดรถหน้าร้าน พื้นถนนขรุขระไม่เรียบ และป้ายรถประจำทางใกล้ปัญหาการจัดการขยะในชุมชน ท่อบำบัดน้ำเสียส่งกลิ่นเหม็น ปัญหาบ่อดักไขมัน และบริเวณทางเท้าไม่สะอาด นโยบายเกี่ยวกับลูกจ้างต่างดาว และผลการศึกษาวิจัยพบว่า แนวทางการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาการดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง มี ๔ แนวทาง คือ ๑) ด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspectives) เพื่อการปรับปรุงแก้ไขและสร้างโอกาสในการแข่งขัน โดยการการพัฒนาศักยภาพ ทักษะความสามารถของผู้ประกอบการและลูกจ้างในเทคโนโลยีเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้าและการประชาสัมพันธ์ร้านค้า การพัฒนาทักษะการสื่อสารด้านภาษาต่างชาติ และการปรับปรุงร้านที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของสินค้าและบริการ เพื่อการสร้างแบรนด์สินค้า ๒) ด้านกระบวนการทำงานภายใน (Business Process Perspective) เพื่อการปรับปรุงกระบวนการผลิตและส่งมอบสินค้าและบริการ การตรวจสอบยอดขาย การจัดอันดับสินค้าขายดีหรือบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ ๓) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ควรสอบถามความคิดเห็นความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า และ ๔) ด้านการเงิน (Financial Perspective) ควรมีการเก็บข้อมูลทางการเงินเพื่อใช้ในการวางแผนการขยายธุรกิจ การลดความเสี่ยงทางการเงินและภาระหนี้ในอนาคต

๒. พุทธวิธีในดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุงของผู้ประกอบการ พบว่า ๑) หลักธรรมสำหรับผู้ประกอบการที่จะนำมาปฏิบัติในการบริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์จากกระบวนการต้นน้ำ (Upstream) ผสานกับหลักอริยมรรคมีองค์ ๘ พบว่า พุทธวิธีในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการต้องเริ่มจากความคิดที่จะประกอบอาชีพสุจริต การกล่าววาจาที่เป็นคุณทั้งต่อตนเองและผู้อื่น การลงมือทำ การเลี้ยงชีพชอบ เว้นจากมิจฉาชีพ การประกอบอาชีพด้วยความพยายามอย่างมีสติและมีจิตใจที่ตั้งมั่นต่ออาชีพของตน หลักอริยมรรคมีองค์ ๘ ได้แก่ สัมมาทิฐิ สัมมาสังกัปปะ สัมมาวาจา สัมมากัมมันตะ สัมมาอาชีวะ สัมมาวายามะ สัมมาสติ สัมมาสมาธิ และหลักปาปณิกกรรม ๓ ได้แก่ ประกอบด้วย จักขุมา-ตาติ รู้จักสินค้า คุของเป็น วิธโร-จัดเจนธุรกิจ รู้แหล่งซื้อแหล่งขาย รู้ความเคลื่อนไหวความต้องการของตลาด นิสสยสัมบันโน-พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย ๒) การดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์จากกระบวนการกลางน้ำ (Midstream) ผสานกับหลักอิทธิบาท ๔ คือ มีความพอใจ ความเพียร ความมุ่งมั่นและความคิดไตร่ตรองอย่างรอบคอบระหว่างการค้าดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา หลักศีล ๕ ได้แก่ เว้นจากการฆ่า การลักทรัพย์ การประพฤติผิดในกาม การพูดเท็จ การดื่มสุรา และหลักขันติ คือ ความอดทน ตั้งหน้าทำหน้าการทำงานด้วยความขยันหมั่นเพียร เข้มแข็ง ทนต่องานที่ตรากตรำ และสามารถไขปัญหาในการแก้ปัญหา ๓) การดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์จากกระบวนการปลายน้ำ (Downstream) ผสานกับหลักทฤษฎีธัมมิกัตถประโยชน์ ๔ คือ การมีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ การรู้จักใช้และเก็บรักษาทรัพย์ การคบเพื่อนดีและการรู้จักใช้ชีวิตอย่างเหมาะสม ได้แก่ อฏฺฐานสัมปทา อารักขสัมปทา กัลป์ยาณมิตตตา และสมชีวิตา และผลการศึกษาวิจัยยังพบว่า ๒) พุทธวิธีจัดการกับปัญหาในดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการด้วยหลักธรรม (๑) โลกธรรม ๘ ด้วยการพิจารณาเห็นถึงได้ลาภ เสื่อมลาภ ได้ยศ เสื่อมยศ มีนินทา มีสรรเสริญ มีสุข มีทุกข์ (๒) กฎไตรลักษณ์ ได้แก่ อนิจจตา คือ ความไม่เที่ยง ทุกขตา คือ ความเป็นทุกข์ และอนัตตตา คือ ความเป็นของไม่ใช่ตน และ (๓) การตั้งตนอยู่ในความไม่ประมาท ความเป็นอยู่อย่างไม่ขาดสติในการดำเนินชีวิตและการดำเนินธุรกิจ

๓. รูปแบบการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง พบว่า มี ๔ รูปแบบ ได้แก่ (๑) สร้างวัฒนธรรมของสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการ ยอมรับ และเต็มใจ (Soft Power) ด้วยการสร้างคุณค่าสานกับ ความหลากหลายตามศาสนา วัฒนธรรมและความดั้งเดิมของชนชาติในชุมชน ได้แก่ การผลิตอาหารและการใช้ วัตถุดิบท้องถิ่น การออกแบบและแฟชั่นท้องถิ่น การจัดงานเทศกาล ดนตรี ศิลปะ กีฬา ศาสนาวัฒนธรรมและความ บันเทิง การเรียนรู้ทักษะใหม่อย่างเปิดกว้าง การท่องเที่ยวเชิงพุทธชุมชนแบบฟื้นสร้างตามหลักอริยมรรคมีองค์ ๘ (๒) สร้างสรรค์นวัตกรรมเทคโนโลยี ตอบโจทย์วิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) ผ่านช่องทางการสื่อสารและการใช้ เทคโนโลยีในการเข้าถึงลูกค้า ทำการตลาดแบบเชิงบูรณาการด้วยกระบวนการเรียกว่า Food Delivery และระบบซื้อ ขายและบริการผ่านระบบออนไลน์ตามหลักหลักปาปนิกรธรรม ๓ (๓) สร้างความโดดเด่นและแตกต่างด้วยแบรนด์ สินค้าจากตำนานและเรื่องราว (Storytelling) ผ่านป้ายร้าน ชื่อร้าน สัญลักษณ์ ภาพถ่ายและการตกแต่งร้านสะท้อน ให้เห็นถึงจุดกำเนิดหรือความเก่าแก่ของร้านตามหลักอิทธิบาท ๔ และ (๔) สร้างการรับรู้และน่าเชื่อถือ (Brand Awareness) การใช้คำ สโลแกน อัตลักษณ์ของสินค้า สีตัวอักษรที่จำได้ง่ายและทำการตลาดโดยร่วมกิจกรรมกับอิน ฟลูเอนเซอร์มาเรียวสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างคุณค่า ประโยชน์ให้กับธุรกิจและลูกค้าตามหลักหลักทฤษฎีธัม มิกัตถประโยชน์ ๔ เป็นหลักในการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์

๕. อภิปรายผล

การศึกษาสภาพและลักษณะของการดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร พบว่า การดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในลักษณะสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นเป็นธุรกิจในครัวเรือน มีการบริหารจัดการภายในโดยเจ้าของธุรกิจ แหล่งเงินทุนมาจากเงินกำไรที่ได้จากการดำเนินธุรกิจ การหาแหล่ง ทรัพยากรหรือวัตถุดิบเจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้เลือกและซื้อเอง สอดคล้องกับอรุณ ศิริจานุสรณ์ พบว่า การสืบทอดธุรกิจ ครอบครัวยังเป็นความท้าทายของเจ้าของผู้ก่อตั้งธุรกิจและเป็นความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นสู่รุ่นที่มีแผนการสืบทอดธุรกิจ ครอบครัวยังมีความยั่งยืน^๗ และสอดคล้องกับ ณัฐวุฒิ วิเศษ พบว่า ลักษณะของการดำเนินธุรกิจครอบครัวยังส่วนใหญ่ ดำเนินงานแบบเจ้าของคนเดียว มีปัจจัยด้านการบริหาร การบริการ การตลาด การดำเนินการและการเงิน^๘ และผล การศึกษาวิจัยพบว่า แนวทางการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาการดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง คือ ด้านการ เรียนรู้และการเติบโต ด้านกระบวนการทำงานภายใน ด้านลูกค้า และด้านการเงิน ทั้งนี้เพราะแนวทางทั้ง ๔ ด้านเป็น เครื่องมือในการจัดการ การพัฒนาธุรกิจและการประเมินผลการดำเนินธุรกิจนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ ซึ่ง สอดคล้องกับ อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรัสโสมณ และคณะ พบว่า การพัฒนาธุรกิจร่วมกับส่วนประสมทางการตลาดมีความ

^๗ อรุณ ศิริจานุสรณ์, “การสืบทอดธุรกิจครอบครัวยุคใหม่: กระบวนการแห่งการสร้างความสัมพันธ์เพื่อการอยู่รอดและยั่งยืน”, วารสารสหวิทยาปริทัศน์, ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๗๗ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๔): ๑๒๐.

^๘ ณัฐวุฒิ วิเศษ, “ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัด นนทบุรี”, วารสารปัญญาภิวัฒน์, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๐): ๒๐-๒๒.

เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต การบริหารจัดการภายใน การเงิน และการส่งมอบสินค้าและบริการอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการสร้างภาพพจน์ให้เกิดขึ้นกับลูกค้า^๔

ผลการศึกษาวิจัยพุทธวิธีในดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง พบว่า หลักธรรมของผู้ประกอบการที่ควรนำมาปฏิบัติในการบริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจจากต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้แก่ อริยมรรคมีองค์ ๘ ปาปนิกรธรรม ๓ อิทธิบาท ๔ ศีล ๕ ขันติ และทฤษฎีภูมิคุ้มกันผลประโยชน์ ๔ ซึ่งสอดคล้องกับ ญัตติ ศิริกมลพัฒน์ พบว่า หลักธรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้าขาย ได้แก่ ศีล ๕ อิทธิบาท ๔ ปาปนิกรธรรม ๓ และโกศวิภาค ๔^๕ และสอดคล้องกับ สมชาย เบ็ญจวรรณ พบว่า หลักปาปนิกรธรรม ๓ เป็นหลักธรรมของพ่อค้า^๖ และสอดคล้องกับพระอธิการโสฬสมงคล อินฺทโชโต พบว่า การดำเนินธุรกิจต้องมีจริยธรรมยึดหลักทฤษฎีภูมิคุ้มกัน^๗ และยังสอดคล้องกับ จินดา หวังวรงค์ และคณะ พบว่า ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงหลักสัมมาอาชีวะ^๘

รูปแบบการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ๑) สร้างวัฒนธรรมของสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการ ยอมรับ และเต็มใจ (Soft Power) ด้วยการสร้างคุณค่าผสานกับความหลากหลายตามวัฒนธรรมและความดั้งเดิมของชนชาติในชุมชน ๒) สร้างสรรค์นวัตกรรมเทคโนโลยี ตอบโจทย์วิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) ผ่านช่องทางการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงลูกค้า ๓) สร้างความโดดเด่นและแตกต่างด้วยแบรนด์สินค้าจากตำนานและเรื่องราว (Storytelling) ผ่านป้ายร้าน ชื่อร้าน สัญลักษณ์และการตกแต่งร้านสะท้อนให้เห็นถึงจุดกำเนิดหรือความเก่าแก่ของร้าน ๔) สร้างการรับรู้และน่าเชื่อถือ (Brand Awareness) การใช้คำ อัตลักษณ์ของสินค้า สีตัวอักษรที่จำได้ง่าย การคำนึงถึงคุณค่าและประโยชน์ต่อธุรกิจและลูกค้า สอดคล้องกับ พิริยะ ผลพิรุฬห์ พบว่า การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่ามีความสำคัญและมีส่วนผลักดันการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าในระดับชุมชน^๙ และสอดคล้องกับ ทับทิม ทัทพรรณ และคณะ พบว่า การสร้างสรรค์เน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการเพื่อสร้างความแตกต่างและตอบสนอง

^๔ อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรโสภณ และคณะ, “การจัดกลุ่มผู้บริโภคตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการรับส่งอาหาร ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID ๑๙ ระบาดรอบ ๒”, วารสารวิชาการสมาคม สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท), ปีที่ ๒๗ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๔): ๑๓๔-๑๓๘.

^๕ ญัตติ ศิริกมลพัฒน์, “ศึกษาแนวทางการใช้วาจาเชิงพุทธเพื่อส่งเสริมการค้าขาย”, วารสารบัณฑิตศึกษา, ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๖๘ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๑): ๑๙๙.

^๖ สมชาย เบ็ญจวรรณ, “แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจตามหลักพุทธจริยศาสตร์”, สักทอง: วารสารมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ (สทส.), ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๒): ๙-๑๐.

^๗ พระอธิการโสฬสมงคล อินฺทโชโต, “พุทธจริยศาสตร์ในการประกอบธุรกิจ”, วารสารเสฏฐวิทย์ปริทัศน์, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๔): ๑๔-๑๖.

^๘ จินดา หวังวรงค์ และคณะ, “แนวทางพุทธวิธีอาหารปลอดภัยที่ยั่งยืนด้วยสัมมาอาชีวะสำหรับสังคมไทย”, วารสาร บัณฑิตศึกษาปริทรรศน์, ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๑): ๒๙-๓๐.

^๙ พิริยะ ผลพิรุฬห์, “เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย”, วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนา ศาสตร์, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๑ (มกราคม ๒๕๖๖): ๒๗-๓๑.

ต่อความต้องการของลูกค้า และสามารถต่อยอดความรู้ได้อย่างสร้างสรรค์^๑ และยังสอดคล้องกับ จิรภา สุขนวนิช พบว่า การสร้างคุณลักษณะความเป็นไทยสามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าในตัวเอง^๒ และยังสอดคล้องกับณัฐวิทย์ ราชแก้ว และคณะ พบว่า แนวการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์อย่างอำนาจละมุน มีดังนี้ ส่งเสริมการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย บูรณาการความร่วมมือของทุกหน่วยงาน สนับสนุนการฝึกอบรมและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ^๓

๖. องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ ๑ พุทธวิธีการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนย่านเจริญกรุงแขวงยานนาวา
เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

^๑ ทับทิม ทัพพัตร์ และคณะ, “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์”, Veridian E-Journal, Silpakorn University, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๑): ๔๐๑-๔๐๖.

^๒ จิรภา สุขนวนิช, “เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”, วารสารสหวิทยาการทางสังคมศาสตร์, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (พฤษภาคม-มิถุนายน ๒๕๖๖): ๙-๑๑.

^๓ ณัฐวิทย์ ราชแก้ว และคณะ, “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ อำนาจละมุน: การกระตุ้นเศรษฐกิจไทยในอนาคต”, วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗): ๑๓๑-๑๔๒.

ผลจากการศึกษาวิจัยได้นำมาสรุปเป็นองค์ความรู้จากการวิจัยได้ว่า การดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานครผู้ประกอบการสามารถที่จะนำหลักธรรมมาประยุกต์ใช้ดังนี้ (๑) พุทธวิธีการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์จากกระบวนการต้นน้ำ (Upstream) ตามหลักอริยมรรคมีองค์ ๘ ปาปนิภธรรม การดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์จากกระบวนการกลางน้ำ (Midstream) ผสานกับหลักอิทธิบาท ๔ ศีล ๕ ขันติ ๓ และการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์จากกระบวนการปลายน้ำ (Downstream) ผสานกับหลักทฤษฎี ๖ มิติ ๔ ประโยชน์ ๔ และ (๒) พุทธวิธีการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการในการจัดการกับปัญหาและการพัฒนาธุรกิจตามหลักโลกธรรม ๘ กฎไตรลักษณ์ และความไม่ประมาท จากการผานระหว่างหลักการดำเนินธุรกิจและพุทธวิธีในการดำเนินธุรกิจเพื่อนำไปสู่รูปแบบการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง มี ๔ รูปแบบ ดังนี้ (๑) สร้างวัฒนธรรมของสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการ ยอมรับ และเต็มใจ: Soft Power ด้วยรูปแบบรากเหง้าและวัฒนธรรมจากต้นน้ำ (Upstream) (๒) สร้างสรรค์นวัตกรรมเทคโนโลยี ตอบโจทย์วิถีชีวิตแบบใหม่: New Normal และ (๓) สร้างความโดดเด่นและแตกต่างด้วยแบรนด์สินค้าจากตำนานและเรื่องราว: Storytelling ด้วยรูปแบบการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์จากกลางน้ำ (Midstream) และ (๔) สร้างการรับรู้และน่าเชื่อถือ: Brand Awareness ในสินค้าและบริการ ด้วยรูปแบบคุณภาพและสร้างคุณค่าประโยชน์ต่อธุรกิจและลูกค้าจากปลายน้ำ (Downstream) ด้วยความคิดสร้างสรรค์บนฐานความรู้และปัญญาของผู้ประกอบการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของชุมชน พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ของชุมชน เทคโนโลยีนวัตกรรม เพื่อใช้เป็นรูปแบบการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ด้วยการสร้างมูลค่าและคุณค่าของสินค้าและบริการให้กับลูกค้า เศรษฐกิจและสังคมได้อย่างยั่งยืน

๗. สรุป

จากผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ว่า สภาพและลักษณะของการดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร พบว่า ๑) ด้านการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่ธุรกิจเป็นการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ๒) ด้านการตลาด กลุ่มลูกค้าเป็นชาวต่างชาติและลูกค้าชาวไทย มีช่องทางการจำหน่ายหน้าร้านและขายออนไลน์ ๓) ด้านรายได้และต้นทุน การตั้งราคาขายอิงลูกค้าในชุมชนเป็นหลัก มีวิธีการชำระเงินด้วยเงินสด เงินโอน และบัตรเครดิต และทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายประจำวัน ๔) ด้านการใช้ทรัพยากรและวัตถุดิบ แหล่งเงินทุนมาจากกำไรที่ได้จากการดำเนินธุรกิจ การใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบผู้ประกอบการจะเป็นผู้เลือกและซื้อเอง และ ๕) ด้านพันธมิตรผู้ประกอบการมีคู่ค้าในลักษณะพึ่งพากันและกันแนะนำลูกค้าและส่งต่อลูกค้า และผลการวิเคราะห์สถานการณ์ของการดำเนินธุรกิจย่านเจริญกรุง พบว่า จุดแข็ง คือ ชุมชนย่านเจริญกรุงมีประวัติศาสตร์ก่อตั้งเก่าแก่และยาวนาน มีความเป็นชุมชนนานาชาติ จุดอ่อน คือ สถานประกอบการ มีพื้นที่คับแคบแออัด ร้านค้าเปิดเช้า ปิดเร็ว เมนูอาหารและเครื่องดื่มไม่หลากหลาย สินค้าและบริการคล้ายกันหรือทดแทนกันได้ ๓) โอกาสในการขยายธุรกิจ พบว่า นโยบายของกรุงเทพฯ ในการเพิ่มจุดเชื่อมต่อคมนาคม การส่งเสริมอาหารตามเทศกาล และสำนักงานเขตมีโครงการที่จะขยายธุรกิจสะพานปลาให้เป็นตลาดค้าปลาสดและอาหารทะเล กลไกการตลาดแบบหลายช่องทางผ่านแอปพลิเคชันและนวัตกรรมทางเทคโนโลยี และความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อการเรียนรู้พัฒนาและการต่อยอดสินค้าและบริการ และ ๔) อุปสรรค พบว่า การจราจรทางบกมีปริมาณรถมากส่งผลให้รถติดและจอดรถหน้าร้านไม่ได้ พื้นถนนขรุขระไม่เรียบ ท่อบำบัดน้ำเสียส่งกลิ่นเหม็น มีปัญหาบ่อดักไขมัน และบริเวณทางเท้าไม่สะอาด นโยบายของรัฐในการ



จ้างลูกจ้างต่างตัว และผลการศึกษาวิจัยพบว่า แนวทางการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาการดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง ได้แก่ ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ด้านกระบวนการทำงานภายใน ด้านลูกค้า และด้านการเงิน

พุทธวิธีในดำเนินธุรกิจของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานครของผู้ประกอบการ พบว่า หลักธรรมสำหรับผู้ประกอบการที่จะนำมาปฏิบัติในการบริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ได้แก่ อริยมรรคมีองค์ ๘ ปาปนิกกรรม ๓ อิทธิบาท ๔ ศีล ๕ ขันติ และทิวฐัมมิกัตถประโยชน์ ๔ และพบว่าพุทธวิธีการจัดการกับปัญหาของผู้ประกอบการ คือ โลภธรรม ๘ กฎไตรลักษณ์ และการตั้งตนอยู่ในความไม่ประมาท

รูปแบบการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร พบว่า มี ๔ รูปแบบ ได้แก่ ๑) สร้างวัฒนธรรมของสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการ ยอมรับ และเต็มใจ (Soft Power) ด้วยการสร้างคุณค่าสานกับหลากหลายตามวัฒนธรรมและความดั้งเดิมของชาติในชุมชน ๒) สร้างสรรค์นวัตกรรมเทคโนโลยี ตอบโจทย์วิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) ผ่านช่องทางการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงลูกค้า ๓) สร้างความโดดเด่นและแตกต่างด้วยแบรนด์สินค้าจากตำนานและเรื่องราว (Storytelling) ผ่านป้ายร้าน ชื่อร้านและการตกแต่งร้านสะท้อนให้เห็นถึงจุดกำเนิดหรือความเก่าแก่ของร้าน ๔) สร้างการรับรู้และน่าเชื่อถือ (Brand Awareness) ทำการตลาดโดยร่วมกิจกรรมกับอินฟลูเอนเซอร์และนักกินมารีวิวสินค้าและบริการ

๘. ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงการผสมผสานระหว่างหลักการดำเนินธุรกิจและพุทธวิธีในการดำเนินธุรกิจเพื่อนำไปสู่รูปแบบการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนย่านเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานครต้องอาศัยปัจจัยส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ได้แก่ ความเก่าแก่และประวัติศาสตร์ชุมชน วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชุมชน นโยบายภาครัฐ กลไกทางการตลาด และเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ ๔ รูปแบบ ดังนี้ ๑) สร้างวัฒนธรรมของสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการ ยอมรับ และเต็มใจ: Soft Power ๒) สร้างสรรค์นวัตกรรมเทคโนโลยี ตอบโจทย์วิถีชีวิตแบบใหม่: New Normal ๓) สร้างความโดดเด่นและแตกต่างด้วยแบรนด์สินค้าจากตำนานและเรื่องราว: Storytelling และ ๔) สร้างการรับรู้และน่าเชื่อถือ: Brand Awareness ในสินค้าและบริการ บนฐานความรู้และปัญญาของผู้ประกอบการ เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของชุมชน เทคโนโลยีนวัตกรรม เพื่อใช้เป็นรูปแบบการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์กับการสร้างมูลค่าและคุณค่าของสินค้าและบริการให้กับลูกค้า เศรษฐกิจและสังคมได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น ภาครัฐและเอกชน ควรสนับสนุนและบูรณาการความร่วมมืออย่างจริงจังและต่อเนื่องตลอดห่วงโซ่ของสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ รวมถึงเร่งพัฒนาธุรกิจครัวเรือนในระดับชุมชน การพัฒนาทักษะของ



ผู้ประกอบการและลูกจ้าง การสนับสนุนเงินทุน การส่งเสริมการจ้างงานและสร้างรายได้ การสนับสนุนกิจกรรมทาง การตลาดอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างสร้างสรรค์ตามหลักพุทธศาสนาได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

๑. ศึกษาการประยุกต์พุทธวิธีการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์กับแนวทางการพัฒนาธุรกิจแบบสมดุล (Balance Scorecard)

๒. ศึกษาหลักพุทธธรรมที่นำมาส่งเสริมการพัฒนาและสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน

๓. ศึกษาพุทธวิธีในการสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาธุรกิจสื่อ สังคมออนไลน์และความบันเทิงออนไลน์ (Social Media and Online Entertainment)

๔. ศึกษาพุทธวิธีสู่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาธุรกิจการแพทย์และความงาม





บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จินดา หวังวรวงศ์ และคณะ, “แนวทางพุทธวิธีอาหารปลอดภัยที่ยั่งยืนด้วยสัมมาอาชีวะสำหรับสังคมไทย”, **วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์**, ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๑): ๒๙-๓๐.
- จิรภา สุขวนิช, “เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”, **วารสารสหวิทยาการทางสังคมศาสตร์**, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (พฤษภาคม-มิถุนายน ๒๕๖๖): ๙-๑๑.
- ณัฐวิชัย ราชแก้ว และคณะ, “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ อำนาจละมุน: การกระตุ้นเศรษฐกิจไทยในอนาคต”, **วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย**, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗): ๑๓๑-๑๔๒.
- ณัฐธีร์ ศรีกลมพัฒน์, “ศึกษาแนวทางการใช้วาจาเชิงพุทธเพื่อส่งเสริมการค้าขาย”, **วารสารบัณฑิตศึกษา**, ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๖๘ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๑): ๑๙๙.
- ทับทิม ทัพพกรณ์ และคณะ, “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์”, **Veridian E-Journal, Silpakorn University**, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๑): ๔๐๑-๔๐๖.
- นิตี เอี้ยวศรีวงศ์, **การศึกษาของชาติกับภูมิปัญญาท้องถิ่น**, (กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง, ๒๕๓๖).
- พระอธิการโสฬสมงคล อินฺทโชโต, “พุทธจริยศาสตร์ในการประกอบธุรกิจ”, **วารสารเสถียรวิทย์ปริทัศน์**, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๔): ๑๔-๑๖.
- ปิริยะ ผลพิรุฬห์, “เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย”, **วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนา ศาสตร์**, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๑ (มกราคม ๒๕๖๖): ๒๗-๓๑.
- สมชาย เบ็ญจวรรณ, “แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจตามหลักพุทธจริยศาสตร์”, **สัททอง: วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ (สทมส.)**, ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๒): ๙-๑๐.
- อัจฉราพรรณ ตั้งจางูโรโสภณ และคณะ, “การจัดกลุ่มผู้บริโภคตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรับส่งอาหาร ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID 19 ระบาดรอบ ๒”, **วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท)**, ปีที่ ๒๗ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๔): ๑๓๔-๑๓๘.
- อาทิพร ผาจันทร์, “๑๐๐ ปี ถนนเจริญกรุงกับการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. ๒๔๑๑ -๒๕๑๑)”, **วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรจน์, ๒๕๖๔).
- DDproperty, “รู้จักย่านเจริญกรุงแบบเจาะลึก”, [ออนไลน์], ๕ ย่อหน้า, แหล่งที่มา: <https://www.ddproperty.com/areainsider/เจริญกรุง/article/รู้จักย่านเจริญกรุงแบบ-3540> [๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗].



groundcontrolth.com, “แรกเริ่มที่ ‘เจริญกรุง’ สำรวจ ‘แห่งแรกในสยาม’ ที่เกิดขึ้นที่เจริญกรุงย่านที่ได้ชื่อว่าเป็น
ต้นกำเนิด ‘ความสร้างสรรค์ของไทย’”, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://groundcontrolth.com/blogs/history-of-charoenkrung> [๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗].

