รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของนักธุรกิจในประเทศไทย เปรียบเทียบกับนักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา

คณะผู้ทำการวิจัย

ศ. ดร. สมบูรณ์ ศาลยาชีวิน

รศ. ดร. อนุสรณ์ สิงหภักดี

ดร. บุษยา วีรกุล

รศ. วินิจ วีรยางกูร

สนับสนุนการวิจัยโดย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เมษายน 2541

คำนำ

งานวิจัยโครงการหมายเลข RDG 01/035 2540 นี้ใช้เวลาดำเนินงานทั้งหมด 1 ปี 6 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2539 จนถึง เดือนเมษายน 2541 รายงานผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่ 1 เป็นรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ และส่วนที่ 2 เป็นรายงานฉบับภาคผนวก เรื่อง จรรยาบรรณในองค์กร งานวิจัยนี้เกิดขึ้นได้ด้วยการสนับสนุนในด้านเงินทุน จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้โอกาสนักวิจัยจาก 4 สถาบันมาทำงานร่วมกัน โครงการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากบุคคลและผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน จากหลายหน่วยงาน ในการให้ข้อมูล ข้อคิดเห็น และคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่อการทำงานและทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้อย่างดี คณะผู้วิจัยขอขอบคุณบุคคลเหล่านี้ คือ :

- อาจารย์และนักธุรกิจที่เป็นนักศึกษาในหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร (Executive MBA) ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยเกริก และมหาวิทยาลัยหอการค้า

- นักธุรกิจและผู้ทรงคุณวุฒิที่เข้าร่วมประชุมสัมมนาเพื่อวิจารณ์งานวิจัยในวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ 2540 ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ ที่ให้เข้าสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับจริยธรรมในองค์กร

ตลอดระยะเวลาดำเนินการ คณะผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือจาก ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สกว., สำนักงานวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม, สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, โครงการบัณฑิตศึกษาสาขาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ภาควิชาการตลาด Old Dominoin University (USA) เป็นอย่างดีในการติดต่อสื่อสาร การใช้สถานที่เพื่อการประชุม และการจัดพิมพ์รายงาน ขอขอบคุณผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ทุกท่านของสถาบันดังกล่าวไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศาลยาชีวิน
รองศาสตร์จารย์ ดร.อนุสรณ์ สิงหภักดี
ดร.บุษยา วีรกุล
รองศาสตร์จารย์วินิจ วีรยางกูร

ประวัติคณะผู้วิจัย

1. **ชื่อและนามสกุล** **ศาสตราจารย์ ดร. สมบูรณ์ ศาลยาชีวิน** **หัวหน้าโครงการ**

   การศึกษา Post Doctorate Studies (Social Research)
   Exeter University, Exeter ,England
   Ph.D. (Applied Psychology) Toronto University, Canada
   M.S. (Educational Psychology) University of Wisconsin,Madison U.S.A.
   M.Ed. (Developmental psychology), International Institute
   for Child Studies, Bangkok
   กศ.บ. (มัธยมศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

   ตำแหน่ง ศาสตราจารย์เกียรติคุณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
   อดีตผู้อำนวยการสำนักวิจัย มหาวิยาลัยศรีปทุม
   และรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ คณบดีคณะศิลปศาสตร์ วิทยาลัยโยนก ลำปาง

2. **ชื่อและนามสกุล** **รองศาสตราจารย์ ดร. อนุสรณ์ สิงหภักดี**

   การศึกษา Ph.D. (Marketing) University of Mississippi ,Oxford,U.S.A.
   M.BA (Marketing) University of Wisconsin , Whitewater
   B.Sc. (City Planning) University of Wisconsin ,Madison
   B.S.C.E. (Civil & Environmental Engineering, University of
   Wisconsin, Madison

   ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการตลาด Old Dominion University
   อดีตอาจารย์ สาขาวิชาการการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
   และอาจารย์สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. **ชื่อและนามสกุล** **ดร. บุษยา วีรกุล**

   การศึกษา Ph.D. (Agricultural Education) University of Minesota, St. Paul
   M. Ed. (Agricultural Education) University of Minesota, St. Paul
   สพ.บ. (สัตวแพทยศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

   ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการโครงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
   อดีตผู้จัดการฝ่ายบุคคล บริษัท Cargill ประเทศไทย

4. **ชื่อและนามสกุล** **รศ. วินิจ วีรยางกูร**

   การศึกษา M.B.A. (Management) East Texas State University, U.S.A.
   บช.บ. (บัญชี) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
   พณ.บ. (พาณิชยศาสตร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

   ตำแหน่ง รองอธิการบดีฝ่ายทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
   อดีตคณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของนักธุรกิจในประเทศไทย เปรียบเทียบกับนักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

สภาพการณ์ของปัญหา

ภาคธุรกิจมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อสภาพความเป็นอยู่ของสังคมไทย ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง สถานภาพทางสังคมของนักธุรกิจ ซึ่งแต่เดิมดูเหมือนว่าจะเป็นรองภาคราชการได้เลื่อนมาอยู่ในระดับที่ใกล้เคียง หรือในบางครั้งจะสูงกว่า และมีบทบาทมากกว่าภาคราชการ สังคมไทยในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จระดับชั้นนำให้เข้ามามีบทบาทสำคัญ ๆ ทางการเมือง กิจกรรมของนักธุรกิจมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคล องค์กร หลายกลุ่ม ทั้งกลุ่มที่อยู่ภายในสังคมธุรกิจประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง เพื่อนร่วมงาน และในส่วนของสังคมภายนอกได้แก่ ลูกค้า เจ้าหนี้ คู่แข่งทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ รัฐบาล ประชาชน สมาคม องค์กรธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งนักธุรกิจจะต้องมีความสัมพันธ์ด้วยอย่างราบรื่น ต้องมีความรับผิดชอบ และมีจริยธรรมกับผู้ที่เกี่ยวข้องด้วยจึงจะสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจยังจะต้องเกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิต ทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งนักธุรกิจจะต้องมีความรับผิดชอบในการพิทักษ์ปกป้องและรักษาความสมดุลย์ของระบบนิเวศ การขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วในภาคธุรกิจก่อให้เกิดปัญหาสังคมหลายอย่าง มีรายงานผลงานวิจัยและข้อมูลนำเสนอในสื่อมวลชนต่าง ๆ เป็นจำนวนมากที่แสดงถึงการดำเนินธุรกิจในประเทศไทยที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือขัดต่อหลักจริยธรรม/จรรยาบรรณในธุรกิจหลายประเภท ดังได้นำเสนอในรายงานวิจัยบทที่ 1 ปัญหาทางจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเหล่านี้มีผลกระทบทั้งที่เป็นรูปธรรม เช่น สร้างความสูญเสียทางเศรษฐกิจผลประโยชน์รายได้ ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ฯลฯ และผลกระทบทางด้านนามธรรม คุณธรรม เช่น เสรีภาพส่วนบุคคล ความไว้วางใจ ศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ที่เท่าเทียมกัน ระบอบเสรีประชาธิปไตย การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิของผู้บริโภค เป็นต้น

ปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจในประเทศไทยในปัจจุบันเกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบกับความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศด้วย มีกฎหมายและข้อตกลงระหว่างประเทศที่สำคัญมากมายที่กำหนดขึ้นมาจากองค์การสหประชาชาติ องค์การค้าโลก สภาแรงงานระหว่างประเทศ องค์การสิ่งแวดล้อมโลก ที่ทำให้ธุรกิจของไทยไม่สามารถดำเนินการโดยไม่สนใจกับจริยธรรมทางธุรกิจได้อีกต่อไป การประกอบอาชีพธุรกิจปัจจุบันนี้ถือว่า เป็นวิชาชีพขั้นสูง (Professional) มีการศึกษาฝึกหัดอบรมกันถึงระดับปริญญาโท ปริญญาเอก ผู้ที่จะเป็นนักธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จสูงจะต้องมีทั้งความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญและมีจริยธรรมในวิชาชีพด้วย จากปัญหาทางด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจที่ยังเป็นปัญหาที่ร้ายแรงเกิดขึ้นในภาคธุรกิจของประเทศไทยในปัจจุบันนี้น่าจะเป็นประเด็นสำคัญของการวิจัยเกี่ยวกับจริยธรรมของนักธุรกิจไทย

การศึกษาเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจเป็นเรื่องที่นักวิชาการในต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ตระหนักถึงความสำคัญ และมีการศึกษาวิจัยกันมามากกว่า 30 ปีแล้ว ในประเทศไทยนั้น การศึกษาเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจยังมีน้อยมาก ถึงแม้ว่าจะมีข่าว บทความ รายงาน หรือสัมนาเกี่ยวกับปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจอยู่เสมอ แต่ก็นับว่าการศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจในประเทศไทยนั้นไม่ทันกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในปัจจุบัน จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้นให้คณะผู้วิจัยซึ่งมีภูมิหลังทางการศึกษาหลากหลายกัน จะได้หลอมรวมประสบการณ์ และแนวคิดที่ได้บูรณการร่วมกันทำการวิจัยเกี่ยวกับจริยธรรมในภาคธุรกิจเพื่อศึกษาความคิด ความเข้าใจ และทัศนคติของคนที่ทำงานในภาคนี้ เพื่อข้อมูลที่ได้จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมธุรกิจ รวมทั้งการนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้เพื่อพัฒนาสภาวะจริยธรรมในภาคธุรกิจของประเทศไทยด้วย และงานวิจัยนี้ยังเลือกศึกษาเปรียบเทียบกับนักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกาก็เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นแหล่งการค้าที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย มีวัฒนธรรมประเพณีทางการเมือง การค้าที่ได้พัฒนามาเป็นเวลายาวนาน และเป็นแบบอย่างของการทำธุรกิจการค้าของประเทศกำลังพัฒนา และประเทศสหรัฐอเมริกายังมีความแตกต่างกับประเทศไทยทางด้านวัฒนธรรม ตลอดจนได้มีการพัฒนาทฤษฎีวิธีการในการศึกษาวิจัยเรื่องจริยธรรมธุรกิจ ก้าวไปไกลแล้ว การทำการวิจัยเชิงเปรียบเทียบจึงจะเป็นประโยชน์ในด้านการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านเทคนิควิธีการวิจัยซึ่งกันและกันด้วย

ขอบเขตและวิธีการศึกษา

ปัญหาจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจนั้นมีอยู่ในกิจกรรมทางธุรกิจทุกด้านทั้งด้านการผลิต การตลาด การจัดการ การเงินการบัญชี และมีอยู่ในธุรกิจทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรม พาณิชย์ การก่อสร้าง การบริการ การเงิน การธนาคาร ฯลฯ การที่จะป้องกันแก้ไข หรือควบคุมพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้องทางจริยธรรมในธุรกิจแต่ละด้านนั้น จะต้องมีการศึกษาค้นคว้าวิจัยปัญหาเฉพาะในแต่ละด้านอย่างลึกซึ้ง เพื่อที่จะแสวงหาวิธีการ หรือมาตราการที่เหมาะสมที่จะป้องกัน ควบคุมพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจภายใต้บริบท หรือสภาพแวดล้อมของธุรกิจนั้น ๆ งานวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถที่จะให้คำตอบในการแก้ไข หรือปรับปรุงพัฒนาจริยธรรมของนักธุรกิจในทุกบริบทได้

การวิจัยปัญหาจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจอาจดำเนินในหลายแนวทาง เช่น การวิจัยเพื่อแสวงหามาตราการ หรือบรรทัดฐานทางจริยธรรม (จรรยาบรรณ) ของธุรกิจแต่ละสาขา เพื่อป้องกันควบคุมการประพฤติปฏิบัติ (Formal controls) หรืองานวิจัยเพื่อการจัดสภาพแวดล้อมขององค์การ การจัดการทางด้านทรัพยากรบุคคล กระบวนการทางสังคม (Social controls) ที่จะส่งเสริมให้มีวัฒนธรรมทางจริยธรรมขององค์การ และอีกแนวหนึ่งคือ การวิจัยที่มุ่งตรงไปยังกระบวนการควบคุมตนเองของนักธุรกิจแต่ละคน (Self control) ซึ่งเป็นแนวของการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาทำความเข้าใจกับวิธีการพิจารณาตัดสินความถูกผิดทางจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของนักธุรกิจไทย รวมทั้งศึกษาทัศนคติของนักธุรกิจไทยต่อความเชื่อที่ว่าความสำเร็จของธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ และพยายามที่จะค้นหาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น และทัศนคติที่แตกต่างกันระหว่างนักธุรกิจ เช่น ปรัชญาจริยธรรมของแต่ละบุคคล ความเคร่งครัดทางศาสนา และความแตกต่างทางสิ่งแวดล้อมขององค์การธุรกิจการมีจรรยาบรรณ ค่านิยมจริยธรรมขององค์กร สังคมธุรกิจในกรุงเทพและในต่างจังหวัด นอกจากนั้นการวิจัยเรื่องนี้ยังสนใจในข้อแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศว่าจะมีผลทำให้จริยธรรมของนักธุรกิจในประเทศไทยต่างกับจริยธรรมของนักธุรกิจในสหรัฐอเมริกาหรือไม่อย่างไร ในงานวิจัยนี้จึงทำการศึกษาเปรียบเทียบ กระบวนการคิดตัดสินปัญหาจริยธรรม และทัศนคติต่อการมีจริยธรรมของนักธุรกิจในประเทศไทย และนักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาสำรวจความคิดเห็น คือ นักธุรกิจที่เป็นผู้บริหารระดับสูงถึงระดับกลาง ในประเทศไทยจำนวน 798 คน จากทุกภูมิภาคของประเทศ และในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 529 คน

ในการตรวจสอบวิธีการพิจารณาตัดสิน ความถูก-ผิดทางจริยธรรมของนักธุรกิจนั้น งานวิจัยใช้เหตุการณ์สมมุติที่มักจะพบอยู่เสมอในสถานการณ์จริงด้านธุรกิจการซื้อขาย

ซึ่งอาจจะถือได้ว่าเป็นหัวใจของธุรกิจโดยทั่วไปที่นักธุรกิจทุกคนจะต้องมีประสบการณ์ สถานการณ์สมมุติที่ใช้มี 4 สถานการณ์ คือ 1) สถานการณ์เกี่ยวกับการไม่ปกป้องผลประโยชน์ของบริษัท 2) สถานการณ์เกี่ยวกับการโฆษณาขายเกินความจริง 3) การไม่แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่เลิกผลิต และ 4) การให้บริการที่ไม่ดีในระยะประกันสินค้า ในเหตุการณ์สมมุติทั้ง 4 นี้ได้ใช้เป็นเครื่องวัดว่า 1) นักธุรกิจไทยมีการตระหนักรู้เพียงไร ว่าสถานการณ์ที่เผชิญอยู่นั้นเป็นปัญหาทางจริยธรรม (Perceived ethical problem) 2) ได้มีความรู้สึกถึงความผิดทางจริยธรรมของสถานการณ์ ทั้งในแง่ผลร้าย และในแง่มาตราการของสังคม (Perceived moral intensity) ในลักษณะใด และ 3) มีแนวโน้มของทางเลือกเมื่อเผชิญปัญหา (Ethical intention) อย่างไร

ในการตรวจสอบทัศนคติของนักธุรกิจต่อความเชื่อที่ว่า ความสำเร็จของธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ การวิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อวัดทัศนคติต่อความสำคัญของจริยธรรม 2 ด้าน คือ 1) ความสำคัญของจริยธรรมในเชิงหลักการ ซึ่งเรียกว่าความสำคัญสัมบูรณ์ (Absolute importance of ethics) และ 2) ความสำคัญของจริยธรรมเชิงเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ขององค์การ เรียกว่า ความสำคัญสัมพัทธ์ (Relative importance of ethics) แบบสอบถามทัศนคตินี้ใช้มาตราวัด 9 อันดับของ Likert การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ ANOVA และ Regression analysis รวมทั้งการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis)

สรุปประเด็นสำคัญของผลการวิจัย

วิธีการพิจารณาตัดสินความถูกผิดทางจริยธรรม พบว่านักธุรกิจไทยมีการรับรู้ถึงสถานการณ์ที่เป็นปัญหาทางจริยธรรม และการรับรู้ถึงความผิดทางจริยธรรมของสถานการณ์ทั้งในแง่ของผลร้ายจากการกระทำและการขัดต่อบรรทัดฐานทางจริยธรรมของสังคม ต่อสถานการณ์ที่เสนอให้พิจารณา ในสถานการณ์ทั้ง 3 สถานการณ์ คือ สถานการณ์ที่ไม่ปกป้องผลประโยชน์ของบริษัท สถานการณ์ที่มีการโฆษณาขายเกินความเป็นจริง สถานการณ์ การให้บริการที่ไม่ดีในระยะประกันสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยของคำตอบอยู่ในระดับที่สูงกว่าค่าแกนกลาง (Neutral score) แต่สำหรับสถานการณ์เกี่ยวกับการไม่แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่เลิกผลิตนั้น นักธุรกิจไทยไม่ตระหนักว่าเป็นปัญหาทางจริยธรรม เมื่อพิจารณาจากคะแนนเฉลี่ยที่ตอบในสถานการณ์นี้ซึ่งต่ำกว่าค่าคะแนนที่เป็นแกนกลาง (Neutral score) เกี่ยวกับแนวโน้มของทางเลือกปฏิบัติก็เช่นกัน นักธุรกิจไทยไม่เห็นด้วยกับพฤติกรรมที่ส่อแสดงถึงการไม่มีจริยธรรมในกรณีตัวอย่างทั้งสามสถานการณ์ ยกเว้นสถานการณ์เกี่ยวกับการไม่แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่เลิกผลิต

ทัศนคติของนักธุรกิจไทยต่อความเชื่อที่ว่า ความสำเร็จของธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ นักธุรกิจไทยโดยทั่วไปแล้วเห็นค่าความสำคัญของจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ โดยเฉพาะในมิติความสำคัญของจริยธรรมโดยหลักการทั่วไป ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของคำตอบสูงกว่าคะแนนแกนกลางมาก แต่นักธุรกิจไทยเห็นความสำคัญของจริยธรรม เมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญด้านอื่น ๆ ขององค์การแล้วไม่มากนักเมื่อเทียบกับคะแนนแกนกลางซึ่งเท่ากับ 25 คะแนนเฉลี่ยของนักธุรกิจไทยเท่ากับ 26.7 เท่านั้น **เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมทั้ง 2 ด้านระหว่างนักธุรกิจไทย กับนักธุรกิจอเมริกัน** พบว่ามีความแตกต่างกันหลายประการดังนี้ ในด้านการตระหนักรู้เพียงไรว่าสถานการณ์ที่เผชิญอยู่นั้นเป็นปัญหาทางจริยธรรม หรือไม่ (Perceived ethical problem) ผลการวิเคราะห์ด้วย ANOVA แสดงให้เห็นว่า **นักธุรกิจอเมริกัน โดยทั่วไปแล้วมักจะรับรู้ถึงปัญหาทางจริยธรรมมากกว่านักธุรกิจไทย** โดยมีผลต่างกันอย่างแน่ชัดในกรณีที่ 1 ถึงกรณีที่ 3 เป็นสถานการณ์เกี่ยวกับการไม่ปกป้องผลประโยชน์ของบริษัท การโฆษณาขายเกินความจริง และการไม่แจ้งข้อมูลของสินค้าที่เลิกผลิต สำหรับกรณีที่ 4 ซึ่งเป็นสถานการณ์เกี่ยวกับการให้บริการไม่ดีในระยะประกันสินค้านั้น นักธุรกิจทั้ง 2 ประเทศไม่ต่างกันอย่างแน่ชัด เกี่ยวกับความรู้สึกถึงความผิดทางจริยธรรมของสถานการณ์ (Perceived moral intensity) การวิเคราะห์ ANOVA แบ่งเป็นสองส่วนด้วยกัน คือ ความผิดในแง่ของผลร้ายที่จะเกิดขึ้น (Perceived potential harm) และความผิดในแง่บรรทัดฐานของสังคม (Perceived social pressure) โดยทั่วไปแล้ว **นักธุรกิจอเมริกันจะมีความรู้สึกถึงความผิดทางจริยธรรมของสถานการณ์สมมุติทั้ง 4 กรณีที่ใช้วัดมากกว่านักธุรกิจไทยในแง่ของผลร้าย** สำหรับความผิดในแง่การขัดต่อบรรทัดฐานของสังคมนั้น นักธุรกิจทั้งสองชาติมีความเห็นไม่ต่างกันในสถานการณ์ที่ 4 คือการให้บริการไม่ดีในระยะประกันสินค้า และนักธุรกิจไทยเห็นความสำคัญทางสังคมมากกว่านักธุรกิจอเมริกันในสถานการณ์ การโฆษณาขายเกินความจริง แต่เห็นความสำคัญน้อยกว่านักธุรกิจอเมริกันในเรื่อง การไม่แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่เลิกผลิต ผลจากการวิจัยเปรียบเทียบระหว่างนักธุรกิจไทย และนักธุรกิจอเมริกันในทางแนวโน้มของทางเลือกปฏิบัติ**พบว่านักธุรกิจไทยโดยเฉลี่ยแล้วค่อนข้างจะมีแนวโน้มของทางเลือกจริยธรรมไปในทางไม่ถูกต้องเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยสำหรับนักธุรกิจอเมริกัน** คำถามสำคัญอีกคำถามหนึ่งของงานวิจัยนี้คือ คำถามที่ว่านักธุรกิจไทยและนักธุรกิจอเมริกันมีความแตกต่างกันหรือไม่และอย่างไรในทัศนคติต่อความเชื่อที่ว่าความสำเร็จของธุรกิจมีความสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับการมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ ANOVA แสดงว่านักธุรกิจจากสองประเทศนี้มีทัศนคติต่างกัน **นักธุรกิจอเมริกันจะเห็นความสำคัญของจริยธรรมเชิงสัมพัทธ์**

มากกว่านักธุรกิจไทยอย่างเด่นชัด แม้ว่านักธุรกิจไทยจะเห็นความสำคัญของจริยธรรมเชิงหลักการมากกว่านักธุรกิจอเมริกัน

ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือมีความสัมพันธ์กับการพิจารณาตัดสินจริยธรรมของนักธุรกิจไทย พบว่าปัจจัยด้านตัวบุคคลเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมของบุคคล คือ ปรัชญาอุดมการณ์นิยม และปรัชญาสัมพัทธ์นิยมมีความสัมพันธ์กับจริยธรรมของนักธุรกิจไทยดังนี้ *ผลการวิจัยที่แสดงว่านักธุรกิจไทยมีปรัชญาอุดมการณ์นิยมสูง* จะมีการรับรู้ถึงปัญหาจริยธรรมได้มาก และมีความรู้สึกถึงความผิดทางจริยธรรมของสถานการณ์ทั้งในแง่ของผลร้าย และในแง่ของบรรทัดฐานของสังคม และไม่เห็นด้วยกับพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้องทางจริยธรรมของตัวอย่างในสถานการณ์ *สำหรับนักธุรกิจไทยที่มีปรัชญาสัมพัทธ์นิยมสูง* มักจะมีความรู้สึกถึงผลร้ายของการขาดจริยธรรมค่อนข้างต่ำ (พบใน 3 สถานการณ์) ปรัชญาจริยธรรมของบุคคล ยังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักธุรกิจไทยต่อความสำคัญของการมีจริยธรรมโดย *นักธุรกิจไทยที่มีปรัชญาอุดมการณ์นิยมสูง จะเห็นความสำคัญของการมีจริยธรรมในทุกแง่* ไม่ว่าจะโดยหลักการ หรือโดยเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ขององค์การ *แต่นักธุรกิจไทยที่มีปรัชญาสัมพัทธ์นิยมสูง* จะเห็น*ความสำคัญของจริยธรรมในแง่หลักการสูง แต่จะไม่ค่อยเห็นความสำคัญของจริยธรรมเชิงสัมพัทธ์* ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินจริยธรรม และทัศนคติต่อความสำคัญของจริยธรรมของนักธุรกิจไทย รองลงมาคือ ค่านิยมทางจริยธรรมขององค์กร องค์กรที่มีค่านิยมทางจริยธรรมสูงจะมีอิทธิพลให้นักธุรกิจมีแนวโน้มที่จะไม่ปฏิบัติในทางที่ไม่ถูกต้อง และนักธุรกิจในองค์กรที่มีค่านิยมทางจริยธรรมสูง มักจะตระหนักถึงความสำคัญของการมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ว่าจะในแง่ความสำคัญสัมพัทธ์หรือความสำคัญสัมบูรณ์ สำหรับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความเคร่งครัดทางศาสนา สังคมธุรกิจในกรุงเทพและในต่างจังหวัดไม่พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างเด่นชัดกับพฤติกรรมทางจริยธรรมของนักธุรกิจไทย พบความสัมพันธ์ในบางสถานการณ์และในทิศทางที่ไม่สอดคล้องกัน สำหรับปัจจัยด้านองค์กรเกี่ยวกับการมีจรรยาบรรณไม่มีจรรยาบรรณ และการเข้มงวดกวดขันกับกฎระเบียบจรรยาบรรณขององค์กรนั้นไม่พบว่ามีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมจริยธรรม และทัศนคติต่อการมีจริยธรรมขององค์กร แต่ตัวแปรทั้ง 2 ด้านนี้มีความสัมพันธ์กับค่านิยมทางจริยธรรมขององค์กร ซึ่งค่านิยมทางจริยธรรมจึงเป็นตัวแปรที่รวมถึงนัยสำคัญของจรรยาบรรณไว้ด้วย ความแตกต่างระหว่างนักธุรกิจไทย และนักธุรกิจอเมริกันเห็นได้ชัดในตัวแปรหลัก (Dependent variables) ที่ศึกษาคือ <u>ระดับของการรับรู้ปัญหา</u>

การตัดสินความผิดทางจริยธรรม แนวโน้มของทางเลือกปฏิบัติ และ ทัศนคติที่มีต่อความสำคัญของจริยธรรม

ข้อค้นพบในประเด็นอื่นๆของความแตกต่างระหว่างนักธุรกิจในประเทศไทยและนักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกาแม้ว่าจะไม่อยู่ในคำถามของการวิจัย แต่ก็เป็นข้อค้นพบที่สำคัญและจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายผลการวิจัยได้ เช่น ความแตกต่างระหว่างนักธุรกิจสองประเทศในปรัชญาจริยธรรมส่วนบุคคล (Personal moral philosophy) ซึ่งพบว่านักธุรกิจไทยยึดปรัชญาจริยธรรมแนวสัมพัทธ์นิยม มากกว่านักธุรกิจในสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญสูง (คะแนนเฉลี่ยของนักธุรกิจในประเทศไทยประมาณ 48 นักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกาประมาณ 38) แสดงว่าการพิจารณาตัดสินความถูกผิดทางจริยธรรมของนักธุรกิจไทยขึ้นกับเงื่อนไขและสถานการณ์ซึ่งเปลี่ยนแปลงได้ และคำนึงถึงผลของการกระทำมากกว่าการยึดมั่นในหลักการ ความแตกต่างในค่านิยมเช่นนี้จะพบในผลการวิจัยเรื่องทัศนคติต่อความสำคัญของการมีจริยธรรมด้วย คือ เมื่อให้นักธุรกิจไทยเปรียบเทียบความสำคัญของจริยธรรมกับความสำคัญของปัจจัยต่างๆในการดำเนินธุรกิจแล้ว นักธุรกิจไทยให้ความสำคัญกับจริยธรรมเชิงสัมพัทธ์เช่นนี้น้อยกว่านักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา (คะแนนเฉลี่ยของนักธุรกิจในประเทศไทยประมาณ 27 นักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกาประมาณ 36) ข้อค้นพบนี้อาจนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการดำเนินการพัฒนาจริยธรรมของนักธุรกิจไทย โดยการปรับเปลี่ยนทัศนคติต่อความสำคัญของจริยธรรมกับความสำเร็จของธุรกิจ (Perceived importance of ethics) และ ค่านิยมทางปรัชญา (Personal moral philosophies) ให้มีความเชื่อและความศรัทธาในการมีอุดมการณ์ทางจริยธรรม คือ นิยมความดีเพื่อความดีหรือเพื่อความถูกต้อง ยึดหลักการอุดมการณ์และเจตนาที่ดีเป็นเครื่องชี้แนะการกระทำมากกว่าการใช้ผลประโยชน์ เป็นตัวกำหนด ข้อค้นพบอีกประการหนึ่งก็คือ ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของนักธุรกิจคือ ค่านิยมทางจริยธรรมขององค์กร (Corporate ethical values) ที่แสดงว่าหากองค์กรมีค่านิยมทางจริยธรรมสูงก็จะมีผลให้นักธุรกิจที่ทำงานในองค์กรนั้นเห็นความสำคัญของการมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งมีแนวโน้มที่จะไม่ปฏิบัติในทางที่ขัดกับจริยธรรม ในผลการวิจัยนี้องค์กรธุรกิจในประเทศไทยมีค่านิยมทางจริยธรรมต่ำกว่าขององค์กรธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งข้อค้นพบนี้อาจจะใช้เป็นประโยชน์ได้อีกประการหนึ่งคือ การส่งเสริมให้องค์กรธุรกิจในประเทศไทยมีนโยบายและวิธีการควบคุมทางด้านจริยธรรมของสมาชิกทุกคนในองค์กร โดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงขององค์กรควรเป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นแบบอย่างทางด้านจริยธรรมอย่างเคร่งครัด

การอธิบายความแตกต่างทางจริยธรรมระหว่างนักธุรกิจในประเทศไทยกับนักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา นอกเหนือไปจากการอธิบายตามผลการวิจัยแล้ว เหตุผลจากข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมก็ทำให้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตุว่า การที่นักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกามี <u>ระดับของการรับรู้ปัญหา</u> <u>การตัดสินความผิดทางจริยธรรม</u> <u>แนวโน้มของทางเลือกปฏิบัติ</u> และ <u>ทัศนคติที่มีต่อความสำคัญของจริยธรรม</u> ดีกว่านักธุรกิจในประเทศไทยนั้น อาจเป็นเพราะว่าสหรัฐอเมริกามีระยะการพัฒนาระบบเศรษฐกิจการเมืองและสังคม ความเจริญทางเทคโนโลยีการสื่อสารมานานแล้ว และมีประสบการณ์ธุรกิจข้ามชาติ (Transnational business) รวมทั้งได้เผชิญวิกฤติการณ์ทางสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติมาก่อนประเทศไทย จึงมีส่วนทำให้นักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกามีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่จะต้องดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายและจริยธรรมทางการค้าอย่างเคร่งครัด ดังนั้นจริยธรรมอาจไม่ใช่เรื่องอื่นไกล หากแต่เป็นความฉลาดในการปรับตัวซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาและประสบการณ์เป็นปัจจัยที่หล่อหลอมให้เกิดการเรียนรู้ถึงความสำคัญของจริยธรรมได้

งานวิจัยนี้นับว่าเป็นการศึกษาขั้นบุกเบิกซึ่งอาจจะนำไปสู่การวิจัยเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจได้อีกหลายแนวทาง เช่น การศึกษาจริยธรรมในแต่ละกิจกรรมธุรกิจ (การตลาด การผลิต การเงิน เป็นต้น), การศึกษาเพื่อตรวจสอบจริยธรรมในแต่ละองค์กรธุรกิจที่กระทำต่อผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders) คือ พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น, หรือการวิจัยเปรียบเทียบจริยธรรมของนักธุรกิจไทยกับนักธุรกิจในประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มประเทศที่มีความสำคัญทางการค้ากับประเทศไทย

BUSINESS ETHICS: A COMPARATIVE RESEARCH BETWEEN THE THAI AND THE AMERICAN BUSINESS PEOPLE

Executive summary

Business has an important role for the well being of Thailand, economically, socially, and politically. The economic power of business people nowadays has made their status, which was previously secondary to those of government officials, alleviated to the same level, or perhaps even greater in several occasions. Many groups of people have been affected by business activities: investors; shareholders; employees; executives; customers; suppliers; farmers; citizens; government; and contacted foreigners. Social responsibility and ethical behaviour of business are, therefore, crucial in maintaining the trust of involved people so that business growth and efficiency can be continually pursued.

Thailand's ambitious endeavors in economic development have resulted in many consequences questioned by social leaders and academics. Reports in public media and research findings indicate that business is not yet paying enough attention to minimizing damages caused by its activities. Excessive use of natural resources, environmental pollution, unsafe or poor quality products, violation of copy-rights, or unfair/unrealistic pricing are examples of damaging consequences, perceived by many Thais to be largely rooted in unethical business practices in Thailand. These ethical problems also have some ramifications for Thailand in terms of its international standing as well. Because the world's countries have become so connected to each other, especially in business transactions, certain sets of rules and regulations are required in order to make end results satisfactory for every party involved. International organizations like the United Nations (UN), the World Trade Organization (WTO), and the International Labour Organization (ILO) have been active in setting common principles of business conduct among countries who want to participate in the international market. It seems unfavourable for Thailand to ignore the importance of business ethics for the success and image of Thai business people and a country.

Studying about and conducting research on business ethics has been recognized by social leaders, politicians, and academics in the United States (US) for more than 30 years now. Many theories, issues, suggestions, and concerns about business ethics have been written and reported widely. Also, many journals in business ethics have been established and well received by US audiences. In Thailand, however, despite obvious ethical problems the country has been experiencing, not much research has been conducted in order to investigate issues concerning business ethics among Thai business people. Changes in Thai society and in business practices have occurred very rapidly. Research work is needed to uncover the causes, consequences, and alternatives regarding those changes so that new knowledge can be provided for better understanding to the public.

The support of Thailand Research Fund (TRF) has enabled four researchers from different backgrounds and institutes to come together to conduct research on business ethics. The study has two main purposes. First is to analyze the relative influences of some important personal and organizational factors on the ethical decision-making of Thai managers. The second purpose of this study is to compare American managers with Thai managers on various components and determinants of the ethical decision-making process. It appears to the researchers that good understanding of the ethical decision-making process of managers from different cultures is essential for effective business management, especially given the important emphasis on international approaches in current business thinking. Moreover, the US is one of the biggest markets for Thai products and a country where business ethics receive high considerations for making business decisions. Understanding more about the thinking of American managers in ethical decision- making process could yield knowledge which will be beneficial to the Thai business sector regarding its conduct towards their counterparts.

Research framework and methodology

Three approaches can be categorized in conducting research in business ethics. The first approach is to determine methods and standards for each industry so that ***formal controls*** can be established for curbing unethical behavior and reinforcing ethical behavior. The second approach focuses on managing and implementing ***social***

control; organizational culture, human resource policies, and social environment, so that business ethics will be absorbed as one of the elements of surrounding cultures. The third approach has its focus on ***self control*** by examining how individual business people come up with decisions over ethical-dilemma situations and what factors influence such decisions. This research is based on the third approach: to study the ethical decision- making process and its determinants at the individual level.

A self-administered questionnaire was used as the data collection technique. Managers enrolled in executive MBA or special MBA programs in public and private universities throughout Thailand were selected as target respondents. A total of 798 usable questionnaires were received. For the American group, an American Marketing Association (AMA) mailing list of US members was selected as the sampling frame. In addition, in an attempt to match the two groups of respondents, part-time MBA students enrolled in two major universities in the southern part of the US were added to the American sample. A total of 529 usable questionnaires was received from the American group.

Important Factors Underlying Ethical Decisions of Thai Managers

One purpose of this study is to analyze the relative influences of some important personal and organizational factors on the business ethics decision-making of Thai managers. In particular, this study examines the relative influences of ethical perceptions, religiosity, personal moral philosophies, and corporate ethical values on the ethical intentions of Thai managers. These factors were chosen because of their importance in the recent business/marketing ethics literature. The results generally show that both dimensions of moral philosophies, *idealism* and *relativism*, are significant predictors of a Thai manager's ethical intention, as hypothesized. In particular, the results generally indicate that idealism increases ethical intentions and relativism lowers them. The survey results also reveal that *perceived ethical problem* is a positive factor of a Thai manager's ethical intention. Thai managers who perceive an ethical problem in a situation were less likely to agree with the unethical intentions depicted in all four scenarios tested in this study. The results generally support the hypothesis regarding the influence of *corporate ethical values* -- that Thai managers in organizations with higher levels of ethical values tend to have a more ethical intentions

than managers in organizations with lower levels of ethical values. The survey results regarding the influences of *religiosity* are mixed. Religiosity is a significant predictor for only two of the four scenarios tested.

Comparing American managers with Thai managers

Another purpose of this study is to compare American managers with Thai managers on various components and determinants of the business ethics decision-making process. Specifically, it compares the two groups of managers with respect to their personal moral philosophies, corporate ethical values, perceived importance of ethics and social responsibility, perceived moral intensity, perceived ethical problems, and ethical intentions. According to the survey results, American and Thai managers are essentially different on all these important ethics variables. The results reveal that Thai managers are significantly more religious than American managers. Regarding the two dimensions of moral philosophies, the results reveal that Thai managers are generally more idealistic than American managers, though the results also indicate that Thai managers are more relativistic than American managers. Regarding corporate ethical values, the results show that American managers' organizations generally have higher levels of ethical values than those of Thai managers. The two groups of managers were also compared in terms of their perceptions regarding the importance of ethics and social responsibility, which has two dimensions: *relative importance of ethics* and *absolute importance of ethics*. Although the American managers tend to recognize the relative importance of ethics dimension more than the Thai managers, the latter tend to recognize the absolute importance of ethics more than their American counterparts.

The American and Thai groups are also significantly different on all three components of the ethical decision-making process: perceived moral intensity, perceived ethical problem, and ethical intention. These three variables were operationalized through four business ethics scenarios. Specifically, the survey results generally indicate that American managers tend to recognize the intensity of moral issues more than Thai managers. Consistent with the perceived moral intensity finding, American managers tend to be more likely to recognize the ethical problem and tend to have a more ethical intention than the Thai managers.

Implications of the research

The findings about Thai managers' perceptions which indicate that idealism increases ethical intentions and relativism lowers them, and Thai managers seem to be more relativistic than American managers may stress the need for the former to be more aware of the importance of ethics in terms of their goodness, not of their economic effect. If the ethical decision-making process of Thai business people can be swayed by economic factors, this may not be the desired condition because it means they can not be trusted. Trust is considered an important factor in making business prosper because it helps reduce unnecessary conflicts and enhance expansion of business transactions among involved people. Training may be one of the strategic methods in helping Thai business managers improve their attitudes and understanding towards *the relative importance of ethics* and *the importance of having high idealism.*

The second implication derived from research findings may be that of the positive effect of corporate ethical values on the ethical decision-making process of Thai managers. The higher the level of ethical values in organizations, the higher the ethical intention of Thai managers, and vice versa. Improving and enhancing corporate ethical values may probably be another way of bettering the ethical decision-making process of Thai business people. Since top management is the group of people who have strong influence on organizational cultures and the way people behave in organizations, it seems logical to argue that the ethical behavior of top management is crucial in strengthening the ethical decision-making process and behaviors of their employees.

Based on the research findings and the literature review, it should be noted that the differences between Thai and American managers in all important ethics variables, and that American managers are more likely to recognize the ethical problems and tend to have a more ethical intention than the Thai managers, may due to their experience of "being there before." The much earlier development and growth of social, economic, and political conditions of the US compared to Thailand, and negative consequences caused by unethical business decisions such as environmental pollution or harmful products, may have taught American people and business managers to recognize the importance of business ethics to business itself and to society. Perhaps, the ethical

decision-making process is the wise adaptation of people determined by time and experience. The earlier the time of exposure and the more the experience, the better the understanding and recognition of the importance of business ethics.

The final implication of this research is for Thai managers to understand that as Thailand opens itself to the international market, the old saying "Doing Thai ways" or "We will do it our way" which has been used to justify Thai behaviors unaccepted by international standards, may not survive the scrutiny of international pressure in the future. Bribery, cheating, lying, nepotism, forgery, and embezzlement are examples of unethical behaviors which, despite their common occurrence in most countries, are reportedly to be exceptionally high in Thailand's business practices. Because being able to export products to the international market is important to the well being of Thai business, people, and society, being sensitive to international standards of business conduct is, therefore, necessary for Thai managers to fully recognize as well. Sanctions, increased trade tariffs, and product banning are some of the methods the international market (e.g. US or UK, for instance) use for curbing unethical business practices. Thai managers may need to soon realize that the more the country becomes internationalized, the more the importance of business ethics.

สารบัญเรื่อง

	หน้า
คำนำ	
ประวัติคณะผู้วิจัย	
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	i
Executive Summary	ix
บทที่ 1 บทนำ	**1**
เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทางจริยธรรมในธุรกิจต่างๆ ของไทย	2
ธุรกิจการเงินและการคลัง	
ธุรกิจการบริการ	
ธุรกิจการผลิตและการส่งออก	
ธุรกิจการค้าคอมพิวเตอร์	
ปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจในประเทศไทยกับการค้าระหว่างประเทศ	8
พฤติกรรมการฉ้อฉลให้สินบนรับสินบนและคอร์รับชั่น	10
นักธุรกิจไทยรับรู้ปัญหา และมีค่านิยมทางจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจอย่างไร	12
จริยธรรมธุรกิจเชิงเปรียบเทียบ	15
สรุปหลักการเหตุผลวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย	17
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	**20**
ส่วนที่ 1 พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ	21
ความหมายของจริยธรรม	21
องค์ประกอบของจริยธรรม	22
ที่มาของจริยธรรม	23
รากฐานของจริยธรรมตามแนวพุทธศาสนา	
รากฐานของจริยธรรมตามแนวคริสตศาสนา	
รากฐานของจริยธรรมตามแนวทฤษฎีจิตวิทยา	

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

หน้า

พัฒนาการเหตุผลทางจริยธรรม 28

ระดับขั้นพัฒนาการของการคิดเหตุผลทางจริยธรรม

ระดับก่อนกฎเกณฑ์

ระดับตามกฎเกณฑ์

ระดับเหนือกฎเกณฑ์

จริยธรรมธุรกิจ 33

ขอบเขตของจริยธรรมธุรกิจ

หลักจริยธรรมสำหรับนักธุรกิจ

หลักจริยธรรมธุรกิจในทัศนะของนักธุรกิจไทย

ตัวอย่างแนวคิดของผู้บริหารในเรื่องหลักจริยธรรมในการค้าและธุรกิจ

จริยธรรมธุรกิจแนวพุทธจริยศาสตร์ 42

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมของนักธุรกิจ 45

ปรัชญาจริยธรรมของบุคคล 45

ปรัชญาพันธนิยมหรือหน้าที่นิยม

ปรัชญาประโยชน์นิยม

ปรัชญาจริยธรรมของบุคคลกับจารีตประเพณี กฎหมายและศาสนา

ค่านิยมทางศาสนา 51

ทัศนคติของนักธุรกิจต่อความสำคัญของการมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม 54

พัฒนาการแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม

ทิศทางของการแสดงความรับผิดชอบทางสังคม

ลักษณะทางภูมิหลังของบุคคล 62

วัฒนธรรมของสังคมกับจริยธรรม 66

ระบบเศรษฐกิจการเมืองและสังคม 71

วัฒนธรรมองค์การ 74

จรรยาบรรณกับการควบคุมพฤติกรรมทางธุรกิจ 77

หน้า

ส่วนที่ 3 กรอบแนวคิดและรูปแบบของการวิจัย 79
ทฤษฎีจริยธรรมทางธุรกิจของ Hunt และ Vitell 79
กรอบแนวคิดของการวิจัย 85

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย 90
รูปแบบของการวิจัย 90
ขอบเขตของการวิจัย
ขอบเขตของการศึกษา
ตัวแปรที่ศึกษา
ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย 92
กลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจในประเทศไทย
กลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา
การเก็บรวบรวมข้อมูล 93
การเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย
การเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกา
เครื่องมือในการวัด 96
แบบสอบถามวัดลักษณะจริยธรรม
แบบสอบถามวัดค่านิยมทางจริยธรรมขององค์กร
แบบสอบถามวัดทัศนคติต่อการมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม
แบบสอบถามวัดความเคร่งทางศาสนา
แบบสอบถามวัดปรัชญาจริยธรรมส่วนบุคคล
การพัฒนาและทดสอบเครื่องมือ 101
การวิเคราะห์ข้อมูล 104

สารบัญตารางและแผนภาพ

หน้า

บทที่ 2

ตารางที่ 2.1	การกระทำที่เป็นปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจ	34
ตารางที่ 2.2	แสดงค่านิยมทางสังคมที่มีรากฐานมาจากศาสนาที่ต่างกัน	52
ตารางที่ 2.3	ความแตกต่างระหว่างกลุ่มของประเทศ ตามลักษณะของวัฒนธรรมในสี่มิติ	69
ตารางที่ 2.4	ความแตกต่างระหว่างคนไทยและคนอเมริกัน ตามลักษณะของวัฒนธรรมในสี่มิติ	70

บทที่ 3

ตารางที่ 3.1	เปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจประเทศไทย และประเทศสหรัฐอเมริกา	94
ตารางที่ 3.2	แสดงค่าสัมประสิทธ์ของความเชื่อมั่น(α)ของแบบทดสอบ	103

บทที่ 4

ตารางที่ 4.1	ค่าสถิติของตัวแปรที่ศึกษา	119
ตารางที่ 4.2	ANOVA : เปรียบเทียบตัวแปรที่ศึกษาระหว่างนักธุรกิจในประเทศไทยและในประเทศสหรัฐอเมริกา	121
ตารางที่ 4.3	Correlation Analysis : การรับรู้ปัญหาทางจริยธรรม	123
ตารางที่ 4.4	Regression Model: การรับรู้ปัญหาทางจริยธรรม	124
ตารางที่ 4.5	Correlation Analysis : การรับรู้ถึงผลร้ายที่จะเกิดขึ้น	126
ตารางที่ 4.6	Regression Model : การรับรู้ถึงผลร้ายที่จะเกิดขึ้น	127
ตารางที่ 4.7	Correlation Analysis : การรับรู้ถึงบรรทัดฐานของสังคม	129

สารบัญตารางและแผนภาพ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 (ต่อ)

ตารางที่ 4.8 Regression Model : การรับรู้ถึงบรรทัดฐานของสังคม 130

ตารางที่ 4.9 Correlation Analysis : แนวโน้มของการปฏิบัติ 132

ตารางที่ 4.10 Regression Model : แนวโน้มของการปฏิบัติ 133

ตารางที่ 4.11 Correlation Analysis : ทัศนคติต่อความสำคัญของการมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม 135

ตารางที่ 4.12 Regression Model : ทัศนะคติต่อความสำคัญของการมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม 136

แผนภาพ

แผนภาพที่ 1 ขอบเขตความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ กับกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) 36

แผนภาพที่ 2 ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ 57

แผนภาพที่ 3 แนวความคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม 58

แผนภาพที่ 4 อิทธิพลของวัฒนธรรมต่อพฤติกรรมของบุคคล 75

แผนภาพที่ 5 การเกิดของวัฒนธรรมองค์กรและบทบาทของผู้บริหารระดับสูง 76

แผนภาพที่ 6 ทฤษฎีจริยธรรมธุรกิจของ Hunt และ Vitell 1986 81

แผนภาพที่ 7 ทฤษฎีจริยธรรมธุรกิจของ Hunt และ Vitell 1991 84

แผนภาพที่ 8 กรอบแนวคิดของการวิจัย 89

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	**106**
ส่วนที่ 1 ผลวิธีการพิจารณาตัดสินความถูกผิดทางจริยธรรมของนักธุรกิจไทย	106
ส่วนที่ 2 ผลทัศนคติของนักธุรกิจไทยต่อความเชื่อที่ว่าความสำเร็จของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ	108
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบลักษณะพฤติกรรมทางจริยธรรมระหว่างนักธุรกิจไทย และนักธุรกิจอเมริกัน	108
ส่วนที่ 4 ผลวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆของลักษณะพฤติกรรมจริยธรรม	110
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และเสนอแนะการวิจัย	
สถานภาพของปัญหาและการวิจัยเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจในประเทศไทย	137
ทบทวนความรู้พื้นฐานทางทฤษฎีและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมธุรกิจ	141
ความหมาย องค์ประกอบ ที่มาและพัฒนาการของจริยธรรม	
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะพฤติกรรมทางจริยธรรมของนักธุรกิจ	
สรุปประเด็นสำคัญของการดำเนินการวิจัยและผลที่ได้	144
ผลการวิจัย	
ข้อค้นพบอื่นๆ	
อภิปรายผล	
ข้อจำกัดของการวิจัย	
ข้อเสนอแนะ	153
ข้อเสนอแนะทางวิชาการ	
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้	
เอกสารอ้างอิง	155
ภาคผนวก	158

บทที่ 1

บทนำ

ภาคธุรกิจมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อสภาพความเป็นอยู่ของสังคมไทย ความสำคัญนี้เด่นชัดมากขึ้นเมื่อประเทศไทยพัฒนาการทางการเมืองไปสู่ระบบประชาธิปไตยที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมและมีอำนาจในสังคมตั้งแต่พ.ศ. 2516 เป็นต้นมา บทบาทของภาคธุรกิจถูกเปลี่ยนแปลงอย่างมากในระยะที่ประเทศไทยมีพลเอกเปรม ติณสูลานนท์เป็นนายกรัฐมนตรี (มีนาคม 2523 - กรกฎาคม 2531) เมื่อรัฐบาลในขณะนั้นมีนโยบายส่งเสริมการสร้างเงินตราเข้าประเทศและความเจริญทางเศรษฐกิจจากการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศและส่งสริมธุรกิจการท่องเที่ยว (Chiasakul, Manasphaibul, & Yoshida, 1989; Dixon, 1996) นับตั้งแต่รัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์เป็นต้นมา บทบาทของภาคธุรกิจก็เปลี่ยนจากสภาพที่ดูเหมือนว่าจะรองจากภาคราชการมาอยู่ในระดับที่มีความสำคัญที่ใกล้เคียงกันหรือในบางครั้งอาจจะมากกว่าบทบาทของภาคราชการในการสร้างผลกระทบต่อสังคมไทย

การขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วในภาคธุรกิจก่อให้เกิดปัญหาสังคมหลายอย่างเช่นกัน มีรายงาน, ผลงานวิจัย และข้อมูลนำเสนอในสื่อมวลชนต่างๆเป็นจำนวนมากที่แสดงถึงการดำเนินธุรกิจในประเทศไทยที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมหรือขัดต่อหลักจริยธรรม/จรรยาบรรณในธุรกิจหลายประเภท จากการรวบรวมรายงานเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่จัดว่าเป็นการกระทำที่ขัดต่อหลักจริยธรรมที่เกิดขึ้นในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2532 เป็นต้นมานั้น พบว่ามีเหตุการณ์เกิดขึ้นในธุรกิจต่างๆเกือบทุกประเภทเช่น ในธุรกิจการเงินและการคลัง, ธุรกิจการบริการ เช่น โรงแรม หรือประกันภัย, ธุรกิจการผลิต, ธุรกิจการส่งออก, ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง หรือในธุรกิจการค้าคอมพิวเตอร์ เป็นต้น นอกจากนี้ปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจในประเทศไทยในปัจจุบันยังเกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบกับความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศเช่นกัน มีกฎหมายและข้อตกลงระหว่างประเทศที่สำคัญมากมายที่มีต้นกำเนิดมาจากองค์การสหประชาชาติหรือองค์การค้าระหว่างประเทศที่ทำให้ธุรกิจของไทยไม่สามารถดำเนินการโดยไม่สนใจกับจริยธรรมทางธุรกิจได้อีกต่อไปเพราะผลของการทำธุรกิจโดยผิดหลักจริยธรรมทางการค้าระหว่างประเทศอาจทำให้สินค้าของประเทศไทยถูกต่อต้าน (Boycott) จากประเทศอื่นๆได้

การศึกษาเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจเป็นเรื่องที่นักวิชาการในต่างประเทศโดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาตระหนักถึงความสำคัญต่อสังคมและมีผลงานวิจัยมามากกว่า 30 ปีแล้ว ในประเทศไทยนั้นการศึกษาเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจยังมีไม่มาก ถึงแม้ว่าจะมีข่าว บทความ รายงาน หรือสัมนาเกี่ยวกับปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจอยู่เสมอแต่ก็นับว่าการศึกษาเกี่ยวกับ

จริยธรรมทางธุรกิจในประเทศไทยนั้นไม่ทันกับปัญหาที่เกิดขึ้น การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในปัจจุบันจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้นให้นักวิชาการในประเทศไทยเห็นความสำคัญของการทำงานวิจัยเกี่ยวกับจริยธรรมในภาคธุรกิจเพื่อศึกษาความคิด ความเข้าใจ และความรู้ของคนที่ทำงานในภาคนี้เพื่อข้อมูลที่ได้จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนและการสอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางธุรกิจ รวมทั้งการนำข้อมูลจากงานวิจัยไปใช้เพื่อการพัฒนาสภาวะของจริยธรรมในภาคธุรกิจของประเทศไทยด้วย

เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทางจริยธรรมในธุรกิจต่างๆของไทย

ธุรกิจการเงินและการคลัง

การสอบบัญชีที่ไม่ตรงตามความเป็นจริงเพื่อช่วยเหลือลูกค้าในการหลีกเลี่ยงภาษีการค้าหรือภาษีเงินได้นิติบุคคล, การสร้างหลักฐานเงินกู้ต่างประเทศเพื่อหลบเลี่ยงการเสียภาษีดอกเบี้ยเงินกู้, และ การก่ออาชญากรรมทางเศรษฐกิจโดยอาศัยช่องโหว่ของกฎหมาย เป็นตัวอย่างของเหตุการณ์ที่ศุภชัย พานิชภักดิ์ (2533) อธิบายถึงปัญหาจริยธรรมในธุรกิจการเงิน

ในเรื่องการสอบบัญชีที่ไม่ตรงตามความเป็นจริงนั้น ข้อมูลจากคณะกรรมการควบคุมการประกอบอาชีพ (กบช.) ระบุว่า จำนวนผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาติถูก กบช. ลงโทษตั้งแต่ปีพ.ศ 2515 ถึงปี พ.ศ. 2532 มี 63 ราย ถูกเพิกถอนใบอนุญาต 27 ราย และสั่งพักใบอนุญาต 36 ราย ปัญหาการขาดจริยธรรมคงจะไม่ได้อยู่กับผู้สอบบัญชีแต่กลุ่มเดียว หากแต่เป็นการขาดจริยธรรมในแง่ของห้างร้านและบริษัท ที่อาจจะสนับสนุนให้มีการทำบัญชีเพื่อหลีกเลี่ยงภาษีอากรด้วย จากจำนวนห้างหุ้นส่วนจดทะเบียนทั่วประเทศทั้งหมดในปี 2532 จำนวน 91,500 ราย มีผู้ส่งงบการเงินให้กรมทะเบียนการค้าเพียง 42,789 รายเท่านั้น ซึ่งเป็นเครื่องชี้อีกประการหนึ่งถึงการขาดความสนใจในการประกอบธุรกิจที่มีมาตราฐาน

ส่วนเรื่องการสร้างหลักฐานเงินกู้ต่างประเทศนั้นเกี่ยวข้องกับการที่กระทรวงการคลังมีมาตราการยกเว้นภาษีดอกเบี้ยเงินกู้จากต่างประเทศที่มีการกำหนดระยะเวลาชำระคืนเกิน 3 ปี ปรากฏว่าได้มีความพยายามที่จะหาประโยชน์จากการยกเว้นภาษีอากรครั้งนี้โดยธนาคารพาณิชย์ไทยได้ให้ลูกค้าทำสัญญาเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ในต่างประเทศ และในวันเดียวกันนั้นธนาคารไทยผู้ให้การค้ำประกันเงินกู้นี้ได้ซื้อคืนตั๋วสัญญาใช้เงินที่ออกโดยผู้กู้ไทยให้แก่ธนาคารต่างประเทศกลับคืนมา ซึ่งหมายความว่าไม่มีการกู้ยืมเงินมาจากต่างประเทศจริง กระบวนการที่เกิดขึ้นคือการสร้างภาพลวงว่าลูกค้ากู้เงินเข้ามาจากต่างประเทศทั้งนี้สิ่งที่ต้องการจะปิดบังอาจจะเป็นไปได้ว่าผู้ขอกู้มีฐานะเกี่ยวข้องกับธนาคารไทยในฐานะกรรมการ ซึ่งจะไม่มีสิทธิที่จะกู้เงินจากธนาคารนั้นได้จึงต้องเลื่อนไปกู้ยืมจากต่างประเทศแทนรวมทั้งเป็นการหลบเลี่ยงการเสียภาษีดอกเบี้ยเงินกู้อีกด้วย

กรณีอาชญากรรมเศรษฐกิจ นับเป็นเรื่องที่ยุ่งยากลำบากเพราะยังมีช่องโหว่ทางกฎหมายอยู่มาก และยังต้องการหลักฐานในการดำเนินคดีต่าง ๆ มากทำให้การดำเนินคดีล่าช้า และมักจะไม่ก่อให้เกิดที่จะทำให้ปีการลงโทษผู้ที่กระทำผิดอย่างชัดเจนได้ ต่อมาได้มีความพยายามที่จะอุดช่องโหว่ทางกฎหมายด้วยการแก้กฎหมายให้อำนาจอัยการเพิ่มเติมทำคดีได้โดยไม่ต้องรอตำรวจ ขณะที่กรมอัยการได้จัดตั้งกองคดีเศรษฐกิจและทรัพยากรขึ้นมาแล้ว ความพยายามที่จะอุดช่องโหว่ทางกฎหมายที่บ่งให้เห็นถึงปัญหาการรุกรานของการขาดจริยธรรมในการประกอบธุรกิจที่นับวันจะเพิ่มมากขึ้นโดยเป็นที่น่าเสียดายที่ในกรณีส่วนใหญ่ผู้กระทำผิดมักจะได้เปรียบฝ่ายทางการผู้ตรวจสอบควบคุมอยู่เสมอ เนื่องจากความล่าช้าในการดำเนินคดี การขาดพยานหลักฐาน การขาดความเข้าใจ กับเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ที่ต้องรวมมือกันในการเก็บข้อมูลหลักฐานและการดำเนินคดีจนถึงที่สุด ตัวอย่างกรณีของธนาคารกรุงเทพพาณิชยการ (Bangkok Bank of Conmerce - BBC) ที่ยังไม่สามารถดำเนินการกับผู้กระทำผิดได้ก็เนื่องจากสาเหตุการทำงานที่ไม่ประสานกันระหว่างฝ่ายตำรวจอัยการและธนาคารแห่งประเทศไทย และความไม่ชำนาญในเรื่องคดีทางเศรษฐกิจ จึงทำให้เกิดความล่าช้า และเสียประโยชน์ของประเทศชาติ (ศุภชัย พานิชภักดิ์ , 2533)

ในแวดวงตลาดหุ้น ไกรยุทธ์ ธีรตยาคีนันท์ (2536, หน้า 62-78) รายงานพฤติกรรมการปั่นหุ้นที่ทำโดยคนนอกและโดยเจ้าของบริษัทและพรรคพวกซื้อขายหุ้นของตนเอง การซื้อขายหุ้นด้วยข้อมูลวงใน (Inside information) การปล่อยข่าวเกี่ยวกับกิจการของบริษัทสร้างข้อมูลเท็จเพื่อประโยชน์ในการซื้อขายหุ้น และการที่โบรกเกอร์ปล่อยสินเชื่อมาร์จินแก่นักเล่นหุ้นเพียงไม่กี่คนเป็นวงเงินถึงพันล้านบาท โดยมีเจตนาสมรู้ร่วมคิดในการปั่นหุ้น และบุคคลในบริษัทหลักทรัพย์เองก็ได้ซื้อหุ้นขายหุ้นในฐานะส่วนตัว เป็นพฤติกรรมที่พบอยู่เสมอในธุรกิจหุ้น พฤติกรรมเหล่านี้ตามหลักสากลถือว่าผิดหลักจริยธรรมในการประกอบอาชีพ การที่พฤติกรรมเหล่านี้ปรากฏอยู่เสมอในประเทศไทยอาจแสดงว่าคนไทยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตลาดหุ้นยังไม่มีความรู้ความเข้าใจดีพอเกี่ยวกับหลักจริยธรรมในการประกอบธุรกิจหรืออาจเป็นไปได้ว่ามีความรู้ความเข้าใจดีแต่ไม่มีปัจจัยที่เข้มแข็งที่จะควบคุมให้เกิดปัญหาพฤติกรรมที่ผิดจรรยาบรรณให้น้อยที่สุด หากมีพฤติกรรมที่ผิดหลักจริยธรรมเกิดขึ้นอยู่เสมอ ก็อาจส่งผลเสียและสะท้อนถึงสภาพสังคมของประเทศไทยได้ เพราะในเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจนั้นมีสมมุติฐานที่เป็นที่ยอมรับกันมากว่าพฤติกรรมของคนในธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมของสังคมและขึ้นกับค่านิยมในสังคมนั้นด้วย หากสังคมไม่มีการต่อต้านการโกหกหรือการโกงว่าเป็นพฤติกรรมที่ผิดหลักจริยธรรม การโกหกและการโกงก็จะเป็นพฤติกรรมที่พบได้ทั่วไปในการทำธุรกิจในสังคมนั้นเช่นกัน และจะทำให้ธุรกิจในสังคมนั้นไม่มีการพัฒนาไปสู่ความเจริญได้ (Reidenbach & Robin, 1989)

ธุรกิจการบริการ

ในธุรกิจเกี่ยวกับการบริการนั้น การไม่ให้บริการแก่ลูกค้าตามที่สัญญาไว้, การช่วยลูกค้าให้ทำการทุจริตต่อผู้อื่น, การหลีกลี่ยงไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย , การปิดบังข้อเท็จจริงไม่ให้ลูกค้ารับทราบตามสิทธิ หรือ การประกอบกิจการโดยไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ เป็นสิ่งที่พบเห็นได้บ่อยในประเทศไทย ตัวอย่างต่อไปนี้ปรากฏอยู่ในรายงานของไกรยุทธ ธีรติยาคีนันท์ (2536) ที่แสดงถึงปัญหาการดำเนินงานในธุรกิจบริการที่ขัดกับหลักจริยธรรม

1. บริษัทประกันภัยรถยนต์พยายามหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบไม่ปฏิบัติตามสัญญาหรือสร้างเงื่อนไขนานาประการ จนลูกค้าทนไม่ได้เกิดความเบื่อหน่ายและไปดำเนินการซ่อมเอง เจ้าหน้าที่ไม่อำนวยความสะดวกในการรับแจ้งการติดต่อทางโทรศัพท์ คอยหลบหลีกไม่เจรจาด้วย แต่ตั้งเงื่อนไขในการซ่อมแซม เช่น ต้องซ่อมที่อู่คู่สัญญา หรือตัวแทนของบริษัทประกันภัย มิฉะนั้นก็จะไม่รับผิดชอบ หรือถ้าผู้เอาประกันมีอุบัติเหตุในต่างจังหวัดจะต้องนำรถไปแก้ในกรุงเทพฯก็มีมาก ต้องใช้อะไหล่ใหม่ไม่มีหรือต้องใช้เวลาสั่งมาจากต่างประเทศเป็นเวลาหลายๆเดือน ปรากฏการณ์ทำนองนี้เกิดขึ้นบ่อย แต่ในทิศทางตรงกันข้ามเวลาเก็บเบี้ยประกันภัยจากลูกค้าก็จะเร่งรีบทวงถามอยู่เสมอ และในกรณีต่อสัญญาหากจ่ายเบี้ยประกันช้าไปเพียงไม่กี่วันและมีอุบัติเหตุเกิดขึ้นในช่วงต่อเช่นนี้ ผู้เอาประกันก็ไม่มีสิทธิ์ได้รับประโยชน์คุ้มครองแต่อย่างใด

2. บริษัทที่ทำธุรกิจโฆษณาบางบริษัทช่วยบริษัทลูกค้าที่มาใช้บริการทำการประชาสัมพันธ์คุณภาพสินค้าที่ผิดไปจากความเป็นจริงหรือเกินความจริง ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดและหลงเชื่อมาใช้หรือประชาสัมพันธ์ของแจกของแถม หาใช่สินค้าที่มีมูลค่าตามที่กล่าวอ้างนั้น

3. การปลูกสร้างโรงแรม โรงงาน ที่รุกล้ำเข้าไปในที่สาธารณะทั้งๆที่รู้ว่าผิดกฎหมาย แต่ก็ไม่มีการดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้อง ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเพิกเฉยไม่ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย หรือปล่อยน้ำเสียลงสู่ทะเล หรือดูดลองอันเป็นการทำลายสภาวะแวดล้อม

4. บริษัทหางานทำในต่างประเทศหลอกลวงผู้มาใช้บริการให้เสียเงินเสียทองจำนวนมากโดยไม่มีงานให้ทำ หรือส่งไปทำงานที่ผิดกฎหมายและผิดศีลธรรมหรือไม่รับผิดชอบต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหลังจากจัดหางานให้ทำแล้วตามสัญญา

ในวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 ได้เกิดเพลิงไหม้ขึ้นที่โรงแรมจอมเทียนรีสอร์ทพัทยา จังหวัดชลบุรี ทำให้มีผู้เสียชีวิต 90 คนทั้งๆที่ขณะเกิดเหตุการณ์เป็นเวลากลางวัน (มติชน, 2540) ในช่วงเวลาที่ทำงานวิจัยนี้ยังไม่มีการสรุปผลการสอบสวนอย่างเป็นทางการถึงสาเหตุที่ทำให้มีผู้เสียชีวิตมากกว่าที่ควรจะเป็น แต่มีข้อสังเกตุจากเหตุการณ์ว่าความไม่ปลอดภัยจากอาคารและวัสดุก่อสร้างรวมทั้งระบบการรักษาความปลอดภัยของโรงแรมที่ไม่ได้คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการมากพอนั้นอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้มีผู้เสียชีวิตมากผิดปกติ

ธุรกิจการผลิตและการส่งออก

การทำลายสิ่งแวดล้อม, การไม่ทำตามกฎหมายในเรื่องแรงงานความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน, การผลิตสินค้าไม่ได้มาตรฐานตามที่กำหนด, และ การปลอมแปลงสินค้าหรือละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าของผู้อื่น เป็นเรื่องการดำเนินธุรกิจที่เป็นปัญหาทางจริยธรรมในธุรกิจการผลิตที่มีการรายงานอยู่เสมอ สาเหตุที่สำคัญของปัญหามักเนื่องมาจากการที่นักธุรกิจคำนึงถึงการลดต้นทุนในการผลิตมากกว่าผลที่ตามมา

ในปี 2539 สหรัฐได้หยุดชะงักการสั่งซื้อกุ้งแช่แข็งจากประเทศไทยไปช่วงหนึ่งเนื่องจากศาลการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐ ตัดสินห้ามนำเข้ากุ้งทะเลจากประเทศที่ไม่มีกฎหมายคุ้มครองเต่าทะเล และไม่มีการติดเครื่องมือในการทำประมง ซึ่งทำให้การส่งออกทั้งกุ้งเลี้ยง และกุ้งทะเลไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ต่อมาภายหลังสหรัฐได้ประกาศยกเลิกการห้ามนำเข้ากุ้งทะเลจากประเทศไทยหลังจากที่ได้ลงนามในหนังสือรับรองว่าประเทศไทยมีโครงการหรือกฎหมายคุ้มครองเต่าทะเลเทียบเท่าสหรัฐ ทำให้ไทยได้รับอนุญาตให้ส่งกุ้งทุกชนิดเข้าสหรัฐได้ตั้งแต่วันที่ 8 พฤศจิกายน 2539 เป็นต้นไป กระทรวงพาณิชย์ของประเทศไทยได้พยายามที่จะหาทางตอบโต้กับมาตราการของสหรัฐดังกล่าวจึงได้ร่วมประชุมกับประเทศมาเลเซีย อินเดีย ปากีสถาน เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2539 เพื่อที่จะฟ้องต่อองค์การค้าโลก (World Trade Organization - WTO) เรื่องที่สหรัฐห้ามนำเข้ากุ้งทะเลซึ่งผิดกฎแกตต์ (General Agreement on Tariffs and Trade - GATT) มาตรา 1.11.13 ว่าด้วยการห้ามนำเข้าสินค้าโดยเลือกปฏิบัติ และเห็นว่าสหรัฐใช้กฎหมายภายในประเทศมาบังคับใช้นอกอาณาเขต (ข่าวมติชนรายวัน เดือนพฤศจิกายน 2539)

ในรายการโทรทัศน์ "ขอคิดด้วยคน" ดำเนินการโดย เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง ในหัวข้อที่ว่า **"ISO 14000 สีไม่เขียวขายไม่ออก"** เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2539 ได้นำเรื่องประเด็นปัญหาจริยธรรมในส่วนที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาพิจารณากัน แม้ว่าในการอภิปรายวันนั้นจะไม่มีผู้อภิปรายคนใดกล่าวถึงคำว่า "จริยธรรม" เลยก็ตาม ผู้อภิปรายมีทั้งผู้ที่สนับสนุนให้ความร่วมมือและผู้ที่คัดค้านหรือแสดงข้อกังขาว่าเป็นเรื่องที่ประเทศไทยจะต้องทำตามหรือไม่เกี่ยวกับมาตราฐานที่ประเทศทางตะวันตกวางไว้ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เช่น คุณเทียร เมฆานนท์ชัย อธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม เห็นว่า "เป็นเรื่องนโยบายของผู้บริหารสูงสุด และเป็นความสมัครใจไม่ใช่กฎหมายบางประเทศเขามองการณ์ไกลเขาทำตาม เช่น ประเทศเกาหลีเป็นต้น แต่ก็เห็นว่าบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตใหญ่ ๆ อาจดูแลควบคุมไม่ถึง และมีค่าใช้จ่ายมาก และก็ไม่แน่ใจว่าจะทำให้ผู้ขายขาดทุนหรือทำให้ราคาสินค้าต้องสูงหรือไม่ แต่ระยะยาวจะก่อให้เกิดผลดี...." คุณเขมทัต สุคนธสิงห์ รองเลขาธิการสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ให้ข้อคิดเห็นทำนองว่า "กฎเกณฑ์แห่งหนึ่งอาจใช้ได้ไม่เหมาะสมกับแห่งหนึ่ง เช่น บางเรื่องอเมริกาออกมาตรการมา แต่

บางประเทศก็ไม่เห็นด้วย เช่น เยอรมัน..." และสำหรับทัศนะของ ดร.สาธิต โพธิ์วิหค อดีตรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ให้ข้อคิดเห็นว่า "การที่จะวางมาตราการอะไรต้องให้เป็นที่ยอมรับกันเป็นกฎสากลเสียก่อน เราจึงจะปฏิบัติตาม ไม่ใช่ประเทศใดประเทศหนึ่งออกกฎมาแล้วเราต้องปฏิบัติ ตามกฎหมายที่มีอยู่แล้วต้องให้มีการควบคุมได้เสียก่อน.."

ผู้ประกอบการบางท่านมีความคิดที่จะปฏิบัติตาม เช่น คุณปรีชา ประกอบกิจ ผู้จัดการทั่วไปของบริษัทแอมเวย์แห่งประเทศไทย เห็นว่า "คนไทยน่าจะยอมรับมาตราการเรื่องนี้ น่าจะคิดก่อนไม่ใช่รอให้มีใครมาบังคับ เรื่องนี้เป็นการชี้แนะ เป็นการทำโดยสมัครใจ ถ้าผู้บริโภคมีการศึกษา มีสิทธิที่จะคัดค้านไม่สนับสนุนธุรกิจที่ไม่คำนึงถึงคุณภาพของสิ่งแวดล้อม กฎหมายไม่ได้มีบังคับในทุกเรื่อง เช่น เกษตรกรเลี้ยงหมูไม่มีกฎหมายบังคับว่าต้องทำอย่างไร" สำหรับธุรกิจของบริษัทแอมเวย์ คุณปรีชารายงานว่ากำลังมีการปรับปรุงดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อมในโรงงานของตนอยู่

ในรายการเดียวกันนี้ **(ISO 14000 สีไม่เขียวขายไม่ออก)** นายอำพน กิตติอำพน ผู้อำนวยการศูนย์ประสานงานนโยบายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้รายงานถึงการประชุมคณะกรรมการโครงการจัดการทรัพยากรชายฝั่งทะเล ว่าได้มีแผนการดำเนินงานโครงการ 4 โครงการ โดยได้รับการสนับสนุนจากธนาคารโลก คือ (1) โครงการจัดการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำไม่ให้มีการจำกัดพื้นที่ป่าชายเลน พร้อมส่งเสริมเทคโนโลยีทันสมัยให้กับผู้เพาะเลี้ยงด้วย (2) โครงการจัดการซากประมงรายย่อยที่จะให้มีการอนุรักษ์ ระยะ 13 กิโลเมตรแรกและจัดตั้งเป็นกองทุนให้การช่วยเหลือแก่ชาวประมงไทยในกลุ่มนี้ เพื่อประกันไม่ให้ชาวประมงกลุ่มดังกล่าวใช้อวนรุน และอวนลากเข้าจับสัตว์ และสร้างความเสียหายให้กับปะการัง (3) โครงการจัดการอุทยานแห่งชาติทางทะเล เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น ได้แก่ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะตะรุเตา อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง ทั้งนี้จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ (4) โครงการเพื่อปรับเปลี่ยนนโยบาย ระเบียบทางด้านกฎหมาย ให้มีความสอดคล้องกับกระแสโลก ที่มีการเปลี่ยนแปลง ทางด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางทะเล ความหลากหลายทางชีวภาพในเรื่องอนุรักษ์ โดยจะต้องให้มีความสอดคล้องกับข้อตกลงระหว่างประเทศ และกระแสการอนุรักษ์ของประเทศไทย

โครงการทั้งหมดที่สมาคมโลก จะให้การสนับสนุน และติดตามประเมินผลงาน 2 ปี หากไม่ประสบความสำเร็จ ในการดำเนินการธนาคารโลกจะยกเลิกให้ความช่วยเหลือ ("เวิรลด์แบงค์ชู่," 2540).

ธุรกิจการค้าคอมพิวเตอร์

ในแวดวงของธุรกิจด้านคอมพิวเตอร์เมื่อเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ได้ถูกนำมาในธุรกิจต่างๆเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ระบบต่างๆได้ถูกพัฒนาขึ้นด้วยความรีบร้อนและละเลยจุดของการรักษาความปลอดภัยไป หรือบางทีจุดอ่อนที่มีอยู่มากในระบบก็เกิดจากคนในองค์กรเองแต่ประเด็นที่สำคัญที่นำไปสู่ความไม่ปลอดภัย หรือที่เรียกว่าอาชญากรรมทาง IT (Information technology) คือ คนร้ายที่มักผู้มีการศึกษาสูง ฐานะดี แต่งตัวดี แต่ใช้ความรู้ในทางที่ผิดโดยการแอบฟังระบบรักษาความปลอดภัยที่มีอยู่ และแอบเข้าไปดู หรือถ้ามีโอกาสก็เปลี่ยนข้อมูล หรือบางคนก็ทำลายข้อมูลหรือปล่อยไวรัสเข้าระบบเลย ยิ่งปัจจุบันมี Internet ที่เชื่อมระบบได้จากทั่วโลกอาชญากรรมประเภทนี้ก็มาจากทั่วโลกเช่นกัน เช่นข่าวนักศึกษาจากโครเอเชีย (Croatia)ได้บุกรุกเครือข่ายของกระทรวงกลาโหมอเมริกัน เพื่อล้วงความลับแต่ถูกจับได้เป็นต้น ตัวอย่างการก่ออาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์สามารถทำได้หลายทาง เช่น

1. การแอบดูข้อมูลด้วยการทำงานแบบสายลับเพื่อล้วงความลับคู่แข่งว่ามีข้อมูลและแผนการทำงานอย่างไร
2. การแก้ไขข้อมูลหลังจากเข้าไปดูแล้วสามารถดูรหัสผ่านและแอบแก้ไขข้อมูลที่ต้องการ
3. การแอบใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ทำงานที่ผิดกฎหมาย เช่น สั่งซื้อหวย หรือการรับแทงการพนัน หรือขายรูปภาพที่ไม่สมควร
4. การทำให้ระบบคอมพิวเตอร์หมดสภาพในการทำงาน บริษัทไหนที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นหัวใจในการควบคุมระบบอาจโดนทำลายด้วยตัวหนอน (Worm) มากัดกิน Resources ของเครื่องจนหยุดการทำงานต้องเปิดใหม่
5. การทำลายข้อมูล ซึ่งมีวิธีทำสอง สามแบบ เช่น กับดักให้ผู้ใช้นำเข้าระบบตัวเองแล้วฉวยโอกาสทีเผลอเข้าทำลายระบบและข้อมูลที่ต้องการ
6. การเผยแพร่ความเชื่อและลัทธิที่ผิด ๆเช่นที่เคยเป็นข่าวการเผยแพร่ลัทธิโฮมเซนริเคียว
7. การให้ข้อมูลที่บ่อนทำลายองค์กรหรือประเทศโดยไม่เป็นเรื่องจริง
8. การเผยแพร่วิทยาการที่จะทำลายล้าง เช่น การทำก๊าซซาลิน การทำระเบิดปรมาณู แม้แต่เทคโนโลยีไบโอชีวภาพที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์ (วุฒิพงศ์ พงษ์สุวรรณ, ไอทีคอร์เนอร์, มติชน, 2540)

การแข่งขันกันในธุรกิจคอมพิวเตอร์ก่อให้เกิดพฤติกรรมในด้านการจัดการที่ไม่ชอบธรรมในรูปแบบต่างๆ การเข้าครอบครองกิจการของผู้อื่นโดยวิธีที่ผิดจรรยาบรรณ เป็นพฤติกรรมที่พบว่าเกิดขึ้นได้ในธุรกิจคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น การที่ผู้ร่วมลงทุนในบริษัทคอมพิวเตอร์พยายามเข้าครอบครองหุ้นของบริษัทอย่างไม่เปิดเผยถือว่าเป็นการกระทำที่ผิด

จรรยาบรรณ (Unethical behavior) เพราะทำให้เกิดความไม่ไว้วางใจในกลุ่มผู้บริหารของบริษัทด้วยกันเอง ("Shinawatra reacts to," 1997) การดำเนินธุรกิจที่ไม่ยึดถือหลักจริยธรรมนั้น Reidenbach และ Robin (1989) ระบุว่าจะทำให้เกิดความไม่วางใจกัน และสิ่งที่ตามมาก็คือองค์กรจะมีใช้จ่ายที่สูงขึ้นในเรื่องการต่อสู้ทางกฎหมายเพื่อป้องกันตนเองจากข้อกล่าวหาของลูกค้าหรือบริษัทคู่กรณี ในทางตรงข้ามองค์กรที่ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือหลักจริยธรรมก็จะไม่จำเป็นต้องสูญเสียรายได้ไปกับค่าใช้จ่ายทางด้านกฎหมายโดยไม่จำเป็น

ปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจในประเทศไทยกับการค้าระหว่างประเทศ

สิทธิมนุษยชนและการจัดการเรื่องแรงงานและทรัพย์สินทางปัญญาเป็นเรื่องที่องค์กรภาคธุรกิจประเทศไทยจะต้องดำเนินการโดยคำนึงถึงข้อบังคับที่กำหนดโดยองค์การสหประชาชาติและองค์การค้าระหว่างประเทศด้วย หากภาคธุรกิจไม่สนใจกับข้อบังคับขององค์การระหว่างประเทศก็อาจประสบกับปัญหาทางการค้าได้ (Parnwell, 1996; Schmidt, 1996)

ปัญหาการเอาเปรียบด้านค่าจ้างแรงงาน ซึ่งปรากฏในรูปแบบการสไตร์นัดหยุดงาน หรือเดินขบวน เพื่อเรียกร้องค่าจ้างแรงงานเพิ่มและการจัดสภาพแวดล้อมที่ทำงานให้สะอาดปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย อุบัติภัย ไฟไหม้ ตึกถล่ม คนงานล้มป่วยเพราะดูดดมสารพิษ การปล่อยสารพิษในอากาศในน้ำ ซึ่งปรากฏเป็นข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์อย่างต่อเนื่อง เช่น กรณีไฟไหม้โรงงาน โรงแรม ตึกถล่ม มีคนงานล้มป่วยและตายในนิคมอุตสาหกรรมและโรงงานผลิตไฟฟ้า เนื่องจากมลพิษทางอากาศและในน้ำที่ปล่อยมาจากโรงงาน เนื่องมาจากความประมาทจัดระบบป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ปัญหาดังกล่าวที่ผ่านมาผลกระทบจะตกไปสู่พนักงาน ลูกจ้างซึ่งไม่มีอำนาจในการที่จะไปต่อสู้เรียกร้องมากนัก แต่ปัจจุบันปัญหาการปฏิบัติของธุรกิจที่ขาดความรับผิดชอบหรือขาดจริยธรรมก็จะถูกแรงกดดัน หรือถูกควบคุมจากโลกภายนอก เช่น องค์การค้าโลก (WTO) ซึ่งกำลังพิจารณานำปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้มาสร้างเป็นกฎจริยธรรมสากล เพื่อเรียกร้องให้ทุกประเทศที่ทำการค้าร่วมกันต้องยอมรับปฏิบัติตามมาตราฐานที่ตั้งไว้ หากประเทศไทยซึ่งทำการค้ากับประเทศอื่น ๆ จะไม่ปฏิบัติตาม หรือไม่ให้ความสนใจก็จะถูกกีดกันทางการค้ากับประเทศอื่น ๆ เช่น เมื่อเร็ว ๆ นี้องค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization - ILO) ได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จัดประชุมสัมมนาเรื่อง "จริยธรรมทางธุรกิจในอุตสาหกรรมสิ่งทอเสื้อผ้า และรองเท้า" โดยมีตัวแทนจากรัฐบาลทั้งฝ่ายนายจ้าง ลูกจ้าง และฝ่ายวิชาการด้านแรงงานเข้าร่วมประชุม ทั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์ที่จะให้ผู้ประกอบธุรกิจเหล่านี้ได้ให้ความสนใจและส่งเสริมในเรื่องของการเคารพต่อสิทธิมนุษยชนของคนงานลูกจ้างพิจารณาความเหมาะสมด้านสภาพการทำงานและค่าตอบแทน โดยมิต้องคำนึงว่าจะมีกฎระเบียบบังคับให้

ปฏิบัติตามหรือไม่ ควรทำด้วยความสมัครใจด้วยความเห็นชอบของตนเอง และได้ชี้แจงว่าในอนาคตอันใกล้ กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมในยุโรปจะร่วมกันผลักดันความมีจริยธรรมทางธุรกิจอุตสาหกรรมให้เป็นมาตรฐานทางการค้าบรรจุอยู่ในองค์การค้าโลก (WTO) และอาจส่งตัวแทนเข้ามาตรวจสอบมาตราฐานทางจริยธรรม เพื่อพิจารณาความร่วมมือทางการค้าก็ได้ ซึ่งเรื่องนี้รองอธิบดีกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานกล่าวว่าแม้ว่าประเทศในกลุ่มอาเซี่ยน โดยเฉพาะประเทศไทยกำลังคัดค้านไม่ให้ประเด็นจริยธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ แต่เมื่อประเทศทางตะวันตกและยุโรปเห็นด้วย ประเทศไทยก็ต้องยอมรับ (มติชน, พุธที่ 16 ก.ค 2540)

การประพฤติปฏิบัติที่ไม่ใส่ใจถึงความมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจจะส่งผลให้ประเทศไทยถูกตัดสิทธิพิเศษเรื่อง GSP (Generalization for Special Privilege) ซึ่งเป็นสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรซึ่งประเทศสหรัฐอเมริกาจะผ่อนผันให้สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนา เพื่อที่จะลดอัตราภาษีนำเข้าในการเข้าไปแข่งขันกับสินค้าจากประเทศในภูมิภาคอื่นได้ การที่ประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษนี้ทำให้การส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นมาก เช่นในปี พ.ศ 2538 ประเทศไทยได้ใช้สิทธิ GSP จากสหรัฐคิดเป็นมูลค่าประมาณ 69,750 ล้านบาท ซึ่งจะทำให้มูลค่าเพิ่มในการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นประมาน 199 ล้านเหรียญสหรัฐ และส่งผลให้การผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้นและทำให้การจ้างงานเพิ่มขึ้นประมาณสามแสนคน แต่การที่จะได้รับสิทธิพิเศษด้าน GSP ที่ไทยต้องปฏิบัติตามนโยบายที่สหรัฐต้องการไม่ว่าจะเป็นเรื่องสิทธิมนุษยชน เรื่องแรงงาน หรือเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา สหรัฐได้ระงับการให้สิทธิพิเศษทางภาษีอากร GSP แก่สินค้า 4 ชนิด ที่สหรัฐเห็นว่าไทยยังไม่ได้ให้การคุ้มครองเรื่องสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาได้แก่ เครื่องรูปพรรณ ทำด้วยโลหะมีค่าอื่น ๆ เครื่องรูปพรรณทำด้วยโลหะเงินที่มีมูลค่าไม่เกิน 18 ดอลลาร์ต่อ 1 โหล ดอกไม้ ผลไม้ ต้นไม้ประดิษฐ์ ทำด้วยวัสดุอื่น ๆ และเฟอร์นิเจอร์ไม้ ยังมีอีกหลายกรณีที่ประเทศไทยถูกกล่าวหาว่าละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น ที่สวิตเซอร์แลนด์ และสหภาพยุโรป (European Union - EU) ทักท้วงว่าไทยละเมิดเครื่องหมายการค้าในการปลอมแปลง และเลียนแบบสินค้านาฬิกายี่ห้อดังที่ผลิตจากสวิตเซอร์แลนด์ ทั้งนี้ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ได้ขอให้ไทยแสดงความชัดเจนในการแก้ไขปัญหาอย่างจริงจัง มิฉะนั้นจะทำการตอบโต้โดยไม่อนุมัติให้ไทยเข้าร่วมงาน "มาเซิลแฟร์" ที่จะจัดขึ้นในปี 2541 ทันที ซึ่งการไม่ได้เข้าร่วมงานดังกล่าว นอกจากไทยต้องเสียชื่อเสียงด้านการแสดงผู้ส่งออก อัญมณี และเครื่องประดับของไทยที่ได้สั่งสมมาแล้ว ประเทศอื่น ๆ ที่เคยยอมรับสินค้าไทยก็อาจไม่ให้การยอมรับและถึงขั้นระงับการนำเข้าก็ได้ (มติชน, 28 มีนาคม 2540)

ในส่วนของสำนักงานผู้แทนการค้าสหรัฐ (US Trade Representatives - USTR) และสมาคมผู้ผลิตภาพยนต์แห่งสหรัฐ (Motion Picture Association - MPA) ได้ส่งเจ้าหน้าที่มาตรวจสอบการปราบปราม การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาและแจ้งว่าการปราบปรามของไทยเริ่มลดน้อยลง และมีสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ขายเกลื่อนกลาด สหรัฐอาจพิจารณาฐานะของไทย*จากบัญชี*

ประเทศที่ถูกจับตามองเป็นบัญชีที่สูงขึ้นได้ ?นายบรรพต หงษ์ทอง อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา กล่าวว่าไม่เพียงแต่สวิตเซอร์แลนด์และสหรัฐจะตอบโต้ไทย แต่สหภาพยุโรป (EU) ก็ยังได้พุ่งเป้ามายังไทยจะเป็นประเทศแรกในการตรวจสอบปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียงกับผู้ผลิตในไทย (มติชน, 28 มีนาคม 2540)

พฤติกรรมการฉ้อฉลให้สินบนรับสินบนและคอร์รัปชั่น

สภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2540 ทรุดลงจนรัฐบาลต้องขอความช่วยเหลือจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund - IMF) ได้มีการวิเคราะห์ พยายามมองย้อนหาสาเหตุว่าการที่ประเทศไทยต้องตกอยู่ในสภาวะเช่นนี้มาจากอะไร ซึ่งส่วนใหญ่วิจารณ์นโยบายการบริหารที่ผิดพลาดของรัฐบาล แต่อีกมุมมองหนึ่งของนักวิชาการหลายกลุ่มได้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาคอร์รัปชั่น เป็นสาเหตุสำคัญของความเลวร้ายที่ทำลายระบบเศรษฐกิจไทย และคนที่เข้าร่วมขบวนการคอร์รัปชั่นนั้นมีมาก และมีอยู่ในหลายวงการทั้งนักธุรกิจ ข้าราชการ และนักการเมือง

การนำสินค้าข้าและส่งสินค้าออกที่ด่านศุลกากรนั้นก็มีการรายงานอยู่เสมอถึงกรณีปัญหาการเรียกร้องเงินใต้โต๊ะเพื่อตอบแทนเจ้าหน้าที่ ซึ่งปรากฏเป็นข่าวในหนังสือหลายฉบับในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2540 นาย ปรีดี บุญยัง อธิบดีกรมศุลกากรได้ตอบข้อซักถามในวันแถลงข่าวจันทร์ที่ 11 สิงหาคม 2540 ว่า "มีจริงและน่าหนักใจยิ่ง" และเป็นปัญหาเก่าซึ่งนายปรีดี บุญยัง ได้พยายามแก้ไขมามากแล้วและมั่นใจว่าปัญหาจะหมดไปหรือแทบจะไม่มีในปี พ.ศ. 2542 เพราะจะเป็นปีที่เริ่มมีการนำระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอีเลคโทรนิกส์ (Electronic Data Interchange - EDI)มาใช้แทน

ค่าใช้จ่ายนอกระบบในการขนสินค้าออกจากท่าเรือกรุงเทพฯมีอยู่ 3 จุดหลักด้วยกันคือ ในเขตท่าเรือ ในพิธีการผ่านตั๋วที่กรมศุลกากร และในพิธีการตรวจปล่อยในท่าเรือ เป็นรายจ่ายจริงที่ไม่มีใบเสร็จรับเงิน รวมทั้งสิ้นเป็นเงิน 6,310 บาท ต่อการนำเข้าสินค้า 1 ตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ประกอบการ เงินใต้โต๊ะจะประกอบด้วย 2 ประเภทหลัก คือ เงินรางวัล (ค่าพิมพ์ ค่าน้ำมันรถ ค่าอาหาร ค่าเหนื่อยให้กับเจ้าหน้าที่) กับเป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายมีเกือบ 30 ขั้นตอน ระบบใต้โต๊ะไม่อาจดำเนินการโดยลำพังเพียงกรมศุลกากรหน่วยงานเดียว หากแต่ต้องเชื่อมโยงไปถึงกลุ่มผลประโยชน์จากหน่วยงานเกี่ยวข้องที่เหลือ อาทิเช่น การท่าเรือ ตรวจคนเข้าเมือง หน่วยกักกันโรค และกรมเจ้าท่า (ประชาชาติธุรกิจ, 14-17 สิงหาคม 2540)

ในเรื่องของการจัดเก็บภาษีอากรยังมีการรั่วไหลมากมีการร้องเรียนว่าสรรพากรเก็บภาษีเพิ่มอีกบริษัทละ 2-5 หมื่นบาท เพื่อไปใช้ปิดหีบงบประมาณโดยอ้างว่าทำบัญชีกันไม่เรียบร้อย แต่จะผ่อนปรนให้ถ้ายอมจ่ายตามที่ขอ ตามที่หอการค้าแห่งประเทศไทยได้ทำเรื่องร้องเรียนต่อนายก

รัฐมนตรีให้รีบแก้ไข นายวิเชียร เตชะไพบูลย์ ประธานหอการค้า ยืนยันว่าคอร์รัปชั่นมีจริง เอกชนบางรายยอมจ่ายเงินใต้โต๊ะเพื่อให้เรื่องสำเร็จโดยเร็ว ขณะที่ระบบราชการก็เอื้อให้เกิดการจ่ายเงินสำหรับการคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่ม มาตรา 19 ทวิ ก็ยังมิได้มีการกำหนดขั้นตอนที่แน่นอนและชัดเจน รวมถึงบุคลากรที่เกี่ยวข้องหรือรับผิดชอบโดยตรงไม่มี นายสังศิต พิริยะรังสรรค์ เสนองานวิจัยเรื่อง "เศรษฐกิจนอกกฎหมาย" กล่าวถึงความเลวร้ายของการคอร์รัปชั่นหลายประการ นอกจากจะทำให้การนำเข้าวัตถุดิบ วัสดุต่าง ๆ แพงขึ้นเพราะการจ่ายเงินใต้โต๊ะ ซึ่งจะทำให้สินค้ามีราคาแพงขึ้น และส่งออกสู้กับต่างประเทศไม่ได้ การคอร์รัปชั่นสมัยเดิมมีจำกัดอยู่เฉพาะระดับสูง เฉพาะนักการเมืองใหญ่ ๆ หรือนายทหารใหญ่ ๆ แต่ปัจจุบันนี้การคอร์รัปชั่นลงมาถึงระดับกลาง บางครั้งก็ลงมาถึงระดับล่างคนที่เข้าร่วมขบวนการคอร์รัปชั่นนั้นมีมากไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะภาครัฐบาลรุกลามมาถึงภาคเอกชนด้วย จึงได้ทำให้ปัญหาคอร์รัปชั่นของประเทศไทยร้ายแรงขึ้นตลอดมา ("ขรก.-นักธุรกิจฉ้อฉล," 4-6 สิงหาคม 2540)

ผลของการสำรวจความคิดเห็นนักธุรกิจชั้นนำและนักการเมืองของประเทศต่าง ๆ เกี่ยวกับปัญหาการคอร์รัปชั่น ซึ่งทำการสำรวจในปีนี้เป็นปีที่ 3 ทั้งสิ้น 52 ประเทศทั่วโลก และมีประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย 13 ประเทศรวมทั้งประเทศไทย ที่ทำการสำรวจโดยองค์กรตรวจสอบความโปร่งใสสากล (Transparency International - TI) ตั้งอยู่ที่กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมันนี พบว่าประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 39 ของโลก ประเทศที่ซื่อสัตย์สุจริตและโปร่งใสมากที่สุดในโลกคือประเทศเดนมาร์ค สำหรับในเอเชีย สิงค์โปร มีคอร์รัปชั่นน้อยที่สุดเป็นอันดับ 9 ของโลก ถัดมาคือประเทศฮ่องกง ญี่ปุ่น ไต้หวัน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ซึ่งอยู่ในอันดับเหนือกว่าประเทศไทย ประเทศปากีสถานครองอันดับที่มีคอร์รัปชั่นมากที่สุดสองปีติดต่อกันในกลุ่มเอเชีย และประเทศไนจีเรียมีคอร์รัปชั่นสูงที่สุดในโลกสองปีติดต่อกัน (สยามโพสต์, 3 ส.ค 2540)

กรณีต่างๆ ของการขาดจริยธรรมในแวดวงธุรกิจไทยที่ได้นำเสนอมาแล้วนั้น เป็นเหตุการณ์ที่ปรากฏเป็นข่าวในหนังสือพิมพ์ติดต่อกันเป็นระยะๆ อย่างสม่ำเสมอ ในช่วงเวลา 3-4 ปีที่ผ่านมา ที่ไม่เคยเป็นข่าว เพราะผู้เสียหายไม่ได้ร้องเรียนมาเพราะเกรงจะสร้างปัญหาแก่ตนเองเพิ่มขึ้นอีก หรือไม่รู้ว่าจะดำเนินการอย่างไรจึงได้ผล ก็คงจะมีอีกมาก เพราะพฤติกรรมทางธุรกิจมีขอบข่ายกว้างขวางมาก หากพิจารณาตามประเภทของธุรกิจ (Business types) ก็จะครอบคลุมธุรกิจทางด้านเกษตรและอุตสาหกรรมซึ่งแบ่งย่อยอีกหลายสาขา ธุรกิจด้านการคลัง การพาณิชย์ การคมนาคม ฯลฯ หรือถ้าจะพิจาณาตามกิจกรรมในวงจรของธุรกิจ (Functionality) ก็จะครอบคลุมพฤติกรรมเกี่ยวกับการผลิต การตลาด การเงิน การบัญชี และการจัดการ หรือถ้าพิจารณาจากผลกระทบของพฤติกรรมที่ขาดจริยธรรมที่มีต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) ก็จะประกอบด้วย ผู้

ถือหุ้น หรือเจ้าของ ผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง และกลุ่มสังคมภายนอกที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ลูกค้า เจ้าหนี้ คู่แข่ง รัฐบาล สาธารณชน และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

การประกอบธุรกิจที่ขาดจริยธรรม ก่อให้เกิดความเสียหาย หรือส่งผลกระทบต่อบุคคลหลายกลุ่ม และส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางสังคม เศรษฐกิจ ตลอดจนภาพพจน์ ชื่อเสียงของประเทศ ตามที่ได้ชี้ให้เห็นมาแล้วในตัวอย่างของการคอร์รัปชั่น การฉ้อฉล สินบน ฯลฯ ทำให้ขาดรายได้จากการส่งออก การถูกกีดกันทางการค้า ถูกตัดสิทธิพิเศษ GSP ทำลายความเชื่อมั่นไว้วางใจแก่ประเทศคู่ค้า และระหว่างคนไทยด้วยกัน โดยเฉพาะต่อผู้ที่อยู่ในแวดวงธุรกิจที่ทำงานเปี่ยมด้วยจริยธรรมอันงดงาม และต่อประชาชนผู้บริโภคที่ไม่อยู่ในสภาพที่จะรู้เท่าทันผู้ที่อยู่ในวงธุรกิจที่ตั้งใจจะหลอกลวงลูกค้าสถานเดียว

นักธุรกิจไทยรับรู้ปัญหาและมีค่านิยมทางจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจอย่างไร

ข้อที่น่าสนใจเกี่ยวกับปัญหาพฤติกรรมที่ขาดจริยธรรมของนักธุรกิจคือ ผู้ประกอบธุรกิจได้มีการตระหนักรับรู้ถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากพฤติกรรมนั้นหรือไม่ การที่นักธุรกิจดำเนินกิจการในลักษณะที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่างๆนั้นเป็นการกระทำที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือว่าเป็นการกระทำที่มิได้มีเจตนา การกระทำนั้นเป็นผลของการตัดสินใจที่ไม่รอบคอบไม่ล่วงรู้ถึงผลลัพธ์จากการกระทำหรือว่ามีค่านิยมในการประกอบธุรกิจที่ยังไม่ถูกต้อง เช่น เห็นว่าเรื่องของธุรกิจกับเรื่องของจริยธรรมนั้นไปด้วยกันไม่ได้ โดยอาจเห็นว่าธุรกิจเป็นเรื่องของทางโลกวัตถุ เรื่องของการค้า การแข่งขัน การทำกำไรให้ได้มากที่สุด ส่วนจริยธรรมเป็นเรื่องทางธรรม เป็นเรื่องของการทำความดี การทำประโยชน์ช่วยเหลือสังคมหรือเป็นเรื่องมโนธรรมของแต่ละคน ธุรกิจและจริยธรรมจึงนำมารวมกันไม่ได้ ด้วยความเชื่อเช่นนี้หรือไม่ภาพที่เราพบเห็นในสังคมไทยปัจจุบันภาพที่เด่นที่สุด คือ ภาพของนักธุรกิจไทยจัด "งานใหญ่" ที่สามารถระดมทรัพยากรเป็นจำนวนมาก เพื่อกิจกรรมการกุศล เช่น การสร้างวัด สร้างโรงพยาบาล สร้างโรงเรียน ให้ทุนการศึกษา ช่วยเหลือเด็กพิการ เด็กอนาถา ฯลฯ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สังคมไทยนิยมชมชื่นมาก แต่พฤติกรรมเหล่านี้เป็นการแสดงออกของนักธุรกิจทางสังคมในบริบทอื่น มิใช่แสดงออกในแวดวงธุรกิจของตน ไม่ได้เป็นเครื่องประกันว่า นักธุรกิจผู้นั้นจะมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ อาจเป็นเพียงการทำบุญเอาหน้าก็ได้ นักธุรกิจผู้นั้นอาจจะร่ำรวยขึ้นมาบนพื้นฐานของการเอารัดเอาเปรียบสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น เช่น ตั้งราคาที่ไม่เป็นธรรม หรือค้ากำไรเกินควร ขาดการดูแลเอาใจใส่ สวัสดิภาพ ความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้าง โฆษณาสินค้าเกินความเป็นจริง หรือปกปิดข้อมูลของผลิตภัณฑ์สินค้า ปลอมแปลงสินค้า เป็นต้น

นักธุรกิจที่มีจริยธรรมจะต้องแสดงออกในแวดวงธุรกิจของตนเป็นสถานแรก ส่วนการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในแวดวงอื่นๆ เป็นสถานรอง หากนักธุรกิจแสดงพฤติกรรมเฉพาะประเภทหลังก็ไม่อาจเรียกได้ว่า ประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม

แท้ที่จริงแล้วการมีจริยธรรมทางธุรกิจ คือ การแสดงพฤติกรรมที่พึงคาดหมายจากธุรกิจ กล่าวคือ การดำเนินธุรกิจตามปกติวิสัยอย่างมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพอันก่อให้เกิดการจ้างงาน และการสร้างรายได้ที่สมน้ำสมเนื้อกับผลผลิตของลูกค้า การสร้างค่าตอบแทนและกำไรแก่ผู้ประกอบการและเจ้าของธุรกิจในระดับที่สมเหตุสมผล การมีส่วนสร้างธุรกิจต่อเนื่องให้แก่คู่ค้า และการผลิตสินค้า บริการ ที่มีคุณภาพสอดคล้องกับระดับราคาที่เรียกเก็บจากลูกค้า ฯลฯ พฤติกรรมเหล่านี้เป็นพฤติกรรมที่พึงคาดหมายจากธุรกิจ และถ้าธุรกิจทุกหน่วยดำเนินงานในลักษณะข้างต้น ตามความคาดหมายแล้วย่อมจะทำให้ระบบเศรษฐกิจมีความเจริญรุ่งเรือง ทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องด้วยกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจก็ได้รับผลตอบแทนตามส่วน เช่นกัน (ไกรยุทธ ธีรตยาคีนันท์ มกราคม 2536 หน้า 62-78) พฤติกรรมที่เป็นที่คาดหมายดังกล่าวนักธุรกิจได้มีการรับรู้และปฏิบัติหน้าที่สนองตอบความคาดหมายดังกล่าวนี้หรือไม่ มีคำถามอีกหลายคำถามที่ต้องการคำตอบ หรือคำอธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีจริยธรรม หรือไม่มีจริยธรรมของนักธุรกิจไทย เช่น นักธุรกิจไทยได้ตระหนักรู้หรือไม่ว่า การกระทำหน้าที่ของตนในเรื่องการผลิต การซื้อ การขายนั้นถูกต้องตามหลักจริยธรรมหรือไม่ หลักจริยธรรมของธุรกิจที่นักวิชาการผู้ได้ศึกษาวิจัยเรื่องนี้ในต่างประเทศได้หยิบยกมาจะประกอบด้วยค่านิยมทางจริยธรรมเหล่านี้ ความซื่อตรง ความเป็นธรรม ความเชื่อถือ ความไว้วางใจได้ การรักษาคำพูด การเคารพในสิทธิมนุษยชน ฯลฯ

และคำถามต่อไปก็คือ การที่นักธุรกิจยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรมเหล่านี้มีอะไรเป็นการจูงใจ ไม่มีการวิจัยในประเทศไทยเช่นกันที่ได้ศึกษาสำรวจแรงจูงใจของนักธุรกิจไทย ผู้ที่ประสบผลสำเร็จในธุรกิจของตนและเป็นที่ยกย่องนับถือ ว่าเป็นผู้ที่พร้อมด้วย คุณธรรม ประกอบอาชีพด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้า ลูกจ้าง พนักงาน หรือคดโกงผู้อื่น คำตอบจากหลักการทางจริยศาสตร์ ก็อาจจะแตกต่างกัน เช่น ตามแนวปรัชญาอุดมการณ์นิยม (Absolutism) หรือปรัชญาจริยธรรม "ตามหน้าที่" ของค้านท์ นักปรัชญาเยอรมัน (Immanuel Kant, 1724-1804) ถือว่าจริยธรรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการตระหนักรู้ภายในตนเอง รู้หน้าที่ของตนว่าควรกระทำอะไรอย่างไร ให้ถูกต้องเหมาะสม โดยไม่มีสิ่งใดหรือใครมาบังคับ จากจิตสำนึกของบุคคลที่จะรู้คุณรู้โทษของการกระทำ แต่สำหรับหลักปรัชญาประโยชน์นิยม (Utilitarianism) ของนักปรัชญาของอังกฤษ ชื่อ ทอมัส ฮอบส์ (Thomas Hobbes, 1969) กล่าวว่า เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่เห็นแก่ประโยชน์ของตนเอง (Self interest) ไม่ว่าจะทางตรงหรือ ทางอ้อม การที่เรายอมเสียสละบางอย่างหรือเห็นแก่ผู้อื่น ก็เพื่อประโยชน์แก่ตัวเราเองทั้งสิ้น การทำอะไรบางอย่างเพื่อผู้อื่นนั้นอันที่จริงคือ การกระทำให้แก่ตนเองทางอ้อม ในทัศนะของฮอบส์ จริยธรรมเป็นเรื่องของ "สัญญา

ประชาคม" อย่างหนึ่ง ถือเป็นข้อตกลงระหว่างคนในสังคมที่จะร่วมมือกันป้องกันไม่ให้คนแต่ละคนทำตามสัญชาตญาณของความเห็นแก่ตัว ที่จะทำให้มีการประทุษร้ายต่อกันขึ้นมา ถ้าหากไม่มีข้อตกลงนี้ มนุษย์ก็จะอยู่รวมกันเป็น "สังคม" ไม่ได้ เพราะมัวแต่แก่งแย่งผลประโยชน์กันแต่อย่างเดียว ไม่มีใครยอมใคร ดังนั้นจริยธรรมจึงเป็นเรื่องของการแบ่งปันผลประโยชน์ให้คนแต่ละคนได้รับประโยชน์มากที่สุดหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งจริยธรรม เป็นเรื่องของความคาดหวังที่คนมีต่อกัน กล่าวคือ เราดีต่อผู้อื่นเพราะเราหวังว่าผู้อื่นจะดีต่อเรา ทฤษฎีของฮอบส์หากนำมาอธิบาย หรือประยุกต์ใช้พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจการค้าและจริยธรรม ก็จะเห็นว่าจริยธรรมจะเป็นเครื่องเสริมส่งให้ธุรกิจการค้าเจริญรุ่งเรือง เพราะในธุรกิจการค้าทุกประเภทจะเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจการค้าและลูกค้า ธุรกิจการค้าจะทำกำไรได้มากน้อยเพียงไรนั้นย่อมขึ้นอยู่กับว่าความสัมพันธ์มีลักษณะเช่นไร เจ้าของกิจการหรือพ่อค้าที่มีความสัมพันธ์กับลูกค้าดี คือ ได้รับความไว้วางใจและเชื่อถือจากลูกค้า ย่อมมีจำนวนลูกค้ามากและกำไรที่ได้รับก็เพิ่มมากขึ้น ความไว้วางใจและความเชื่อถือนี้เป็นหลักจริยธรรมสำคัญของธุรกิจการค้า ดังนั้นจริยธรรมและธุรกิจการค้าจึงต้องดำเนินไปด้วยกัน หรือที่เรียกว่า "จริยธรรมที่ดีย่อมหมายถึงธุรกิจดี"

ดังนั้นนักธุรกิจที่เล็งเห็นคุณค่า หรือเล็งเห็นความสัมพันธ์ระหว่าง การมีจริยธรรมกับความสำเร็จของธุรกิจการค้าย่อมจะดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม แรงจูงใจของการมีจริยธรรมของนักธุรกิจในระดับนี้ อาจไม่ถือว่าเป็นแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motives) เพราะยังอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า เป็นการกระทำที่หวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ ซึ่งอาจจะไม่ได้ติดอยู่ในนิสัยพื้นฐาน ซึ่งในทัศนะของนักวิชาการด้านจริยธรรมธุรกิจในต่างประเทศบางกลุ่มไม่ยอมรับ ในแนวคิดนี้ กล่าวคือไม่ต้องการให้ใช้เหตุผลทางด้านผลประโยชน์ของธุรกิจเพื่อฝึกอบรมจริยธรรมของนักธุรกิจ แต่ต้องการให้สอนจริยธรรมเพราะการมีจริยธรรมนั้นเป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นแนวคิดของปรัชญาอุดมการณ์นิยม

อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้วแนวคิดที่โยงใยความสัมพันธ์ระหว่างการมีจริยธรรมกับความสำเร็จของธุรกิจนั้น เป็นแนวคิดที่ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมอยู่มาก และเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับหลักจิตวิทยาที่ให้ความสำคัญแก่การปลูกฝังทัศนคติที่ดีก่อน เพื่อที่จะนำไปสู่พฤติกรรมที่พึงประสงค์ กล่าวคือถ้านักธุรกิจมองเห็นคุณค่าของค่านิยมทางจริยธรรม ว่าจะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้า จะประกอบธุรกิจอย่างมีหลักจริยธรรม

ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาในเรื่องหลักๆ ที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. ต้องการศึกษาถึงลักษณะของการรับรู้ประเด็นปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจ ตลอดจนหลักการเหตุผลที่นักธุรกิจใช้ในการตัดสินพฤติกรรมที่เป็นประเด็นปัญหาทางจริยธรรม

2. ต้องการศึกษาถึงทัศนคติของนักธุรกิจที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความสำเร็จและ ความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจ

จริยธรรมธุรกิจเชิงเปรียบเทียบ

การขยายตัวของระบบเศรษฐกิจโลก แบบเชื่อมโยงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของโลกาภิวัฒน์ (Globalization) เป็นผลต่อวิถีความเป็นไปของภาคธุรกิจไทยที่สัมพันธ์ไปยังธุรกิจจุดอื่นๆ ของโลก ประเทศไทยในฐานะสมาชิกประเทศหนึ่งในทวีปเอเชียมีมิติเฉพาะทางภูมิศาสตร์จัดเป็นตลาดทางธุรกิจการค้าที่น่าสนใจประเทศหนึ่งของนักลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้ประเทศไทยต้องพัฒนาตนเองเพื่อก้าวเข้าสู่ความเป็นธุรกิจสากล เศรษฐกิจในภาวะปัจจุบันจึงเป็นยุคการแข่งขันทางการตลาด ที่ต้องใช้ความรู้ความชำนาญ ภูมิศาสตร์การตลาด และความรอบรู้เชี่ยวชาญในทางวิชาชีพธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ ตลอดจนต้องให้ความสนใจ และเข้าใจในระบบค่านิยมทางจริยธรรมในวิชาชีพธุรกิจที่ตลาดในภูมิภาคต่างๆของโลกให้ความสำคัญ

หลักจริยธรรมสำคัญของธุรกิจการค้า คือ การให้บริการที่มีคุณภาพ ตามความต้องการของลูกค้าด้วยราคาเป็นธรรม การพูดความจริงและการซื่อตรงต่อลูกค้า หลักจริยธรรมเหล่านี้เป็นหลักจริยธรรมทั่วไปที่สามารถใช้กับธุรกิจการค้าประเภทต่างๆ ได้ไม่ว่าจะอยู่ในประเทศไหนก็ตาม (พินิจ รัตนกุล 2537) แต่เนื่องด้วยในทางปฏิบัติแล้ว ธุรกิจการค้าแต่ละอย่างมีลักษณะแตกต่างกันออกไป ดังนั้น นอกจากหลักจริยธรรมทั้งที่กล่าวมาแล้วธุรกิจการค้า แต่ละประเภทจึงต้องมีหลักจริยธรรมอื่นเพิ่มขึ้นมาอีก แต่ละธุรกิจจึงมักจะวางแนวจริยธรรม เพื่อการปฏิบัติ ที่เรียกว่า จรรยาบรรณ ของแต่ละอาชีพของตน ในการทำธุรกิจการค้ากับต่างประเทศจึงมีความเชื่อและจริยธรรมแตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจการค้าในสมัยนี้ต้องเผชิญกับปัญหาทางจริยธรรมมากมายหลายอย่าง

ในการศึกษากับกลุ่มนักธุรกิจระหว่างประเทศหลายครั้งพบว่า มีความแตกต่างกันในการตัดสินทางจริยธรรม เช่น การศึกษาเรื่องการเจรจาต่อรองทางธุรกิจโดย Graham (1985) รายงานว่านักบริหารธุรกิจชาวอเมริกันเสนอราคาที่มีความเป็นธรรมมากกว่านักธุรกิจชาวญี่ปุ่นและบราซิล การศึกษาของ Becker และ Fritzsche (1987) เปรียบเทียบระหว่างผู้จัดการอเมริกัน ฝรั่งเศส เยอรมัน ในประเด็นจริยธรรมก็พบความแตกต่าง เช่น ผู้จัดการชาวเยอรมันและฝรั่งเศสพิจารณาเข้าข้างฝ่ายนายจ้างมากกว่า และคำนึงถึงกฎระเบียบว่าด้วยสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า และผู้จัดการชาวอเมริกันจะไม่ค่อยยอมรับวิธีการผลิตที่ไม่เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยมลพิษทางอากาศ ผลงานวิจัยของ อนุสรณ์ สิงหภักดี (2537) ได้สนับสนุนทฤษฎีความแตกต่างด้านวัฒนธรรมของ Hofstede (1984) ที่จำแนกวัฒนธรรมของชาติต่างๆ เป็น 2 กลุ่มๆ แรกเน้นความสำคัญของปัจเจกบุคคล (Individualism) ได้แก่ วัฒนธรรมที่เน้นความสำคัญของบรรทัดฐานของกลุ่ม

(Collectivism) ความแตกต่างของวัฒนธรรมสองประเภทนี้ ทำให้มีผลต่อระดับของการรับรู้ปัญหาทางจริยธรรมที่ไม่เท่ากัน และนำไปสู่การตัดสินจริยธรรมทางธุรกิจที่ต่างกันด้วย Murphy และ Laczniak (1981) ชี้ให้เห็นว่ายิ่งธุรกิจทางการตลาดก้าวเข้าสู่ระบบนานาชาติ ประเด็นปัญหาทางจริยธรรมก็ยิ่งมีมากขึ้น อย่างไรก็ตามการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบ ระหว่างวัฒนธรรม ในเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจยังมีน้อยมาก และกำลังเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของนักวิจัยในประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ในปัจจุบัน

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดการค้าที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย และเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญแก่จริยธรรมในวิชาชีพธุรกิจมานานแล้ว ภายใต้การปกครองระบอบประชาธิปไตยและระบบเศรษฐกิจทุนนิยม สหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญในเรื่องของสิทธิมนุษยชน เสรีนิยมและการค้าแบบเสรีมาก สิ่งใดที่เข้ามากระทบต่อค่านิยมเสรีนิยม เช่น ความไม่เป็นธรรม การผูกขาดทางการตลาด หรือทำลายสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน หรือการกระทำทางการค้าใดๆ ที่กระทบต่อสิทธิเสรีภาพ ความเสมอภาค ภราดรภาพ ในระบอบประชาธิปไตยย่อมเป็นการละเมิดต่อจริยธรรมแนวประชาธิปไตย ทุนนิยม เสรีนิยม จริยธรรมธุรกิจ จึงเป็นความรับผิดชอบในหน้าที่ต่อเพื่อนมนุษย์เริ่มตั้งแต่ภายในสถานประกอบการ หรือภายในบริษัทองค์กรทางธุรกิจ ซึ่งสมาชิกในองค์กรทุกคนจะต้องมีพันธะกรณีร่วมกันในทางจริยธรรม (Ethical commitment) และจริยธรรมธุรกิจยังขยายไปถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจำแนกเป็นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ดิน น้ำ อากาศ พืช สัตว์ ทุกอย่างในระบบนิเวศวิทยา และความรับผิดชอบต่อลูกค้าในฐานะผู้บริโภค จึงได้รับการคุ้มครองหลายประการ จนกระทั่งได้มีการประกาศแถลงการณ์หลักพื้นฐาน 4 ประการ ว่าด้วยสิทธิของผู้บริโภคมาตั้งแต่สมัย ปี ค.ศ. 1960 โดยประธานาธิบดี จอห์น เอฟ เคนเนดี้ กล่าวคือ (1) สิทธิที่จะได้รับผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย (2) สิทธิที่จะได้รับรู้ข้อมูลทุกๆ สิ่งเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ (3) สิทธิที่จะร้องเรียน (4) สิทธิที่จะเลือกสิ่งที่ผู้บริโภคจะซื้อ (Harvey, 1994) หมายถึงการมีตลาดเสรีและเสรีภาพในการตลาดที่ให้เอกสารแก่ผู้บริโภคมีทางเลือกหลายๆ ทาง ถ้าภาคธุรกิจไม่เปิดให้มีการแข่งขันทางการตลาด หรือมีการฮั้วราคา การผูกขาด การทำลายตลาดเสรี การกระทำนั้นถือว่าเป็นการผิดทั้งจริยธรรมและผิดกฎหมายธุรกิจสหรัฐอเมริกา จึงได้มีการวางระเบียบว่าด้วยจริยธรรมทางการตลาด จริยธรรมในการโฆษณา รวมทั้งจริยธรรมของผู้บริโภคด้วย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา มีมานานกว่าสามทศวรรษแล้ว ได้มีการคิดค้นและพัฒนาทฤษฎีและวิธีการในการศึกษาวิจัย ในระดับที่ก้าวหน้ามากกว่าในประเทศไทย งานวิจัยในประเทศไทยที่มีข้อมูลแสดงถึงความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงจริยธรรมของผู้ประกอบธุรกิจยังมีอยู่น้อยมาก ไม่ได้มีการศึกษาวิเคราะห์กันอย่างพอเพียง ทฤษฎีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางธุรกิจได้มาจากการศึกษาวิจัยใน

สังคมตะวันตก โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกาเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นทฤษฎีและผลการวิจัยที่สรุปได้อาจไม่สามารถนำมาประยุกต์ได้สำหรับสังคมตะวันออกได้ทั้งหมด

เมื่อพิจารณาถึงเหตุผลความจำเป็นที่ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างมาก และประเทศไทยกับประเทศสหรัฐมีความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทางการเมือง และทางการค้าหลายอย่าง เช่น ในมิติของช่องว่างระหว่างอำนาจ (Power distance) ระดับของความเสี่ยง (Uncertainty avoidance) ค่านิยมในปัจเจกบุคคล (Individualism) และการแข่งขัน (Masculinity) ซึ่งมิติเหล่านี้ของวัฒนธรรมเป็นประเด็นที่จะมีผลต่อค่านิยมทางจริยธรรมธุรกิจต่างกันตามทฤษฎีของฮอฟสเตด (Hofstede, 1984) การศึกษาวิจัยจริยธรรมธุรกิจเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกาจึงน่าจะเป็นประโยชน์หลายประการ นอกจากจะเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ และสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีต่อกัน ปรับค่านิยมเข้าหากันแล้ว จะทำให้ได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ ทางด้านทฤษฎี เทคนิค วิธีการวิจัยในเรื่องจริยธรรมธุรกิจ ระหว่างนักวิชาการทั้งสองประเทศ และนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาจริยธรรมเชิงเปรียบเทียบ เช่นนี้กับประเทศคู่ค้าอื่นๆ ต่อไป ทั้งกลุ่มประเทศที่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับประเทศไทย คือประเทศกลุ่มคู่ค้าในตลาด เขตแปซิฟิค (The Pacific Rim) ที่ประกอบด้วย ญี่ปุ่น จีน ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮ่องกง ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย และกลุ่มประเทศที่เป็นตลาดการค้าทางยุโรปที่มีวัฒนธรรมแตกต่างจากประเทศไทย เช่น เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี ซึ่งเป็นผู้นำตลาดในยุโรป ดังนั้นการศึกษาเปรียบเทียบจริยธรรมธุรกิจระหว่างนักธุรกิจในประเทศไทยกับนักธุรกิจในสหรัฐอเมริกาจึงรวมอยู่ในวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ด้วย

สรุปหลักการเหตุผล วัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย

ด้วยการตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เช่น ประเทศไทยดังได้กล่าวมาแล้วและการขาดความรู้ ความเข้าใจถึงสาเหตุปัจจัยของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของประเทศไทย และในสภาวะที่ประเทศกำลังมีการขยายตัวทางธุรกิจการค้าเข้าสู่ระดับตลาดเศรษฐกิจของโลก จึงมีความจำเป็นต้องยกระดับมาตราฐานการประพฤติปฏิบัติ ทางการค้าให้สอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล เพื่อสร้างความไว้วางใจและเข้าสู่การแข่งขันตลาดโลกอย่างมีศักดิ์ศรี จึงจะทำให้เราสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของคนไทยจึงเป็นเรื่องที่คณะผู้วิจัย ซึ่งประกอบด้วยนักวิจัยที่มีประสบการณ์จากหลายสาขาวิชาทั้งจิตวิทยา บริหารธุรกิจและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จะได้ร่วมกันศึกษาค้นคว้า และยังเป็นการวิจัยร่วมกันระหว่างสถาบันการศึกษาในประเทศไทยและในประเทศสหรัฐอเมริกา หวังว่าผลการวิจัยครั้งนี้จะได้รับความรู้ความเข้าใจที่เป็นลักษณะบูรณาการ ในเรื่องพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทาง

ธุรกิจ ของนักธุรกิจไทยโดยเฉพาะ และในการเลือกศึกษาเปรียบเทียบกับนักธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นแหล่งตลาดการค้าที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย มีวัฒนธรรมประเพณีทางการเมือง การค้าที่ได้พัฒนามาเป็นเวลายาวนาน และยังแตกต่างกับวัฒนธรรมของประเทศไทย ตลอดจนได้มีการพัฒนาทฤษฎี วิธีการในการศึกษาวิจัยเรื่องจริยธรรมธุรกิจก้าวไปไกลแล้ว การทำการวิจัยเชิงเปรียบเทียบ จึงจะเป็นประโยชน์ในด้านการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านเทคนิควิธีการวิจัยซึ่งกันและกันด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของนักธุรกิจระดับผู้บริหารในเรื่องเกี่ยวกับ

   1.1 กระบวนการพิจารณาตัดสินปัญหาเชิงจริยธรรม (การรับรู้ปัญหาจริยธรรม การรับรู้ถึงความผิดทางจริยธรรม และแนวโน้มที่จะกระทำ)

   1.2 ทัศนคติต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของธุรกิจกับการมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

   ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยกับกลุ่มตัวอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกา

2. ศึกษาวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของพฤติกรรมใน 1.1 และ 1.2 กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมขององค์การสำหรับกลุ่มตัวอย่าง ประเทศไทย

3. ศึกษาวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของพฤติกรรมใน 1.1 และ 1.2 กับปัจจัยความแตกต่างระหว่างบุคคล ทั้งด้านภูมิหลังและด้านจิตสังคมสำหรับกลุ่มตัวอย่างประเทศไทย

คำถามการวิจัย

1. นักธุรกิจในระดับผู้บริหาร มีวิธีการพิจารณาตัดสินความถูก-ผิดทางจริยธรรมอย่างไร หากเผชิญกับปัญหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ธุรกิจที่มีปัญหาทางจริยธรรม ดังเสนอให้พิจารณาจากเหตุการณ์สมมุติที่มักจะพบอยู่เสมอในสถานการณ์จริง

   1.1 มีการรับรู้เพียงไรว่าสถานการณ์ที่เผชิญอยู่นั้นเป็นปัญหาทางจริยธรรม

   1.2 มีการรับรู้ถึงบรรทัดฐานของสังคมและผลร้ายที่จะเกิดขึ้น (ปริมาณความเสียหาย ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคต จำนวนคนหรือฝ่ายต่างๆ ที่จะได้รับผลกระทบ) มากน้อยเพียงไร

1.3 มีแนวโน้มที่จำกระทำ (Moral intention) อย่างไร หากตนเองเผชิญกับปัญหา เช่นในกรณีตัวอย่าง

2. นักธุรกิจระดับผู้บริหารมีทัศนคติอย่างไรต่อความเชื่อที่ว่า ความสำเร็จของธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

3. ลักษณะพฤติกรรมทางจริยธรรมทั้ง 2 ด้าน (ในคำถามข้อ 1 และข้อ 2) ของธุรกิจระดับผู้บริหารของทั้งสองประเทศ คือประเทศไทย และประเทศสหรัฐอเมริกามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

4. ปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์อย่างไร กับลักษณะพฤติกรรมจริยธรรมที่ระบุไว้ในคำถามข้อ 1 และข้อ 2 (วิเคราะห์สำหรับประเทศไทย)

4.1 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางสังคม และองค์กร

4.1.1 ความแตกต่างระหว่างองค์กร (มีจรรยาบรรณ ไม่มีจรรยาบรรณ ค่านิยมทางจริยธรรมขององค์กร)

4.1.2 ความแตกต่างระหว่างสังคมธุรกิจในกรุงเทพ และในต่างจังหวัด

4.2 ปัจจัยด้านความแตกต่างระหว่างบุคคล

4.2.1 ปรัชญาจริยธรรมส่วนบุคคล

4.2.2 ความเคร่งทางศาสนา

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จริยธรรมทางธุรกิจ (Business ethics) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจในหลายสาขาวิชา เช่น การจัดการธุรกิจและองค์กร, การบริหารงาน, จิตวิทยาของคน องค์กรและสังคม สังคมวิทยา ปรัชญา และศาสนา เป็นต้น หากเป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มคนที่อยู่ต่างถิ่นกัน ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม (Culture) และค่านิยมของกลุ่ม (Norms and values) ก็จะมีความสำคัญต่อการพิจารณาปัญหาที่เกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจด้วย

ความรู้ในศาสตร์สาขาต่างๆนี้เกี่ยวข้องและมีความสำคัญกับการศึกษาเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจ เพราะการดำเนินธุรกิจเป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับทางเลือกระหว่างผลประโยชน์ส่วนตน (Self interests) กับผลประโยชน์ของผู้อื่น (Other people's interests) เช่น ผลประโยชน์ของลูกค้า, ขององค์กร, หรือของชุมชน อยู่ตลอดเวลา การตัดสินใจทางธุรกิจที่ดีควรจะเป็นการตัดสินใจที่อยู่บนรากฐานของความถูกต้องและมีคุณธรรม รวมทั้งทำให้ผลประโยชน์ของกลุ่มต่างๆที่เกี่ยวข้องมีความสมดุลย์กัน

แต่ในความเป็นจริง การตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและ " การทำกำไรสูงสุด" ก็เป็นปรัชญาของการทำธุรกิจที่องค์กรธุรกิจเป็นจำนวนมากยึดถือเป็นหลักในการดำเนินงาน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคน องค์กร สังคมและสภาวะแวดล้อมในภาพรวมทั้งหมดจากสาขาวิชาต่างๆ เหล่านั้นจึงอาจใช้เป็นเหตุผลและหลักการเพื่ออธิบายแยกแยะการตัดสินใจทางธุรกิจที่ดีและชอบธรรมกับการตัดสินใจการธุรกิจที่ไม่ถูกต้องและไม่ชอบธรรมได้

สาระข้อมูลทางทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจที่นำเสนอในบทนี้เพื่อให้เข้าใจถึงกรอบแนวคิด คำถามในการวิจัย และประเด็นสำคัญของการวิจัยนี้ ประกอบด้วยสาระ 3 ส่วนคือ

<u>ส่วนที่ 1</u> พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ คือ ความหมาย ที่มา และพัฒนาการทางการมีเหตุผลในเรื่องจริยธรรม ขอบเขตของจริยธรรมธุรกิจ และจริยธรรมธุรกิจแนวพุทธจริยศาสตร์

<u>ส่วนที่ 2</u> ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของบุคคล เมื่อเผชิญกับเหตุการณ์ธุรกิจที่มีปัญหาทางจริยธรรม ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือ ***ปัจจัยด้านตัวบุคคล*** (ค่านิยมทางปรัชญา, ค่านิยมทางศาสนา, ทัศนคติต่อการมีจริยธรรม, และ ลักษณะภูมิหลังของบุคคล) และ ***ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคมและองค์กร*** (ระบบเศรษฐกิจการเมือง กฎหมาย ประเพณี, วัฒนธรรมของสังคม, และ วัฒนธรรมขององค์กร)

ส่วนที่ 3 กรอบแนวคิด (Conceptual framework) และ รูปแบบ (Model) ของการวิจัย ที่ได้มาจากการประมวลความรู้และผลงานวิจัยจากแหล่งต่างๆที่เกี่ยวข้อง และการสังเคราะห์ทฤษฎีจริยธรรมธุรกิจและทฤษฎีทางจิตวิทยาเข้าด้วยกัน

ส่วนที่ 1 พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ

ความหมายของจริยธรรม

ในการให้ความหมายของจริยธรรม ผู้รู้บางท่านจะอธิบายไปในเรื่องของคุณธรรม (Virtues) หมายถึงคุณภาพของจิต คือ ความดีงาม ความถูกต้อง ความจริง ความยุติธรรมซึ่งได้สะสมอยู่ในจิตใจของแต่ละคน หรือในทางพุทธศาสนาหมายถึง ธรรม ที่เรียกว่า มรรค หรือบางท่านก็อาจเห็นว่าจริยธรรม คือ ค่านิยมทางสังคม เช่น พระราชวรมุนี (2522) อธิบายว่า จริยธรรมมาจากคำว่าจวามประพฤติ และธรรม หมายถึง คุณภาพของจิตใจของแต่ละคน ซึ่งตรงกับคำว่า คุณธรรม (Virtues) ฉะนั้นจริยธรรมจึงหมายถึง คุณภาพจิตที่มีอิทธิพลต่อความประพฤติของคน ไกรยุทธ ธีรตยาคีนันท์ (2536) อธิบาย จริยธรรมในเชิงค่านิยมว่าจริยธรรม คือ "สื่อคุณค่า หรือค่านิยมที่ควบคุมและกำกับพฤติกรรมที่ยอมรับกันว่า ถูกต้อง สมควรประพฤติ ปฏิบัติ" (หน้า 56)

ตัวอย่างคำนิยามที่ยกมาข้างต้นนี้เป็นการมองจริยธรรมที่เป็นนามธรรม ในการศึกษาจริยธรรมของบุคคลในสังคมนั้นไม่ว่าจะเป็นจริยธรรมโดยทั่วไปที่เป็นการประพฤติปฏิบัติต่อกันระหว่างบุคคลในสังคม หรือ การศึกษาจริยธรรมที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ เช่น จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ เป็นการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งความประพฤติทางกาย ทางวาจา และทางความรู้สึกนึกคิด ดังนั้นในการศึกษาจริยธรรม ถ้าจะให้เข้าใจอย่างแท้จริง จึงต้องศึกษาสังเกตุทั้งจริยธรรมที่เป็นรูปธรรม คือ การแสดงออกทางการกระทำ (ทางกายหรือทางวาจา) และจะต้องศึกษาจริยธรรมที่เป็นนามธรรม อันได้แก่ ความคิด เจตนา หรือ เหตุจูงใจ และความรู้สึกที่อยู่เบื้องหลังของการกระทำนั้นๆด้วย

การมองทั้งพฤติกรรมภายนอก (Overt behavior) และพฤติกรรมภายใน (Covert behavior) นี้เป็นมุมมองพฤติกรรมของนักจิตวิทยา การมองจริยธรรมที่ครอบคลุมทั้ง 2 ด้านนี้อาจสะท้อนให้เห็นจากคำนิยามที่ว่า "จริยธรรม คือการกระทำทั้งกาย วาจา ใจ ที่ดีงามเป็นประโยชน์ต่อตนเอง ผู้อื่นและสังคม" (กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ 2523) หรือ "จริยธรรมหมายถึงความประพฤติการกระทำและความคิดที่ถูกต้องเหมาะสม การทำหน้าที่ของตนเองอย่างถูกต้องสมบูรณ์เว้นในสิ่งที่ควรเว้น การกระทำสิ่งที่ควรด้วย ความฉลาด รอบคอบ รู้เหตุ รู้ผล ถูกต้องตามกาลเทศะและบุคคล" (วศิน อินทสระ 2518)

ระวี ภาวิไล (2522) อธิบายว่า จริยธรรมเป็นหลักกำหนดว่าตนมุ่งอะไรในโลกและตนพึงปฏิบัติอย่างไร โดยแบ่งได้เป็น 3 ข้อ ได้แก่

จริยธรรมข้อแรก คือ รู้จักโลก รู้โดยผ่านอวัยวะแห่งกาย และรู้ด้วยใจ รู้ว่าโลกย่อมเปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่ง สรรพสิ่งทั้งหลายในโลกแตกต่างกัน แต่ไม่อาจแยกจากกันได้ รู้จักโลกเพื่อจะได้ "รักโลก"

จริยธรรมข้อสอง คือ รู้จักตน รู้ทันความคิดรู้ชัดว่าตนรู้สึกนึกคิดอยู่อย่างไร และอะไรทำให้รู้จักนึกคิดอย่างนั้น

จริยธรรมข้อสาม คือ รู้ ละ แจ้ง เจริญ มีสติ และความรู้รอบ พิจารณาถึงความเป็นอนิจจัง ทุกขัง อนัตตา คือ รู้ - รู้จักทุกข์ รู้จักชีวิต และรู้จักทุกข์ในชีวิต

ละ - สาเหตุแห่งทุกข์

แจ้ง - ประจักษ์แจ้งในความสิ้นไปในเหตุแห่งทุกข์

เจริญ - ทำให้มากในคุณธรรมและการปฏิบัติธรรมะที่จะทำให้รู้ได้

ในการวิจัยเรื่องนี้จึงใช้ความหมายของจริยธรรมที่ครอบคลุมถึงจริยธรรมที่เป็นรูปธรรม (การประพฤติปฏิบัติ) และ จริยธรรมที่เป็นนามธรรม (คุณธรรม ศีลธรรม) ซึ่งหากจะพิจารณาจากมุมมองทางด้านจิตวิทยา ความหมายของจริยธรรมที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมนี้ ก็คือพฤติกรรมภายนอก (Overt behavior) และพฤติกรรมภายใน (Covert behavior) ตามลำดับ

องค์ประกอบของจริยธรรม

จริยธรรมคือพฤติกรรมทางสังคม ที่จำแนกองค์ประกอบเป็นพฤติกรรมได้ 3 ด้านคือ

1. องค์ประกอบด้านความคิด ปัญญา และเหตุผล (Cognitive component) ซึ่งหมายถึงความสามารถในการคิด พิจารณาตัดสินว่าอะไรผิด อะไรถูก ซึ่งต้องพิจารณาด้วยการใช้ปัญญาและเหตุผล
2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก ทัศนคติ (Affective component) ได้แก่ความพึงพอใจ ความนิยมศรัทธาในความดี ความถูกต้อง การยึดมั่นในคุณธรรมและศีลธรรม และ
3. องค์ประกอบด้านการแสดงออกภายนอก (Behavioral component) หมายถึงการประพฤติ ปฏิบัติ หรือ การกระทำที่เกี่ยวข้องกับการมีหรือไม่มีหลักจริยธรรมที่บุคคลแสดงออกให้เห็นได้ (สมบูรณ์ ศาลยาชีวิน, 2526)

ในงานวิจัยนี้ศึกษาจริยธรรมในองค์ประกอบด้านที่ 1 และด้านที่ 2 คือ กระบวนการคิด การพิจารณา การตัดสินและทัศนคติ โดยมีสมมุติฐานว่า ถ้ามีความคิดความเข้าใจที่ถูกต้อง รู้เหตุรู้ผลของการกระทำ และมีศรัทธาในความดี ความถูกต้อง บุคคลก็ย่อมจะมีความประพฤติที่สอดคล้องกับหลักจริยธรรม และการศึกษาถึงองค์ประกอบทั้งสองด้านนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงสาเหตุหรือแรงจูงใจของพฤติกรรม ซึ่งผลการศึกษาจะใช้เป็นประโยชน์ในการแก้ไขพฤติกรรมที่เป็น

ปัญหาทางจริยธรรมได้ตรงประเด็นมากกว่าการเลือกศึกษาพฤติกรรมที่แสดงออกภายนอก เพราะการแสดงออกภายนอกนั้นมีแรงจูงใจหลายอย่างภายในใจของบุคคลที่อาจมีการซ่อนเร้นสาเหตุต่างๆไว้ ทำให้เกิดการเข้าใจผิดหรือทำให้ไม่สามารถศึกษาได้ถึงความเป็นจริงภายในตัวบุคคล

ที่มาของจริยธรรม

เป้าหมายของการศึกษาจริยธรรมนั้นก็เพื่อที่จะหาแนวทางเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ไม่พึงประสงค์ พฤติกรรมที่เป็นปัญหาของสังคม พฤติกรรมที่เห็นแก่ตัว เบียดเบียนผู้อื่นที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลและสังคม สิ่งแวดล้อม ยกระดับความคิดเหตุผลปลูกฝังคุณธรรม ค่านิยม ที่จะช่วยกำกับพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นไปในแนวทางที่พึงประสงค์มีคุณค่า ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงสาเหตุและรากฐานที่มาของจริยธรรม (คุณธรรม) ก่อนที่จะแสวงหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขต่อไป

ศาสนาและทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาเป็นพื้นฐานที่ใช้อธิบายที่มาของจริยธรรมในงานวิจัยนี้ นักวิชาการที่ทำการศึกษาเรื่องจริยธรรมหรือจริยธรรมทางธุรกิจมีความคิดเห็นตรงกันเป็นส่วนใหญ่ว่าศาสนาคือแหล่งที่มาที่สำคัญของจริยธรรมและจริยธรรมที่ประยุกต์ไปใช้ในแวดวงต่างๆในชีวิตประจำวัน (McEntyre, 1989; Rachels, 1993) ศาสนาหลักของโลกที่นำเสนอในงานวิจัยนี้ คือ พุทธศาสนาและ คริสตศาสนา ซึ่งเป็นศาสนาหลักของคนไทยและคนอเมริกันที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามของงานวิจัย ส่วนทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาที่อธิบายถึงสาเหตุและพัฒนาการของจริยธรรมนั้นมีหลายทฤษฎี ซึ่งแต่ละทฤษฎีจะเน้นการศึกษาพฤติกรรมในด้านต่างกัน บางทฤษฎีให้ความสำคัญต่อ กระบวนการคิด การใช้เหตุผลทางปัญญา บางทฤษฎีเน้นถึงความสำคัญต่อการปรับตัวทางสังคม บางทฤษฎีให้ความสำคัญมากในด้านการอบรมสั่งสอนของครอบครัว ซึ่งความรู้จากทุกทฤษฎีนั้นต่างก็เสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมในภาพรวมได้ดีขึ้น

รากฐานของจริยธรรมตามแนวพุทธศาสนา

จริยธรรมในความหมายของพุทธศาสนา คือ มรรค ซึ่งหมายถึงวิถีทางแห่งการดับทุกข์ มรรค ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ศีล สมาธิ และปัญญา (Phra Maha Singathon Narasabho, 1971, p. 259) จริยธรรมตามหลักของศาสนาพุทธจะต้องเริ่มจากศีล หากบังคับการกระทำได้จนเป็นนิสัยเป็นความเคยชินแล้วก็จะทำให้มีพลังใจ มีความตั้งใจแน่วแน่ เกิดสมาธิ แล้วจะนำไปสู่ปัญญาการมองเห็นทางสว่าง การรู้แจ้งในชีวิต (อนิจจ์ ทุกข์ อนัตตา) และให้ความรู้แจ้งนั้นนำทางชีวิตดังที่พระราชวรมุนี (2523)ได้กล่าวไว้ว่า "จริยธรรม หมายถึงสิ่งที่ทำได้ในทางวินัยจนเกิดความเคย

ชินขึ้นมา มีพลังใจ มีความตั้งใจแน่วแน่ มีความประทับใจ เรื่องจริยธรรมนี้ต้องอาศัยปัญญา ปัญญาอาจเกิดจากศรัทธาเชื่อถือผู้อื่นไปก่อนก็ได้ ในบางครั้งจริยก็เกิดโทษเพราะไม่มีปัญญา..." (อ้างในกรมวิชาการกระทรวงศึกษาธิการ, 2523, หน้า 10) และพระราชวรมุนีได้เน้นถึงรากฐานทางจริยธรรมที่เรียกว่า ธรรมฉันทะ คือความพอใจ รัก และปรารถนาในความจริงและความงาม คือสิ่งที่เป็นเนื้อแท้ของสิ่งทั้งหลาย และพระวรธรรมโม (อ้างในสมบูรณ์ ศาลยาชีวิน, 2526, หน้า 21)ได้อธิบายว่าการเห็น สัจธรรมนั้นต้องใช้ปัญญา และในธรรมของพระพุทธองค์ได้กำหนดไว้เป็นชุด ๆ ทุกชุดก็มีปัญญา เป็นตัวควบคุมอยู่เสมอ

รากฐานจริยธรรมตามแนวคริสตศาสนา

ศูนย์กลางแห่งจริยธรรมตามแนวคริสตศาสนาอยู่ที่ ความรักและความเลื่อมใสศรัทธาในพระเจ้า (Bradley, 1963 ; Marty, 1963, pp. 15-35; Mehl, 1966) ผู้นับถือคริสตศาสนาเชื่อว่าพระเจ้าเป็นผู้สร้างสรรพสิ่งในโลก มนุษย์ทุกคนเป็นส่วนของพระเจ้า ฉะนั้นเมื่อมนุษย์รักพระเจ้าก็ต้องรักมนุษย์ทุกคนด้วย เมื่อรักเลื่อมใสศรัทธาในพระเจ้าก็จะต้องปฏิบัติตามคำสอนของพระเจ้าและดำเนินชีวิตตามแบบอย่างของพระเยซูที่ทรงเสียสละและอุทิศพระองค์เพื่อมนุษย์ (Bradley, 1966, p. 49) จากคุณธรรมที่ว่าด้วยความรักต่อพระเจ้าและต่อเพื่อนมนุษย์แยกเป็นบัญญัติ 10 ประการ สามประการแรกว่าด้วยความเชื่อศรัทธาในพระเจ้า อีกเจ็ดประการเป็นเรื่องเกี่ยวกับเพื่อนมนุษย์ การปฏิบัติต่อเพื่อมนุษย์ ตั้งอยู่บนรากฐานของการเคารพต่อชีวิต ชีวิตเป็นสิ่งประเสริฐที่พระเจ้าได้ประทานมา มนุษย์จึงมีหน้าที่บำรุงรักษาให้เจริญเติบโตสมบูรณ์ให้เจริญทุกด้านทั้งทางกายและใจ ชีวิตไม่ใช่ของมนุษย์แต่เป็นของพระเจ้า มนุษย์จึงไม่มีสิทธิที่จะทำลายชีวิตมนุษย์ไม่ว่าตนเองหรือผู้อื่น การดำเนินชีวิตเป็นสิ่งที่มีคุณค่า มีจุดหมาย ชีวิตนี้เป็นเพียงการเดินทางไปสู่ความสุขนิรันดร์ในพระองค์เจ้า ความตายไม่ใช่การสิ้นสุด แต่เป็นการ เปลี่ยนแปลงจากชีวิตเก่าไปสู่ชีวิตใหม่เท่านั้น (เสรี พงศ์พิศ, 2525; Bradley, 1966) โดยสรุปแล้วรากฐานของจริยธรรมในคริส ตศาสนามาจาก ความรักในพระเจ้า

รากฐานของจริยธรรมตามแนวทฤษฎีของนักจิตวิทยา

ทฤษฎีที่เน้นถึงประสบการณ์ทางครอบครัว, ทฤษฎีที่เน้นถึงการเรียนรู้ทางสังคม, และทฤษฎีการเรียนรู้กลุ่มปัญญานิยม เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาที่มีกรอบแนวคิดที่นำมาใช้อธิบายที่มาของจริยธรรมได้ค่อนข้างชัดเจน โดยทั้งสามทฤษฎีมีเนื้อหาพอสรุปได้ดังนี้

ก. ทฤษฎีที่เน้นถึงประสบการณ์ทางครอบครัว ได้แก่ ทฤษฎีจิตวิทยาวิเคราะห์ (Psychoanalysis) ของFreud (1927) ที่เห็นว่าลักษณะสำคัญของจริยธรรมคือ ความสำนึกผิดชอบ

ชั่วดี (Conscience) และเป็นคุณลักษณะที่จะเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติหลังจากที่เด็กได้รับการฝึกหัดอบรมได้ประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในโอวาทคำสอนของพ่อแม่ ผู้ใหญ่ ผู้ใกล้ชิด และเลียนแบบอย่างที่ดีจากบุคคลเหล่านั้นมาสม่ำเสมอ จนในที่สุดจะเกิดความเคยชินถ้าไม่ปฏิบัติตามจะเกิดความรู้สึกขัดแย้งในใจ รู้สึกละอายใจ มีความไม่สบายใจ และนึกตำหนิติเตียนตนเองซึ่งเป็นลักษณะของการลงโทษตัวเอง (Self - criticism) ตามแนวคิดของนักจิตวิทยากลุ่มนี้เชื่อว่าอำนาจอิทธิพลของข้อห้ามทั้งหลายที่เรียกว่า ซุปเปอร์อีโก้ (Superego strength) เป็นปัจจัยที่ทำให้เด็กมีแรงจูงใจที่จะกระทำความดี แรงจูงใจคือความสำนึกผิด (Sense of guilt) ซึ่งก่อให้เกิดความวิตกกังวล (Anxiety) ตำหนิติเตียนตนเอง และความรู้สึกเช่นนี้จะก่อให้เกิดจิตสำนึก (Conscience) ลักษณะต่าง ๆ ภายในครอบครัวที่เชื่อว่าจะมีผลต่อจริยธรรมของเด็กมีหลายประการที่สำคัญคือ

1. การเป็นแบบอย่างที่ดี
2. ความรักความสัมพันธ์ภายในครอบครัว
3. วิธีการอบรมเลี้ยงดูและควบคุมดูแลความประพฤติของเด็ก (สมบูรณ์ ศาลยาชีวิน, 2526)

การศึกษาวิจัยจริยธรรมที่ผ่านมาซึ่งมักเป็นผลงานวิจัยในต่างประเทศนั้นเป็นการศึกษาวิจัยจริยธรรมตามแนวทฤษฎีของนักจิตวิทยากลุ่มนี้เป็นส่วนมาก และเป็นการศึกษาที่ค้นหาองค์ประกอบต่าง ๆ ของครอบครัวที่มีผลต่อบุคลิกภาพและทัศนคติเชิงจริยธรรมของมนุษย์ อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีนี้ไม่สามารถให้คำอธิบายได้อย่างชัดแจ้งว่า ความรู้สึกผิดชอบชั่วดี (Conscience) เกิดขึ้นมาได้อย่างไร มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างอะไรบ้าง เพราะการอธิบายว่าจิตสำนึกจะเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติหลังจากที่เด็กได้เชื่อฟัง ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่ผู้ใหญ่วางไว้จนเกิดความเคยชินนั้นยังไม่ทำให้เราทราบรายละเอียดเพียงพอและยังมีคำถามอีกประการ คือแรงจูงใจของการทำดีที่เกิดจากความสำนึกผิด ความวิตกกังวล ความรู้สึกถูกทอดทิ้ง กับการทำความดีที่เกิดจากความรู้สึกที่ไม่ได้ถูกบังคับ แต่เกิดจากความรู้แจ้งเห็นจริง เลื่อมใสในกฎระเบียบนั้นอย่างจริงจังด้วยความรู้สึกเป็นอิสระแก่ตน อย่างไหนจะดีกว่ากัน

ข. ทฤษฎีที่เน้นถึงการเรียนรู้ทางสังคม แนวคิดของจิตวิทยากลุ่มนี้อธิบายการเกิดจริยธรรมว่าเป็นกระบวนการสังคมประกิต (Socialization) อันเกิดจากกระบวนการซึมซาบ (Internalization) กฎเกณฑ์ต่าง ๆ จากสังคมที่ตนเติบโตขึ้นมา ทฤษฎีนี้ได้นำเอาหลักการเรียนรู้โดยอาศัยหลักของการเชื่อมโยงหรือการทดแทนสิ่งเร้า (Stimulus substitution) และหลักของการเสริมแรง (Principle of reinforcement) เป็นหลักทฤษฎีการเรียนรู้ของกลุ่มนักพฤติกรรมนิยม คือ Skinner (Holland & Skinner, 1961; Skinner, 1953; 1969; 1971) และนำมาประยุกต์ใช้ในห้องเรียน นอกจากนั้นนักทฤษฎีกลุ่มนี้ยังรับเอาแนวคิดสำคัญของนักจิตวิทยากลุ่มจิตวิเคราะห์ที่ให้ความสำคัญแก่ตัวแบบ (Model) โดยเห็นว่าการเรียนรู้ทางสังคมนี้เป็นการเรียนรู้จากการสังเกต จาก

การเลียนแบบเป็นส่วนใหญ่ นักจิตวิทยาที่เป็นตัวแทนของกลุ่มนี้คือ Bandura (1977) และWalters (1967) ได้เสนอว่าเด็กจะเรียนรู้และมีการพัฒนาทางจริยธรรมขึ้นก็จากการเลียนแบบพ่อแม่และผู้ที่อยู่ใกล้ชิด เด็กจะลอกเลียนแบบเฉพาะคนบางคนเท่านั้น เช่น คนที่ตนรัก คนที่มีอำนาจเหนือตน สามารถตัดสินลงโทษหรือให้รางวัลแก่ตนเองและผู้อื่นได้ ฉะนั้น แรงจูงใจของการเลียนแบบก็เน้นที่ความต้องการ เป็นที่ยอมรับ เป็นที่รักและเป็นพวกเดียวกันกับผู้ที่เป็นแบบอย่างนอกจากนั้น การเลียนแบบคนแปลกหน้าก็อาจเกิดขึ้นได้ ถ้าผู้เลียนแบบมองเห็นผลของการกระทำของตัวแบบนั้นๆ ว่าได้รับประโยชน์และความพอใจอย่างไรบ้าง (Sears, Maccoby, & Levin, 1957)

แนวคิดทฤษฎีนี้ก็ดูเหมือนจะสอดคล้องกับความคิดของคนไทยโดยทั่วไปที่เห็นความสำคัญของแบบอย่าง คนไทยมักเน้นกันว่าผู้ใหญ่ที่ดีควรทำตัวเป็นแบบอย่างของเด็ก หรือผู้บังคับบัญชา ผู้บริหาร หัวหน้าหน่วยงานควรจะต้องทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีของผู้ใต้บังคับบัญชา แต่ทฤษฎีนี้ไม่ได้อธิบายว่าเมื่อบุคคลเจอตัวแบบหลายแบบ แต่ละแบบก็อาจทำให้ผู้ปฏิบัติตาม เกิดความพึงพอใจทั้งนั้น หรือบางแบบก็ให้ความพอใจอย่างหนึ่ง บางแบบก็ให้ความพอใจอีกแบบหนึ่ง เมื่อบุคคลเผชิญแบบหลายแบบย่อมจะต้องมีความขัดแย้งแล้วบุคคลจะตัดสินใจอย่างไรเลือกแบบอย่างอันไหน ทฤษฎีนี้ยังอธิบายไม่ได้กว้างไกลเช่นนั้น ทฤษฎีนี้อธิบายแต่เพียงแรงจูงใจทางสังคมที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมตามแบบอย่างเพียงเฉพาะสนองความต้องการ ความรักและได้รับการยกย่องนับถือและถูกนับว่าเป็นพวกเดียวกันเท่านั้น ซึ่งแรงจูงใจเหล่านี้ก็ไม่ได้แตกต่างไปจากแรงจูงใจจากแนวคิดของนักทฤษฎีกลุ่มแรกมากนัก เพียงแต่ขยายกว้างออกมาจากการยอมรับหลายแบบ หรืออยู่ในสังคมหลายสังคมในบ้าน มาถึงสังคมภายนอกเท่านั้น ทฤษฎีนี้จะอธิบายไม่ได้ เมื่อบุคคลมีแบบอย่างให้เลือกหลายแบบ หรืออยู่ในสังคมหลายสังคมต่าง ๆ กัน

ค. ทฤษฎีการเรียนรู้กลุ่มปัญญานิยม (Cognitive psychology) ทฤษฎีที่เน้นในลักษณะทางเชาวน์ปัญญาและบุคลิกบางประการ เช่น ความคิดเหตุผล การมองการไกล ความรอบคอบ อดทน ความสามารถบังคับตนเอง ทั้งหมดนี้เป็นพลังจิตและพลังทางปัญญาของบุคคล เป็นความเข้มแข็งของบุคลิกภาพ (Ego strength) จริยธรรมที่มีรากฐานมาจากลักษณะทางบุคลิกภาพเหล่านี้เรียกได้ว่าเป็นจริยธรรมที่เกิดจากภายในตัวบุคคล ซึ่งตรงกันข้ามกับจริยธรรมที่เกิดจากการควบคุมภายนอก เช่น คำสอน แบบอย่างของบุคคลที่เรียกว่า Superego strength มีผลการศึกษาวิจัยที่สนับสนุนทฤษฎีจริยธรรมนี้มาก เช่น Peck และ Havighurst (1960), Brandt และ Johnson (1995), Ricks และ Umbarger (1963) และ Mischel (1963) เป็นต้น Piaget (1965) และ Kohlberg (1976) ได้สร้างทฤษฎีพัฒนาการจริยธรรมตามแนวคิดของกลุ่มปัญญานิยมรวมทั้งแบบทดสอบพัฒนาการใช้เหตุผลทางจริยธรรม (Moral reasoning development) ซึ่งได้พัฒนาขึ้นมาจากผลของการศึกษาวิจัย แบบทดสอบได้ถูกนำมาปรับปรุงพัฒนาและใช้กันอย่างแพร่หลายในการศึกษาวิจัยจริยธรรมทางธุรกิจ (Kohlberg, 1981c)

รากฐานของจริยธรรมตามที่ได้จากแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทั้งสามกลุ่มและตามแนวคำสอนของพุทธศาสนาและคริสตศาสนานั้น แต่ละแนวคิดมีส่วนอธิบายถึงที่มาของจริยธรรมได้ทั้งสิ้น เพราะพฤติกรรมจริยธรรมนั้นเป็นพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์ คุณลักษณะบางอย่างหรือคุณธรรมบางอย่างเกิดจากองค์ประกอบ ปัจจัยภายในตัวบุคคล เช่น องค์ประกอบด้านความคิด ปัญญา เหตุผล ซึ่งขึ้นอยู่กับเชาว์ปัญญาอยู่ไม่น้อย องค์ประกอบด้านปัญญา เหตุผลในการคิดตัดสินใจใช้วิจารณญาณนี้ เป็นจุดเน้นของจริยธรรมแนวพุทธศาสนาและทฤษฎีการเรียนรู้กลุ่มปัญญานิยม (Cognitive psychology) และมีนักจิตวิทยาในกลุ่มนี้ได้พัฒนาทฤษฎีว่าด้วยลำดับขั้นพัฒนาการของเหตุผลเชิงจริยธรรม (Developmental stages of moral reasoning) ที่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง คือ Kohlberg (1976; 1981a; 1981b; 1981c; 1983)

สำหรับปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางครอบครัวและทางสังคมนั้นเป็นปัจจัยที่เป็นจุดเน้นในทฤษฎีจิตวิเคราะห์และทฤษฎีสังคมประกิต เนื่องจากปฏิสัมพันธ์ที่บุคคลมีกับบุคคลใกล้ชิดในครอบครัวกับบุคคลในสังคม ในโรงเรียน ในสถานที่ทำงาน ในชุมชนที่มีระเบียบแบบแผน ค่านิยมต่าง ๆ มีแบบอย่างจากผู้เกี่ยวข้องใกล้ชิด บิดามารดา เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา การยอมรับเอาประเพณีวัฒนธรรมของกลุ่ม ชุมชน อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญมาก ถ้าบุคคลอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีมีแบบอย่างของบิดามารดา ของครู ของบุคคลในองค์การ ของผู้บริหาร ผู้ปกครองชุมชนที่ดีย่อมจะทำให้โอกาสที่คนในชุมชนเป็นคนดีนั้นมีมาก

ดังนั้นรากฐานของจริยธรรมของบุคคล จึงค่อนข้างสอดคล้องกับกฎของพฤติกรรมที่ Lewin (1935) ได้ตั้งไว้ที่ว่า พฤติกรรมเป็นผลจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบภายในของบุคคล และองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมเขียนเป็นสูตรย่อ ๆ ว่า

$$B = f(P+E)$$

โดย B คือพฤติกรรม (Behavior) P คือ บุคคล (Person) ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะทางกาย ทางปัญญา ทางความรู้สึกนึกคิดและ อารมณ์ ส่วน E คือสิ่งแวดล้อม (Environment) รวมถึงสภาพแวดล้อมที่เป็น คน ธรรมชาติ สิ่งของ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมที่เป็นนามธรรม คำพูด ความคิดขนบธรรมเนียมประเพณี บรรทัดฐาน ค่านิยมของสังคม พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลของการที่บุคคลได้มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่เป็นไปทั้งสองทางต่างฝ่ายต่างมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน (P $\leftrightarrow$ E) ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมของคนสองคนอาจเนื่องมาจากสาเหตุ 3 ประการ หากจะอธิบายตามกฎของพฤติกรรมนี้คือ

1. เนื่องจากสองคนนี้ต่างกันอยู่แล้ว
2. เนื่องจากเขาอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน

3. เนื่องจากลักษณะความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างคนสองคนกับสิ่งแวดล้อมต่างกัน เช่น คนหนึ่งเผชิญกับสภาพแวดล้อมในฐานะที่ตนเป็นนาย แต่อีกคนเผชิญกับสิ่งแวดล้อมในฐานะตนเป็นลูกจ้างหรือคนหนึ่งมีความสัมพันธ์ทาง ตรงอีกคนหนึ่งมีความสัมพันธ์ทางอ้อม เป็นต้น

กฎแห่งพฤติกรรมนี้สามารถจะนำมาใช้เป็นหลักในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจริยธรรมของบุคคลได้เพราะในการพัฒนาจริยธรรม เราอาจพัฒนาทั้งตัวบุคคล พัฒนาปัญญา ความสามารถ ทักษะนิสัย และการพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางครอบครัว โรงเรียน สภาพแวดล้อมที่ทำงาน มีมาตรการที่จะตรวจสอบควบคุม หรือส่งเสริมสนับสนุนให้คนประพฤติดี ถูกต้อง เหมาะสม ตลอดจนสร้างแบบอย่างที่ดี นอกจากนี้กฎแห่งพฤติกรรมยังสามารถจะนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยเรื่องจริยธรรมธุรกิจ กล่าวคือ การที่จะเข้าใจพฤติกรรมจริยธรรมธุรกิจของบุคคลนั้นควรเข้าใจถึงคุณลักษณะปัจจัยเกี่ยวกับตัวบุคคลและต้องเข้าใจถึงองค์ประกอบปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของนักธุรกิจ ซึ่งมีหลายองค์ประกอบด้วยกัน

พัฒนาการเหตุผลทางจริยธรรม

เหตุผลของบุคคลในการพิจารณาตัดสินว่าการกระทำอย่างไรถูกหรือผิด ดีหรือไม่ดี นั้นเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ ซึ่งพุทธปรัชญาจริยศาสตร์และปรัชญาจริยศาสตร์ของKant (1964; Ameriks, 1982; Friedrich, 1949; Wolf; 1973) ก็ได้เน้นถึงความสำคัญของการใช้ปัญญาและเหตุผลในการพิจารณาตัดสินว่าสิ่งใดควรประพฤติ ไม่ควรประพฤติ พิจารณากันโดยสามัญสำนึกแล้วคงจะยอมรับได้ว่าบุคคลทุกคนมีเหตุผลของตนเองในการกระทำสิ่งต่าง ๆ แม้ว่าบางคนจะไม่ได้ตระหนักหรือรู้สึกตัวว่าตนเองใช้เหตุผลอะไร แต่การประพฤติปฏิบัติที่ทำตามขนบธรรมเนียมประเพณี หรือทำตามค่านิยมสั่งสอนของ บิดามารดา ผู้ที่เคารพนับถือ ทำตามคำสอนของศาสนา หรือทำตามบรรทัดฐานของกลุ่ม ของสังคม ทำตามกฎหมาย ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก็เป็นเหตุผลที่บุคคลใช้พิจารณาตัดสินในการเลือกประพฤติปฏิบัติ นอกจากนั้นเหตุผลของบุคคลอาจได้รับอิทธิพลมาจากปรัชญาจริยศาสตร์ที่พยายามอธิบายถึงเหตุผลของการที่บุคคลใช้ในการตัดสินความถูกต้องหรือไม่ถูกต้องของการกระทำ แต่ในปรัชญามิได้อธิบายว่า เหตุผลที่ดีหรือหลักจริยธรรมสูงสุดนี้มีพัฒนาการมาอย่างไรตั้งแต่วัยเด็กถึงผู้ใหญ่หรือจะช่วยยกระดับเหตุผลทางจริยธรรมให้สูงขึ้นได้อย่างไร นักจิตวิทยาที่ศึกษาเรื่องนี้และมีผลงานเป็นที่ยอมรับและใช้อ้างอิงได้ในฐานะเป็นผู้บุกเบิกในเรื่องนี้คือ Jean Piaget และ Lawrence Kohlberg (Porter & Taylor, 1972)

ทฤษฎีจริยธรรมของ Kohlbergได้รับอิทธิพลจากแนวคิดของPiaget (1965) นักจิตวิทยาชาวสวิสผู้บุกเบิกในการศึกษาพัฒนาทางเชาว์น์ปัญญาของเด็ก ทั้ง Piaget และKohlberg เป็นนักจิตวิทยากลุ่มปัญญานิยม (Cognitive psychology) และเชื่อว่าจริยธรรมเป็นลักษณะของบุคลิกภาพที่เรียกว่า "Ego strength" และปัญญาเป็นองค์ประกอบบุคลิกภาพ พัฒนาการจริยธรรมดำเนินไปตามลำดับขั้นพัฒนาการโครงสร้างภายในของเชาวน์ปัญญา ไม่เหมือนกับแนวคิดที่ว่า จริยธรรมเป็นเรื่องของอิทธิพลคำสั่งสอนที่เรียกว่า "Superego strength" ซึ่งเด็กจะเรียนรู้มาตั้งแต่อายุ 2-3 ขวบแล้ว ในทฤษฎีพัฒนาการจริยธรรมของ Piaget (1965) นั้นอธิบายว่า การฝึกหัดอบรม และระเบียบวินัยจากทางบ้านเป็นเพียงส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมของเด็กที่ได้รับรู้ แต่เด็กจะยอมรับเอาความเชื่อ ค่านิยมต่าง ๆ เหล่านี้ได้ก็ต่อเมื่อเขาได้มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งเหล่านั้น ได้มีส่วนแสดงแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกันได้มีอารมณ์ร่วม (Emotional empathy) ชนิดเอาใจเขามาใส่ใจเรา ได้มีโอกาสฝึกหัดคิดพิจารณาไตร่ตรองสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สิทธิหน้าที่ของกันและกัน หยั่งถึงจิตใจความรู้สึกนึกคิดของผู้อื่น ประสบการณ์ของการแลกเปลี่ยนความรู้สึกนึกคิดซึ่งกันและกัน (Practice of reciprocity) จึงเป็นหลักสำคัญของการเกิดจริยธรรม ทำให้เกิดความเห็นอกเห็นใจ เข้าใจในจิตใจ ความรู้สึก และการกระทำของผู้อื่น และยอมรับในกฎระเบียบว่าเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ กฎที่ดีจะต้องป้องกันการทะเลาะ การโกงและให้ความยุติธรรมแก่ทุกฝ่าย กฎที่ดีไม่ใช่เพราะเป็นประเพณี แต่เพราะก่อให้เกิดผลดีแก่ผู้ปฏิบัติตาม

จากการศึกษาของ Piaget พบว่า วุฒิภาวะทางจริยธรรมจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความเข้าใจดีที่แท้จริงเกี่ยวกับที่มาของกฎระเบียบ และประโยชน์ของกฎ ซึ่งต้องพัฒนาตามอายุ สติปัญญา เมื่อเด็กเข้าใจในหลักของการแลกเปลี่ยนตอบแทนกัน (Reciprocity) ตามปกติเด็กย่างเข้าอายุ 13-14 ปี พัฒนาการทางสมองก็เจริญงอกงามมาถึงขั้นการคิดอย่างเป็นนามธรรม (Abstract thinking) สามารถที่จะเข้าใจหลักของการแลกเปลี่ยนตอบแทนมีความเข้าใจ แบบ "เอาใจเขามาใส่ใจเรา" ได้ แต่ทั้งนี้เด็กต้องผ่านประสบการณ์การเรียนรู้ทางสังคมอย่างเพียงพอด้วย คือโอกาสที่จะได้มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมที่กว้างออกไป ได้แลกเปลี่ยนความคิดในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้มีการถกเถียงอภิปรายใช้เหตุใช้ผลในการพิจารณาโดยไม่เข้าข้างตนเอง จะช่วยให้เข้าใจถึงหลักของการสัมพันธ์กับผู้อื่น การที่ผู้ใหญ่แม้ว่าพัฒนาการทางสมอง (เซลล์ระบบประสาท) จะเจริญงอกงามสามารถเข้าใจในสิ่งที่เป็นนามธรรมแล้ว แต่อาจยังไม่มีประสบการณ์กว้างขวางหรืออยู่ในสังคมที่ไม่เปิดโอกาสให้มีการอภิปรายโต้ตอบ และเปลี่ยนความคิดความเห็นกันอย่างเปิดเผย กล้าหาญ จึงไม่สามารถที่จะมีความรู้สึกร่วม (Emotional empathy) แบบ เอาใจเขามาใส่ใจเรา จึงใช้ตนเองเป็นศูนย์กลาง ก็ยังไม่สามารถยกระดับความคิดเหตุผลทางจริยธรรมได้มาถึงระดับสูงได้

การศึกษาวิจัยพัฒนาการด้านการคิดเหตุผลทางจริยธรรมของโคลเบิร์กได้เริ่มต้นอย่างจริงจังในช่วงปี 1950 - 1960 เป็นต้นมา โดยทำการศึกษา สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างเด็กชายอายุตั้งแต่ 10 ปี ถึง16 ปี จำนวน 60 คน และต่อจากนั้นอีก 3 ปี ก็ได้ทำการศึกษา สัมภาษณ์ ติดตามกลุ่มตัวอย่างเดียวกันอีก และต่อมาเขาได้ทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่าง จำนวนเป็นร้อย ๆ ในรัฐต่าง ๆ ของประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศไต้หวัน ในหมู่บ้านคนพื้นเมืองในประเทศมาเลเซีย กับเด็กในเมือง และในหมู่บ้านประเทศตุรกี ในเมืองประเทศเม็กซิโก และเด็กในหมู่บ้านพวก มายันในประเทศอินเดีย การศึกษาของPorter และ Taylor (1972) ในมลรัฐออนทาริโอ ประเทศแคนาดา ก็ได้พบผลซึ่งเป็นการยืนยันขั้นตอนพัฒนาการทางจริยธรรมตามที่ โคลเบิร์ก ค้นพบ ซึ่งสาระสำคัญของทฤษฎีพัฒนาจริยธรรมของโคลเบิร์กมีดังนี้

ระดับขั้นพัฒนาการของการคิดเหตุผลทางจริยธรรม

ผลจากการศึกษาการคิดเหตุผลทางจริยธรรมของบุคคลในวัยต่าง ๆ โคลเบิร์กพบว่าเหตุผลทางจริยธรรมอธิบายได้ง่าย ๆ ว่าแต่ละบุคคลไม่ว่าเด็กหรือผู้ใหญ่ล้วนแต่เป็น "นักปรัชญา" ทางจริยธรรมได้ด้วยกันทั้งนั้น ซึ่งหมายถึงว่าแต่ละคนจะมีวิธีคิดและวิธีมองปัญหาจริยธรรมให้สอดคล้องกับภูมิปัญญา และความรู้เดิมของเขาได้ไม่มากก็น้อย เมื่อคนเราเติบโตขึ้นเราก็จะให้เหตุผลต่างออกไป ความคิดและการให้เหตุผลของเราจะพัฒนาขึ้นจากขั้นหนึ่งไปอีกขั้นหนึ่ง เพราะความคิดที่สูงกว่าสามารถช่วยให้เราแก้ปัญหาทางจริยธรรมได้กว้างขึ้น โคลเบิร์กยืนยันว่าคนเราจะสามารถพัฒนาความคิดทางจริยธรรมได้ถึงขั้นที่สูงขึ้นตามอายุ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกคนจะต้องไปได้ถึงขั้นสูงนั้นหมด ทั้งนี้ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ทางสังคมที่มากน้อยแตกต่างกันของบุคคลด้วย โคลเบิร์กได้แบ่งระดับขั้นพัฒนาการของการคิดเหตุผลทางจริยธรรมเป็น 3 ระดับ ซึ่งสามารถจำแนกเป็นขั้นย่อย ๆ ได้ 6 ขั้นด้วยกันคือ

<u>ระดับก่อนกฎเกณฑ์</u>

ในระดับนี้เด็กจะปฏิบัติตามวัฒนธรรมและค่านิยมในสิ่งที่ดีและไม่ดี ถูกหรือผิดเพียงเพระกฎเกณฑ์เหล่านั้นมีบทลงโทษและรางวัล เพราะผู้ที่สอนและอบรมกฎเกณฑ์เหล่านั้นเป็นผู้ใหญ่กว่า มีอำนาจเหนือกว่า เหตุผลจริยธรรมระดับนี้อาจแบ่งได้เป็น 2 ลำดับขั้นคือ

<u>ขั้นที่ 1.</u> หลักการเคารพเชื่อฟังและหลบหลีกการลงโทษ

เด็กคิดว่าอะไรถูกหรือผิดเพียงเพราะบทลงโทษหรือรางวัลของพฤติกรรมนั้นโดยไม่เข้าใจว่าพฤติกรรมเหล่านั้นถูกหรือผิด เพระเหตุใด เด็กจะปฏิบัติตนเพียงเพื่อเลี่ยงการลงโทษและเพื่ออยู่ในโอวาทเท่านั้น ไม่ได้ปฏิบัติตามเพราะความเลื่อมใสในหลักการต่าง ๆ ซึ่งอยู่เบื้องหลังกฎเกณฑ์และโอวาทนั้น ๆ

ขั้นที่ 2. หลักแสวงหาผลประโยชน์หรือสิ่งตอบแทน

เด็กต้องการสิ่งซึ่งจะยังความพอใจให้กับความต้องการของตนเอง และบางโอกาสก็สนองความต้องการของผู้อื่นด้วย ความเกี่ยวพันของมนุษย์ถูกมองในแง่เหมือนกับเป็นตลาดสินค้า คำนึงถึงการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กันอย่างยุติธรรม การแบ่งส่วนเท่า ๆ กัน และเล็งถึงผลตอบแทนทางกาย ทางวัตถุ สิ่งของ หรือการปฏิบัติมากกว่าทางด้านนามธรรม การแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กันเป็นเรื่องของ "เธอเกาหลังให้ฉัน ฉันก็เกาให้เธอ" เขาไม่ได้เข้าใจถึงคุณธรรม ความซื่อสัตย์ ความกตัญญูหรือความยุติธรรม

ระดับตามกฎเกณฑ์

ในขั้นนี้เด็กปฏิบัติตนให้เป็นไปตามความคาดหวังของครอบครัว เพื่อนฝูงและของบุคคลอื่น ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ มีคุณค่าในตัวของมันเอง โดยไม่คำนึงถึงผลที่ตามมาโดยทันทีหรือที่มองเห็นชัด ไม่ใช่เป็นเพียงการกระทำให้สอดคล้องกับระเบียบในสังคมเท่านั้น แต่เป็นเรื่องของความซื่อตรงต่อการกระทำนั้นเพื่อพยุงรักษา หรือเห็นด้วยกับแบบแผนของสังคม และเป็นการแสดงตัวว่าเป็นพวกเดียวกับบุคคล หรือกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับระเบียบนั้น ในระดับนี้แบ่งเป็น 2 ขั้น

ขั้นที่ 3. หลักการทำตามที่ผู้อื่นเห็นชอบ

พฤติกรรมที่ทำให้ผู้อื่นพอใจและช่วยเหลือผู้อื่น และให้ผู้อื่นยอมรับการกระทำตามแบบแผนที่คนส่วนใหญ่ยึดถือกันมานาน คือ พฤติกรรมที่ไม่นอกลู่นอกทาง ขั้นนี้จะเริ่มตัดสินพฤติกรรมต่าง ๆ จากเจตนาของบุคคล และเด็กเห็นว่าการกระทำที่จะให้ผู้อื่นยอมรับและพอใจได้ด้วยการเป็นเด็กดี

ขั้นที่ 4. หลักการทำตามกฎและระเบียบของสังคม

ในขั้นนี้ความนึกคิดจะมุ่งไปถึงเรื่องอำนาจ กฎข้อบังคับที่ตายตัวและการพยุงรักษาระเบียบของสังคม พฤติกรรมที่ถูกต้องประกอบด้วยการทำหน้าที่ของตน การเคารพในอำนาจ การรักษาระเบียบสังคมที่มีอยู่ ถือว่ามีความสำคัญในตัวของมันเอง

ระดับเหนือกฎเกณฑ์

ในระดับนี้มีความพยายามอย่างเด่นชัดที่จะตีคุณค่าของจริยธรรมในแง่ของหลักการที่มีเหตุผล และมีประโยชน์แก่การนำไปใช้นอกเหนือไปจากการปฏิบัติตามผู้มีอำนาจของกลุ่มหรือบุคคลผู้ควบคุมกฎระเบียบ และนอกเหนือไปจากการปฏิบัติตามกลุ่มเพื่อการจัดตัวเองให้เป็นพวกเดียวกับกลุ่มระดับนี้มี 2 ขั้นเช่นกันดังนี้

ขั้นที่ 5. หลักปฏิบัติตามข้อตกลงของสังคม และคำมั่นสัญญา

พฤติกรรมที่ถูก มีแนวโน้มที่จะถูกตีความในรูปของสิทธิของบุคคลโดยทั่วไป และมาตรฐานซึ่งได้ผ่านการพิสูจน์และตกลงเห็นชอบโดยสังคมทั้งหมดมาแล้ว มีการคำนึงถึงความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล และเน้นเกี่ยวกับกฎระเบียบที่มีการตกลงเห็นชอบเป็นเอกฉันท์ นอกจากสิ่งที่เป็นที่ยอมรับอย่างเป็นเอกฉันท์และมั่นคงแล้ว ความถูกต้องยังเป็นเรื่องของความเป็นไปได้ในการเปลี่ยนกฎหมายเมื่อพิจารณาในแง่เหตุผล และการเป็นประโยชน์ต่อสังคม (มากกว่าจะเป็นการยึดมั่นอย่างถูกบังคับ เช่นในขั้นที่ 4) นอกขอบเขตของกฎหมายข้อตกลงและสัญญาที่ทำกันตามลำพังถือเป็นสิ่งผูกมัดที่ต้องรักษาและกระทำตามด้วย

ขั้นที่ 6. หลักการยึดจริยธรรมอันเป็นสากล

ความถูกต้อง ถูกตัดสินด้วยจิตสำนึกที่สอดคล้องกับหลักจริยธรรมที่ตนเองเลือกแล้ว และมีความสมเหตุสมผลที่เป็นของสากลและที่สอดคล้องกับหลักจริยธรรมข้ออื่น ๆ หลักการเหล่านี้เป็นนามธรรม เป็นจริยธรรม ไม่ใช่กฎศีลธรรมที่เป็นรูปธรรมอย่างเช่น บัญญัติ 10 ประการ (The ten commandments) โดยส่วนลึกมันเป็นหลักสากลของความยุติธรรมของการแลกเปลี่ยน หรือตอบแทนซึ่งกันและกัน และความเท่าเทียมกันของสิทธิมนุษยชน และการเคารพในศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ของบุคคลแต่ละคน

แบบทดสอบขั้นพัฒนาการจริยธรรมของโคล์เบิร์กได้มีการพัฒนามาตามลำดับ โดยนักจิตวิทยารุ่นหลัง ๆ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้อย่างกว้างขวาง และมีความเป็นปรนัย (Objective) มากขึ้น เช่น แบบทดสอบวัดระดับเหตุผลจริยธรรมของ Rest (1986) ที่ได้พัฒนาปรับปรุงจากทฤษฎีพัฒนาการจริยธรรมของ โคล์เบิร์ก และยังคงใช้เหตุการณ์สมมุติเดิมที่ใช้ในแบบทดสอบพัฒนาการเหตุผลจริยธรรมของโคล์เบิร์ก และได้นำมาใช้ในการวิจัยจริยธรรมทางธุรกิจโดย Goolsby และ Hunt (1992) ดังได้กล่าวมาแล้ว พัฒนาการทางจริยธรรมของเด็กมีการเปลี่ยนแปลงด้วยอัตราส่วนต่าง ๆ กัน บางระดับอาจจะใช้เวลาเพียงเล็กน้อย บางระดับอาจจะใช้เวลานานและสามารถจะหยุดชงักอยู่ในระดับพัฒนาการระดับใดระดับหนึ่งก็ได้ โคล์เบิร์กไม่ได้กำหนดอายุเปลี่ยนของแต่ละระดับ เพราะกำหนดไม่ได้ว่าถึงอายุเท่าไรจึงจะเปลี่ยนของแต่ละระดับ โคลเบิร์กยืนยันอยู่เรื่องหนึ่งว่า ถ้าเด็กยังคงพัฒนาต่อไปเขาก็จะพัฒนาไปตามกระบวนการพัฒนาการดังที่ได้กล่าวมาแล้ว และมีจำนวนน้อยที่จะพัฒนาไปจนถึงระดับที่ 6 ทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างภายในของสมรรถภาพทางสมองและประสบการณ์ทางสังคม

จริยธรรมธุรกิจ

พฤติกรรมของบุคคลในบริบทต่างๆหรือในบทบาทอื่นๆ เช่นในบทบาทของผู้ประกอบอาชีพซึ่งเป็นบทบาทที่สำคัญยาวนานในชีวิตของคนๆหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นอาชีพข้าราชการ อาจารย์ ตำรวจ ทหาร แพทย์ วิศวกร นักการเมือง หรืออาชีพธุรกิจการค้า ในแต่ละอาชีพจะมีองค์ประกอบของเหตุการณ์และปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลซึ่งแตกต่างกัน จริยธรรมที่จะใช้เป็นตัวกำกับพฤติกรรมก็จะมีสาระที่แตกต่างกันไปด้วย ทั้งนี้ก็เพราะเหตุผลที่ว่าจริยธรรมที่เกี่ยวข้องและมีอิทธิพลกำกับพฤติกรรมในบริบทหนึ่งอาจแตกต่างไปจาก จริยธรรมสำหรับอีกบริบทหนึ่ง โดยอาจจะไม่แตกต่างทั้งหมดแต่ก็มักมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง เพราะหลักการทำความดีไม่ว่าจะอยู่ในแวดวงใดก็จะมีส่วนที่เหมือนกันและส่วนที่แตกต่างกันในบางจุด จริยธรรมสำหรับแต่ละอาชีพ จึงเป็น **จริยธรรมเฉพาะ (Applied ethics)** ซึ่งปัจจุบันเป็นที่สนใจที่จะให้มีการศึกษาวิจัย เพื่อจะค้นหาหลักจริยธรรมที่สมควรจะเน้นปลูกฝังให้เกิดขึ้นในบุคคลแต่ละอาชีพ ตัวอย่างเช่น โครงการวิจัยจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบอาชีพต่างๆ 10 อาชีพในปี พ.ศ. 2539 สนับสนุนโดยกองทุนสนับสนุนการวิจัยแห่งชาติ (สกว.) เป็นต้น (วริยา ชินวรรโณและคณะ, 2539)

สำหรับจริยธรรมโดยทั่วไปสำหรับคนไทย ซึ่งได้มีการศึกษารณรงค์กันในช่วงปี พ.ศ.2522-2527 โดยหลายหน่วยงาน องค์การ เช่น สำนักงานคณะกรรมการศึกษาแห่งชาติ, กรมวิชาการ กรมการฝึกหัดครู กรมการศาสนาของกระทรวงศึกษาธิการ, พุทธสมาคม, สภายุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย, สภาคริสตจักร, สภาการศึกษาคาทอลิค, สมาคมศาสนสัมพันธ์แห่งประเทศไทย, องค์การวัดนักบุญยอเซฟ, มูลนิธิเผยแพร่ชีวิตประเสริฐ ฯลฯ แต่ละหน่วยงานได้เลือกสรรจริยธรรมที่พึงประสงค์ของคนไทยโดยทั่วไป เป็นค่านิยมหลักๆ จำนวนหนึ่ง แตกต่างกันบ้างคล้ายคลึงกันบ้าง ตัวอย่างค่านิยมที่พึงประสงค์ในสังคมไทยที่สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ได้มีการประกาศเผยแพร่ ทางวิทยุ โทรทัศน์อยู่เกือบทุกวันในช่วงปี พ.ศ. 2525-2527 ได้แก่ค่านิยมเหล่านี้ ความขยัน ซื่อสัตย์ ประหยัด อดทน ความมีระเบียบวินัย ความจงรักภักดี ต่อชาติศาสนา พระมหากษัตริย์ จริยธรรมเหล่านี้เป็นจริยธรรมหลักที่พึงประสงค์ และเป็นเป้าหมายของการพัฒนาประเทศในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (สมบูรณ์ ศาลยาชีวิน, 2526, หน้า 2-3)

จริยธรรมธุรกิจเป็นการนำเอาหลักการทั่วไปของจริยธรรมหรือทฤษฎีจริยธรรมมาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาบางอย่างในธุรกิจ และขณะที่นำหลักทฤษฎีจริยธรรมทั่วไปมาประยุกต์ใช้นั้น นักวิชาการและนักวิจัยในแวดวงธุรกิจก็ได้พัฒนาความรู้เพิ่มเติมเพิ่มพูนขึ้นมาสำหรับใช้ในบริบทหรือกิจกรรมทางธุรกิจโดยเฉพาะจนสร้างเป็นหลักการจริยธรรมธุรกิจหรือทฤษฎีจริยธรรมธุรกิจของตนโดยเฉพาะ

ขอบเขตของจริยธรรมธุรกิจ

จริยธรรมธุรกิจเป็นพฤติกรรมทางสังคมของบุคคล ซึ่งมีบริบททางสังคมที่นักธุรกิจจะต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์อยู่อย่างมากมายและสลับซับซ้อน จริยธรรมธุรกิจมีอยู่ในธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจทางการเกษตร อุตสาหกรรม การสื่อสารคมนาคม การเงินการคลัง เหมืองแร่ หากจะสรุปขอบเขตของจริยธรรมว่าครอบคลุมในเรื่องใดบ้างก็อาจพิจารณาจาก กิจกรรมในการดำเนินธุรกิจ (Functionality) และ กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) เมื่อดูที่กระบวนการของการประกอบธุรกิจ (Functionality) จริยธรรมธุรกิจก็จะมีอยู่ในทุกจุดหรือทุกกระบวนการของกิจกรรมทางธุรกิจ เช่นกิจกรรมการผลิตที่ทำให้เกิดสินค้าหรือการบริการ, กิจกรรมด้านการตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค การกำหนดราคา และการจัดจำหน่าย, กิจกรรมด้านการเงินการบัญชี การคิดงบรายรับรายจ่าย งบการลงทุน ผลกำไรขาดทุน, หรือกิจกรรมด้านการจัดการการสรรหาบรรจุพัฒนาบุคลากร การวิจัย การสารสนเทศ เป็นต้น

พฤติกรรมที่เป็นปัญหาทางจริยธรรมนั้นมีมากมาย ที่เป็นรูปธรรมและพบเห็นได้ในการดำเนินธุรกิจทั่วๆไปซึ่งมักปรากฏอยู่ในจรรยาบรรณขององค์กรธุรกิจว่าเป็นพฤติกรรมที่องค์กรไม่ต้องการให้เกิดขึ้นเพราะถือว่าเป็นการกระทำที่เป็นปัญหาทางจริยธรรมดังแสดงอยู่ในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การกระทำที่เป็นปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจ

1.	การให้สินบน (Bribery) หรือการให้ค่าตอบแทนที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งได้แก่ • การจ่ายเงินเล็กๆน้อยๆ • การจ่ายเงินเป็นจำนวนมากเพื่อหลบเลี่ยงกฎหมายหรือเพื่อเพิ่มอิทธิพลทางการเมือง • การจ้างผู้อื่นให้ทำการติดสินบนหรือให้จ่ายเงินเพื่อผลประโยชน์ของบริษัทตนเอง
2.	การเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการออกกฎหมายหรือนโยบายของรัฐบาล
3.	การให้สินบนแก่เจ้าหน้าที่ศุลกากร
4.	การโอนเงินไปใช้หรือไปให้แหล่งอื่นที่ไม่ถูกต้องตามระบบ
5.	การทำธุรกิจที่ใช้มาตรฐานในแต่ละประเทศที่ต่างกัน
6.	การลอกเลียนเทคโนโลยีและละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น
7.	การตั้งราคาสินค้าที่ไม่เป็นธรรมและการทุ่มตลาดเพื่อหวังทำลายบริษัทคู่แข่ง
8.	การให้ของขวัญหรือรางวัลหลังจากการเกื้อกูลผลประโยชน์กัน
9.	การปล่อยให้ผู้บริโภคใช้สินค้าอย่างไม่ถูกวิธี
10.	การปล่อยผลิตภัณฑ์หรือสารที่เป็นพิษเข้าสู่ชุมชน
11.	การปล่อยให้มีการผลิตที่เป็นอันตรายต่อพนักงาน
12.	การจำหน่ายสินค้าที่เป็นอันตราย
13.	การส่งเสริมการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมในชุมชน

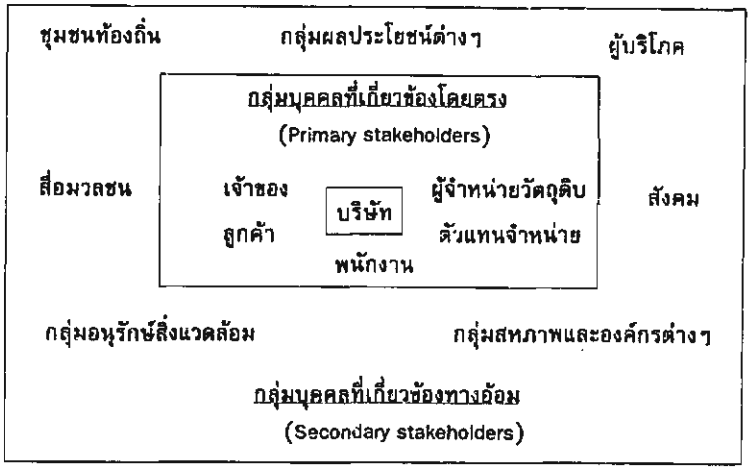
14.	การใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานที่มีการบังคับ
15.	การตกแต่งตัวเลขทางบัญชีเพื่อหลีกเลี่ยงภาษี
16.	การทำธุรกิจที่ผิดต่อกฎหมายของประเทศที่ทำธุรกิจอยู่
17.	การจ่ายเงินพิเศษแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเช่น พนักงาน,ลูกค้า,คนกลาง อย่างไม่ถูกต้อง
18.	การล้วงความลับทางการค้าของบุริษัทคู่แข่งโดยผิดหลักการ
19.	การปกปิดความผิดของตนเอง
20.	การโฆษณาสินค้าที่ไม่ถูกต้องตามความเป็นจริง
21.	การจ้างงาน โดยไม่คำนึงถึงความสามารถแต่ใช้ระบบเส้นสาย
22.	การใช้ข้อมูลจากตำแหน่งงานของตนเอง ซื้อขายหุ้นอย่างไม่ถูกต้อง
23.	การปฏิบัติต่อพนักงานแบบไม่เท่าเทียมกันโดยมีสาเหตุมาจากเพศ
24.	การปกป้องพนักงานที่ทำรายได้ให้บริษัททั้งๆที่พนักงานนั้นทำความผิด

ที่มา: Baran, R. J. (1997). Standardization of business ethics in the global market: Possibilities and prospect. Proceedings of the Fifth Asian Forum on Business Education (paper number 2). Phuket, Thailand: Association of Private Higher Education Institutions of Thailand.

เมื่อมองธุรกิจในลักษณะของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง จริยธรรมธุรกิจก็จะมีอยู่ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคลต่างๆ ทั้งที่เป็นสังคมภายในและที่เป็นสังคมภายนอกของธุรกิจ ในส่วนของสังคมภายในที่นักธุรกิจจะต้องเกี่ยวข้องมีความสัมพันธ์ด้วยอย่างดีอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบ ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น, เจ้าของ, ผู้บริหาร, พนักงาน, ลูกจ้าง, และเพื่อนร่วมงาน ในส่วนของสังคมภายนอกก็ได้แก่ ลูกค้า, เจ้าหนี้, คู่แข่ง ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ, รัฐบาล, สาธารณชน, สมาคม, องค์กร, ธุรกิจต่างๆ ทั้งภายในประเทศและองค์การระหว่างประเทศ

นอกจากนี้บริบทของการประกอบอาชีพธุรกิจยังเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศน์ด้วยเช่นกัน จริยธรรมของนักธุรกิจครอบคลุมไปถึงความรับผิดชอบในการพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม ความสมดุลย์ของระบบนิเวศ เพราะในการดำเนินชีวิตของบุคคลมักจะต้องเกี่ยวข้องกับโลกทางสังคม,โลกกายภาพและชีวภาพ, และการดำรงอยู่ในลักษณะผสมผสานเป็นส่วนเดียวกันของจักรวาล (Holitic existence) ความเกี่ยวข้องระหว่างบุคคลและองค์กรต่างๆ (Stakeholders) กับธุรกิจแสดงอยู่ในภาพที่1

แผนภาพที่ 1 ขอบเขตความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders)



ที่มา: Vernon-Wortzel, H. (1994). Business and society: A managerial approach (Chapter 3). Burr Ridge: IRWIN

หลักจริยธรรมสำหรับนักธุรกิจ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจมักเป็นไปในลักษณะที่ว่า ธุรกิจนั้นมีมากมายหลายประเภท มีขอบเขตที่กว้างขวางและมีหลายกิจกรรม จึงไม่สามารถจะวางหลักจริยธรรมให้ครอบคลุมกับการดำเนินธุรกิจทุกประเภทได้ และการจะตรวจสอบจริยธรรมสำหรับนักธุรกิจหรือทำการวิจัยในเรื่องจริยธรรมธุรกิจ โดยไม่จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามประเภทหรือตามกิจกรรมธุรกิจย่อมทำไม่ได้ นอกจากนี้ก็ยังมีความคิดเห็นที่สรุปว่า จริยธรรมไม่สามารถจะนำไปปฏิบัติตามได้ในทุกสถานการณ์ กล่าวคือ ไม่เชื่อว่าจะมีจริยธรรมที่เป็นสากลได้ ความเชื่อเช่นนี้เท่ากับเป็นการปฏิเสธว่าไม่มีกฎเกณฑ์ของความประพฤติเพื่อความดีและความถูกต้องที่เป็นอมตะ แต่เมื่อนึกถึงว่าการประกอบธุรกิจก็เป็นพฤติกรรมอีกด้านหนึ่งของมนุษย์ที่จะต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ หลายกลุ่ม หลายคณะ และในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น บุคคลย่อมต้องมีจริยธรรมเป็นตัวกำกับเพื่อให้ความสัมพันธ์นั้นไม่ทำอันตรายแต่กลับก่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ตนเองและผู้อื่น

ความสำคัญของการมีหลักจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเริ่มจากจุดสำคัญจุดแรกในธุรกิจการค้า คือ จุดของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบธุรกิจการค้ากับลูกค้า ธุรกิจการค้าจะต้องสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจให้แก่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด การค้าในยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี และเป็นยุคสมัยที่ผู้คนมีชีวิตรีบเร่งไม่มีเวลามากเพียงพอที่จะเลือกตัดสินใจ ให้

รอบคอบในเรื่องการบริโภค ถ้าหากร้านค้าหรือบริษัทใดสามารถทำให้ผู้ซื้อไว้วางใจได้แล้ว ธุรกิจก็มักจะมีลูกค้านิยมมาอุดหนุนมากขึ้น และทำให้เจ้าของกิจการขายได้มากขึ้น สร้างกำไรได้มากขึ้น หลักจริยธรรมที่จะช่วยให้ธุรกิจการค้าได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าที่สำคัญคือ *"การให้บริการที่มีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้าในราคาเป็นธรรม"*

การให้บริการที่มีคุณภาพ เป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้ความสามารถที่จะผลิตสินค้า หรือให้บริการที่มีคุณภาพ ต้องมีการปรับปรุงคุณภาพ หรือเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ทักษะในการบริการอยู่เสมอ จึงจะได้รับความไว้วางใจ และเชื่อถือในคุณภาพของผู้ซื้อ

"ความเป็นธรรม" หมายถึง การไม่คิดราคาให้สูงเกินไป ไม่ได้สัดส่วนกับคุณภาพของบริการ ต้องเป็นการเฉลี่ยผลประโยชน์แก่ลูกค้าด้วย อาจเป็นผลประโยชน์คนละอย่างก็ตาม ผลประโยชน์ในด้านของคุณภาพ คุ้มค่า ใช้ได้ทนทาน หรือผลประโยชน์จากการตอบแทนคืนกำไรให้ผู้บริโภค

การพูดความจริงและการซื่อตรงต่อลูกค้า ก็เป็นหลักจริยธรรมที่สำคัญของธุรกิจการค้า นักธุรกิจที่ไม่พูดความจริงหรือไม่กล้ายอมรับความจริงเกี่ยวกับกิจการ, สินค้า, บริการของตน, ปกปิดข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าของตน ต้องการให้ลูกค้าเข้าใจผิดเกี่ยวกับบริการหรือสินค้าของตนโดยการไม่พูดความจริง รวมถึงการปกปิดข้อมูล ที่ลูกค้าควรจะทราบก่อนการตัดสินใจ, การโฆษณาสินค้าที่ปิดเบือนความจริงซึ่งผู้ขายคิดว่าเป็นวิธีการที่เหมาะสมจะทำให้ประสบความสำเร็จสูง แต่ในความเป็นจริงแล้วผู้ขายที่พูดเท็จกับลูกค้าจะขายสินค้าได้เพียงไม่กี่ครั้งเท่านั้น ในทางตรงกันข้ามหากสินค้ามีคุณภาพต่ำหรือมีตำหนิแต่ผู้ขายไม่ปิดบังความจริงแก่ลูกค้าผู้ขายก็อาจจะขายสินค้านั้นได้ ดังจะเห็นได้จากการขายสินค้ามีตำหนิราคาถูกตามห้างร้านต่างๆ ยังได้รับความสำเร็จอยู่เสมอ การโฆษณาที่เกินความเป็นจริงนั้น เป็นวิธีการหลอกลวงลูกค้าอย่างหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจการค้า สูญเสียความไว้วางใจจากลูกค้า

ความเป็นธรรม, ความไว้วางใจ, ความซื่อตรง การรักษาสัจจะ, และการเคารพในสิทธิของผู้อื่น อาจจะเรียกได้ว่าเป็นจริยธรรมหลักในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะพบอยู่ในงานเขียนของนักวิชาการที่ศึกษาประเด็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ (พินิจ รัตนกุล 2537; เจริญ อาทิตยา, 2536; ไกรยุทธ ธีรตยาคีนันท์, 2536) จริยธรรมเหล่านี้เป็นจริยธรรมที่เป็นนามธรรมซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่นำไปสู่การปฏิบัติ ส่วนจริยธรรมที่เป็นแนวประพฤติหรือจริยธรรมที่เป็นรูปธรรมเป็นการนำเอาจริยธรรมหลักเหล่านี้ไปประยุกต์ในสถานการณ์หรือในความสัมพันธ์ลักษณะอื่นๆของการดำเนินธุรกิจซึ่งอาจกำหนดไว้เป็นแนวทางปฏิบัติ สำหรับแต่ละธุรกิจ ที่เรียกว่า "จรรยาบรรณ" ที่ระบุไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ที่เป็นข้อแม้ในการปฏิบัติในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับกิจกรรมของธุรกิจนั้นๆ ซึ่งก็แล้วแต่จะเน้นต่างกัน เช่น ในเรื่องเกี่ยวกับการรับของขวัญ สินบน ความปลอดภัยของข้อมูลของ

บริษัท ความปลอดภัยของสินค้าที่ผลิต ความปลอดภัยของที่ทำงาน ส่วนที่บริษัทให้แก่สังคม ความยุติธรรมในการจ้าง ความขัดแย้งในเรื่องของผลประโยชน์ ความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเมือง บางหน่วยงานก็เขียนหลักเกณฑ์ให้ประพฤติปฏิบัติ โดยกำหนดตามบทบาทที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับฝ่ายต่างๆ เช่น

1. บทบาทของนักธุรกิจ ต่อลูกค้า
2. บทบาทของนักธุรกิจ ต่อคู่แข่งขัน
3. บทบาทของนักธุรกิจ ต่อหน่วยราชการ
4. บทบาทของนักธุรกิจ ต่อพนักงาน
5. บทบาทของนักธุรกิจ ต่อสังคม
6. บทบาทของพนักงานต่อนักธุรกิจ (จริยธรรมนักธุรกิจ IMET, 2533)

หลักของการทำกำไรให้ได้สูงสุด (Maximization of profit) ซึ่งเป็นหลักของการประกอบวิชาชีพธุรกิจ จะต้องนำมาพิจารณาภายใต้กรอบของจริยธรรม <u>*จะต้องเป็นกำไรที่ได้มาอย่างชอบธรรม*</u> ก่อให้เกิดความสุขถ้วนหน้า ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ ผู้ใช้แรงงาน จนกระทั่งถึงผู้บริโภค ให้สังคมได้ชื่นชมในการบริการที่เป็นการสร้างสรรค์และพัฒนาสังคม มีความรับผิดชอบบริการอย่างดีต่อลูกค้า รับฟังเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากผู้บริโภคในด้านคุณภาพและการให้บริการแก่ลูกค้า การกำหนดราคาสินค้าอย่างเป็นธรรม ไม่ค้ากำไรเกินควร ไม่จูงใจหลอกลวงโฆษณาขายสินค้าและบริการ การปฏิบัติตามสัญญาที่ให้ไว้แก่ลูกค้า กำไรที่ได้มาต้องไม่ได้มาจากการเอารัดเอาเปรียบ กดขี่แรงงาน โดยให้ค่าแรงต่ำสุด ไม่มีสวัสดิการเพียงพอ การใช้แรงงานราคาถูก เช่น การจ้างเด็กและผู้หญิง การใช้วิธีติดสินบนกับเจ้าหน้าที่เพื่อหลบหลีก โกงภาษีที่เป็นธรรมของรัฐ การใช้อิทธิพลกำจัดคู่แข่งขันทางการค้า การไม่สนใจหน้าที่รับผิดชอบของบริษัทในการบำบัดของเสีย รักษาสภาพแวดล้อม การผลิตสินค้าที่ไม่ปลอดภัยตามมาตรฐานคุณภาพที่วางไว้ การค้าสิ่งของผิดกฎหมาย หรือสิ่งบริโภคที่ทำลายสังคม เช่น การค้ายาและสิ่งเสพย์ติด การฟอกเงินจากธุรกิจ ดังกล่าวเป็นต้น (กีรติ บุญเจือ และเจริญ อาทิตยา, 2538)

หลักจริยธรรมธุรกิจในทัศนะของนักธุรกิจไทย

จากการสำรวจความคิดเห็นผู้บริหารระดับสูงในธุรกิจหลายประเภทซึ่งจัดทำโดยนักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ("จริยธรรมกับธุรกิจ," 2535) ซึ่งได้ส่งแบบสอบถามไปยังนักบริหารระดับสูงในธุรกิจหลายประเภท จำนวนทั้งสิ้น 400 ฉบับ แต่ได้รับคำตอบคืนมา 38 ฉบับ เป็นผู้บริหารชาย 29 คน ผู้บริหารหญิง 9 คน จำนวน 32 คน เป็นผู้บริหารในระดับสูง ตั้งแต่เจ้าของกิจการ, ประธานกรรมการ, กรรมการผู้อำนวยการ, กรรมการผู้จัดการ, ผู้จัดการฝ่าย, ผู้ช่วยผู้จัดการ, ที่ปรึกษาบริษัท เกี่ยวกับคำถามที่ว่านักธุรกิจที่มีจริยธรรม

ควรจะมีจริยธรรมในเรื่องใดหรือต่อฝ่ายใดบ้าง ผู้บริหารระบุถึงกลุ่มต่างๆ ที่จะต้องมีความรับผิดชอบหรือปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม จำนวนหลากหลาย ถึง 14 กลุ่ม เรียงลำดับตามความถี่ของคำตอบดังนี้

1. ต่อสังคมโดยส่วนรวม โดยเสนอในรูปแบบต่างๆ ดังนี้ คือหลีกเลี่ยงการให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ, สร้างความเจริญโดยมุ่งความสนใจไปยังผู้ขาดแคลนโอกาส, ไม่ดำเนินการที่สร้างผลเสียต่อสภาพแวดล้อม, สร้างความเจริญให้ถิ่นทุรกันดารให้เกิดความเจริญเสมอภาค, สนับสนุน บริจาคและให้ความร่วมมือสร้างสาธารณสมบัติต่างๆ, คืนกำไรให้กับสังคม, ลดการรบกวนต่อชุมชนรอบโรงงานน้อยที่สุด ตลอดจนให้ความร่วมมือพัฒนาสังคมที่กิจการเกี่ยวข้อง การให้สังคมคงอยู่ได้ การไม่ใช้กำลังศักยภาพหรืออำนาจบีบบังคับผูกขาดและการส่งเสริมให้นักธุรกิจประกอบอาชีพด้วยความซื่อสัตย์สุจริต
2. ต่อลูกค้า ความรับผิดชอบของธุรกิจได้แก่ การซื่อตรงและจริงใจ, มีความเป็นธรรม, เสนอให้ลูกค้าได้รับสิ่งที่ดีที่สุดและได้รับผลตอบแทนมากที่สุด, ไม่ค้ากำไรเกินควร, ลูกค้าต้องได้รับความพอใจหลังจากได้รับการบริการ, ลูกค้าต้องได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัย, ในกิจการที่รับจ้างต้องรับผิดชอบต่องานที่รับและขายสินค้าที่มีคุณภาพตามข้อตกลงทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจ, การเสนอสินค้าที่พัฒนาพื้นฐานความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น เพื่อลดช่องว่างของสังคมและทำให้สังคมส่วนรวมมีมาตรฐานดีขึ้น
3. ต่อผู้ร่วมงาน นักธุรกิจมีหน้าที่ให้ความอนุเคราะห์ผู้ใต้บังคับบัญชาและส่งเสริมความเจริญก้าวหน้า, ให้เกียรติและสนับสนุนเพื่อนร่วมงาน, รู้จักให้และห้ามผู้ใต้บังคับบัญชา, ต้องมีความเที่ยงธรรมไม่ลำเอียง ให้พนักงานได้รับผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม, เอาใจใส่ดูแลและให้สวัสดิการที่ดีแก่พนักงาน และไม่ทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของพนักงานเนื่องจากการปฏิบัติงาน
4. ต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าหน้าที่ ความรับผิดชอบของธุรกิจ ได้แก่ การให้เงินปันผลตามที่ผู้ถือหุ้นควรจะได้รับ, การจ่ายเงินปันผลในอัตราที่เหมาะสมเป็นธรรม และให้ผู้ถือหุ้นมีความมั่นใจและสนับสนุนบริษัท
5. ต่อองค์การ โดยให้ความรักและภักดี
6. ต่อคู่ค้า (Supplier) ได้แก่ให้ความเป็นธรรมด้านราคา รักษาคำมั่นสัญญาที่มีทางการค้า

7. <u>ต่อการเมืองและมวลชน</u> คือ ธุรกิจที่ทำเกี่ยวกับการขายข่าวสารต้องให้ข่าวสารที่ไม่บิดเบือนความจริง ต้องสนับสนุนประชาธิปไตย
8. <u>ต่อคู่แข่ง</u> โดยการแข่งขันที่เป็นธรรม (แข่งด้วยประสิทธิภาพทางการบริหารงาน สนับสนุนการแข่งขันด้านราคาอย่างยุติธรรม และร่วมกันสร้างสรรค์ธุรกิจแขนงเดียวกันให้ก้าวหน้า
9. <u>ต่อรัฐบาล</u> โดยไม่เลี่ยงภาษี
10. <u>ต่อสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์</u> โดยเทินทูนสถาบัน การทำนุบำรุงช่วยบริจาค การอยู่ในศีลธรรม
11. <u>ต่อตนเอง</u> โดยซื่อสัตย์สุจริตในหน้าที่
12. <u>ต่อครอบครัว</u> โดยให้คนในครอบครัวเกิดความสบายใจ, การให้เวลากับครอบครัว ไม่เกิดปัญหาครอบครัว, การไม่ทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงของวงศ์ตระกูล
13. <u>ต่อชาวต่างประเทศ</u> โดยสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อคน
14. <u>ต่อผู้ด้อยโอกาส</u> โดยไม่ทำให้รู้สึกน้อยเนื้อต่ำใจ

โดยในข้อ 1, 2, และ 3 นั้นมีผู้บริหารจำนวนตั้งแต่ 25 คนขึ้นไประบุถึงหัวข้อดังกล่าว สำหรับหัวข้ออื่นๆ มีจำนวนผู้บริหารระบุถึงเพียงหัวข้อละ 1-6 ราย สำหรับหลักจริยธรรมที่ผู้บริหารยึดถือเป็นแบบอย่างในการดำเนินธุรกิจของตน จะครอบคลุมจริยธรรมหลักๆ ดังได้กล่าวมาแล้ว อาทิ ความซื่อสัตย์ ยุติธรรม, การมีไมตรี, การทำสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูกค้า, การดูแลลูกน้องหรือลูกจ้างให้มีความสุข มีความเป็นอยู่ที่ดีตามสถานภาพ, การคำนึงถึงสภาพแวดล้อม การไม่สร้างมลพิษในอากาศ แม่น้ำลำคลอง เป็นต้น นอกจากนี้นักธุรกิจกับผู้บริหารของไทยยังได้ระบุถึงจริยธรรมที่เกี่ยวกับตนเองว่าควรจะมีความรอบคอบ, ความกล้าหาญ, การรู้จักประมาณ และการมีส่วนสร้างงานให้ประชาชนมีงานทำ

ตัวอย่างแนวคิดของผู้บริหารในเรื่องหลักจริยธรรมในการค้าและธุรกิจ

<u>ประธานหอการค้าจังหวัดที่หนึ่ง</u>

- ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ยุติธรรม
- คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดแก่สภาพแวดล้อมและชุมชนในอนาคต โดยวางแผนการดำเนินงานโรงงานให้สอดคล้องกับกฎหมายสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้อง
- ให้การสนับสนุนตอบแทนประโยชน์เพื่อสังคม โดยจัดสรรผลตอบแทนการลงทุนมาสร้างสาธารณะประโยชน์แก่สังคม เช่น การสร้างศาลาพักผ่อนให้แก่ผู้สัญจร การให้ทุนการศึกษาแก่ผู้ขาดแคลนทุนทรัพย์

- พยายามสร้างงานให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ และให้ความอนุเคราะห์ตามควรแก่อัตภาพ

ประธานหอการค้าจังหวัดที่สอง

- ความรอบคอบ หมายถึง การเล็งเห็นหรือหยั่งรู้ได้ง่ายและชัดเจนว่า อะไรควรปฏิบัติ อะไรไม่ควรปฏิบัติ
- ความกล้าหาญ หมายถึง การกล้าเสี่ยงต่อการเข้าใจผิด กล้าเผชิญต่อการใส่ร้ายและเยาะเย้ย เมื่อมั่นใจว่าตนกระทำความดี
- การรู้จักประมาณ หมายถึง การรู้จักควบคุมความต้องการและการกระทำต่างๆ ให้อยู่ในขอบเขตอันควรแก่สภาพและฐานะของบุคคล
- ความยุติธรรม หมายถึง การให้แก่ทุกคน และแต่ละคนตามความเหมาะสมซึ่งจะต้องระลึกว่า เรามีกำลังให้เท่าใด ควรให้แก่ใครเท่าใด

กรรมการบริหารธุรกิจร่วมลงทุนแห่งหนึ่ง

- ความเป็นจริง อิงเที่ยงธรรม นำไมตรี ดีทุกฝ่าย

ผู้อำนวยการฝ่ายบริการ ธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายพลาสติก

- ดูแลพนักงานให้มีความเป็นอยู่ที่ดีตามควรแก่สถานภาพ
- ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจและปลอดภัยเพราะได้ของที่ดี
- มุ่งมั่นขยายกิจการตามความเหมาะสมทางเศรษฐกิจ

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ธุรกิจส่งออกอาหารทะเลแช่แข็ง

- ควรมีการสร้างบ่อเก็บกักน้ำเสียก่อนทิ้ง ซึ่งถึงแม้ว่าจะต้องลงทุนหลายล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการรักษาแต่ละเดือนสูง
- การส่งออกเมื่อเรารับคำสั่งซื้อจากลูกค้าไว้แล้ว แต่ราคาวัตถุดิบในประเทศสูงขึ้นบางครั้งเราก็ขาดทุน แต่เราก็ยอมซื้อวัตถุดิบซึ่งแพงเหล่านั้นเข้ามาผลิต เพื่อรักษาชื่อเสียงของบริษัทและประเทศเอาไว้

ผู้จัดการธุรกิจการค้าเคมีภัณฑ์

- ในการดำเนินธุรกิจนั้น การเจรจาธุรกิจหรือการติดต่อใดๆจะต้องคำนึงถึงว่าสิ่งที่จะพูด จะคิด และจะทำนั้น
  - * เป็นความจริงหรือไม่
  - * มีความเที่ยงธรรมหรือไม่
  - * นำไมตรีหรือไม่
  - * ดีต่อทุกฝ่ายหรือไม่ ("จริยธรรมกับการทำธุรกิจ", 2535, หน้า 47-56)

จริยธรรมธุรกิจแนวของพุทธจริยศาสตร์

ในทางพุทธศาสนา พฤติกรรมหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจจะไม่แยกจากกิจกรรมด้านอื่น ๆ ของชีวิต การมีชีวิตที่ดีก็จะต้องมีกิจกรรมที่ดีในด้านต่าง ๆ ที่สอดคล้องกลมกลืนกัน สัมมาอาชีวะหรือการเลี้ยงชีพชอบหรือการเป็นอยู่โดยชอบหรือการปฏิบัติทางเศรษฐกิจโดยถูกต้องนี้ก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งหรือเป็นส่วนประกอบอย่างหนึ่งในวิถีชีวิตหรือระบบการดำเนินชีวิตที่เรียกว่ามรรค8 พุทธศาสนาเน้นหลักที่ว่า ความสุขสงบเป็นสาระสำคัญที่จำเป็นของจริยธรรม เป็นสิ่งที่ให้ความหมายแก่การประพฤติธรรมเป็นหลักยึดหรือฐานค้ำชูของการประพฤติธรรม ทั้งในระดับการปฏิบัติจริยธรรมหรือระดับจริยธรรมทั่วไป (พระราชวรมุนี, 2529, หน้า 556 - 557) บุคคลทุกคนจึงมีความสุขอันชอบธรรมที่เหมาะสมกับระดับชีวิตของตนซึ่งทางพระพุทธศาสนาได้แบ่งความสุขเป็น 3 ขั้น คือ กามสุข, ฌาณสุข, และนิพพานสุข

การแสวงหาความสุขขั้นกามสุขหรือการแสวงหาความสุขทางกาย หรือทางวัตถุนั้นมิได้เป็นสิ่งขัดแย้งกับพุทธจริยศาสตร์แต่อย่างใด เพียงแต่ว่าในการแสวงหาความสุขนั้น มนุษย์ไม่ควรปล่อยใจให้ไปหลงใหลหรือติดยึดกับความสุขเหล่านั้นเพื่อจิตใจจะได้มีอิสสระและพร้อมที่จะก้าวหน้าไปสู่ความสุขในขั้นที่สูงต่อไป คือ ฌาณสุข อันเป็นความสุขที่เกิดขึ้นกับจิตใจภายในและนิพพานสุขคือความหลุดพ้นจากกิเลศทั้งปวง

พุทธศาสนายอมรับความสำคัญของประโยชน์สุข หรือจุดหมายชีวิตในทุกระดับแม้ว่าคนโดยทั่วไปจะไม่สามารถดำเนินชีวิตไปถึงระดับสูงสุด คือนิพพานได้ แต่ก็ควรจะมุ่งจุดหมายชีวิตไปให้ถึงประโยชน์ปัจจุบัน และประโยชน์เบื้องหน้าให้ได้ ในมรรค 8 ซึ่งเป็นระบบจริยธรรมของพระพุทธศาสนานั้นมีองค์ประกอบอยู่ข้อหนึ่ง คือ สัมมาอาชีวะ ซึ่งแปลว่าการเลี้ยงชีพชอบแสดงว่าพุทธศาสนายอมรับความสำคัญของเศรษฐกิจเช่นกัน ในหนังสือเกี่ยวกับพุทธศาสนามีรายละเอียดกล่าวถึงความจำเป็นทางวัตถุต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์โดยเฉพาะความจำเป็นของการมีปัจจัย 4

หลักสัมมาอาชีวะคือการประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจผลิตสินค้าที่ให้คุณแก่มนุษย์ไม่ผลิตสินค้าที่เป็นโทษ มีสินค้า 5 ประเภทที่พระพุทธองค์ได้ทรงเทศนาให้พึงละเว้นเพราะเป็นมิจฉาชีพ คือ

1. สัตถวณิชชา - การค้าขายศัสตราอันเป็นเครื่องประหาร เช่น หอก ดาบ ปืน เป็นต้น
2. สัตตวณิชชา - การค้าขายมนุษย์
3. มังสวณิชชา - การค้าขายสัตว์เป็น และเนื้อสัตว์ที่เข้าฆ่าเป็นอาหาร
4. มัชชวณิชชา - การค้าขายน้ำเมา

5. วิสวณิชชา - การค้าขายยาพิษ (อังคุตตรนิกาย ปัญจก-เกกนิบาต เล่มที่ 22 ข้อที่ 177)

การค้าขายสินค้าดังกล่าวมานี้ ตามหลักฐานของพุทธศาสนาถือเป็นการประกอบการงานที่มีโทษ คือ มีโทษต่อผู้อื่นและต่อสังคมโดยรวมด้วย หากสังคมทั่วไปเดือดร้อน ในที่สุดบุคคลก็จะต้องเดือดร้อนไปหมดรวมไปถึงผู้ประกอบการค้านั้นด้วย

หลักสัมมาอาชีวะ นอกจากจะกำหนดให้ผลิตสินค้าที่ให้คุณแก่มนุษย์และไม่ผลิตสินค้าที่เป็นพิษเป็นภัยแล้วยังยึดหลัก **อรรถประโยชน์** อันเป็นหลักของการไม่เบียดเบียนตนเอง, ผู้อื่นหรือสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคด้วย คำว่าไม่เบียดเบียนผู้อื่นในพุทธศาสนานั้นมิใช่เฉพาะคนเท่านั้น แต่เป็นการที่ไม่เบียดเบียนชีวิตทั้งปวงคือระบบชีวิตทั้งหมดที่สัมพันธ์กันในสภาพแวดล้อมซึ่งได้แก่มนุษย์, ธรรมชาติและสังคม เพราะในระบบการดำรงอยู่ของมนุษย์นั้นจะต้องสัมพันธ์และยังต้องอาศัยองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างนี้

หลักพุทธจริยศาสตร์ข้อนี้เป็นหลักที่สอดคล้องกับจริยธรรมในการผลิตตามมาตรฐานสากลซึ่งในปัจจุบันนี้องค์การค้าโลกได้ออกกฎ ISO 14000 เพื่อใช้ควบคุมการผลิตไม่ให้เป็นการทำลายธรรมชาติ และสภาพแวดล้อม หลักอรรถะประโยชน์ตามพุทธศาสนานั้นถือว่าการกระทำที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั้นคือการกระทำที่จะต้องทำให้ทั้งตนเองและผู้อื่นได้รับความสุขทั้งสองฝ่าย ไม่ใช่การกระทำที่ผู้กระทำได้รับประโยชน์สุขเพียงผู้เดียวหรือผู้อื่นได้รับประโยชน์สุขฝ่ายเดียว การสร้างอรรถะประโยชน์ตามพุทธศาสนาจึงเป็นการประสานประโยชน์ของทุกฝ่ายซึ่งสอดคล้องกับจริยธรรมธุรกิจในปัจจุบันที่คำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ เจ้าของธุรกิจ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่แข่งขัน เจ้าหนี้ สหภาพแรงงาน ผู้ขายวัตถุดิบ หุ้นส่วน ลูกจ้าง รัฐบาล สมาคม และ ชุมชน

หากพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ก็จะพบว่าปัญหาความขัดแย้งระหว่างนายจ้างและลูกจ้างนั้นเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่เสมอในธุรกิจปัจจุบันนี้ โดยมีสาเหตุหลายประการ เช่น การที่ลูกจ้างไม่มีความรับผิดชอบหรือเพราะความไม่เคยชินต่อระบบการทำงานในสาขาอุตสาหกรรม, นายจ้างไม่ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน ไม่ปกครองด้วยระบบที่เป็นธรรมหรือมีรู้จักสร้างขวัญกำลังใจ ขาดความเข้าใจในความต้องการของลูกจ้าง, นายจ้างไม่ขึ้นค่าแรงเพราะจะทำให้ต้นทุนสูงขึ้น ได้กำไรน้อย, หรือลูกจ้างรู้สึกว่าถูกเอาเปรียบ ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นนั้น หากไม่แก้ไขโดยใช้หลักจริยธรรม ถ้าฝ่ายหนึ่งได้อีกฝ่ายหนึ่งก็มักจะเป็นฝ่ายเสีย

ตามหลักเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ (พระเทพเวที, 2532 , หน้า233-234) สาเหตุสำคัญของความขัดแย้งต่าง ๆ นั้นมาจากความเห็นแก่ตัว ทั้งฝ่ายลูกจ้างและนายจ้าง ลูกจ้างเห็นแก่ตัวโดยไม่คำนึงถึงประสิทธิภาพการผลิตของตนและไม่คำนึงถึงสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจสังคมและอื่น ๆ ตลอดจนความยากลำบากของนายจ้าง ส่วนนายจ้างก็เห็นแก่ตัวเพื่อให้ได้กำไรมากที่สุด จึงไม่

คำนึงถึงความเป็นธรรมและม่คำนึงถึงชีวิตจิตใจของลูกจ้าง ดังนั้น การแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างสองฝ่ายจะต้องพยายามประสานประโยชน์ โดยยึดหลักของพระพุทธศาสนาที่เรียกว่า **สาราณียธรรม** (ทีฆนิกายปาฏิวัคค์, เล่มที่ 253 ข้อที่ 317) โดยนำองค์ธรรมในแต่ละข้อไปปรับใช้ในการหาจุดกึ่งกลางดังนี้

1. จุดกลางทางความคิด โดยยึดหลัก**เมตตามโนธรรมสร้างความรู้สึกที่ดีต่อกันมีความรักความเมตตา ความปรารถนาดี โดยการไม่มีเวร ไม่มีภัย ไม่เบียดเบียนกันและมีเมตตาวจีกรรม** คือ การสื่อสารสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน แสดงออกมาด้วยรูปของคำจริง คำสมานสามัคคี คำไพเราะอ่อนหวานและคำที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตน ปรับความคิดให้ยอมรับความจริงว่าความดำรงอยู่และความเจริญก้าวหน้าของการดำเนินงานคือการดำรงอยู่และความเจริญก้าวหน้าของกิจกรรมเหล่านั้น มิใช่ต่างฝ่ายต่างรับผลตอบแทนที่มากเกินไป เพราะความอยากย่อมนำความพิบัติมาให้ ดังพุทธพจน์ที่ว่า "ความโลภเป็นอันตรายต่อธรรมทั้งหลาย " เพราะเมื่อความอยากครอบงำเหตุผลแล้วสติปัญญาในการทำงานก็จะหลบหายไป มีแต่ความเขลา ย่อมเป็นการทำลาย ทั้งตนเอง และผู้อื่น คนปัญญาทรามย่อมฆ่าคนได้เหมือนฆ่าคนอื่น เพราะความอยากได้โภคทรัพย์นั่นเอง (สังยุตตนิกาย สคาถวรรค เล่มที่ 15 ข้อที่ 73 และข้อที่ 79)

2. จุดกลางทางกิจกรรม การประกอบกิจกรรมที่ประกอบด้วย **เมตตาทางกายกรรม** อันแสดงให้เห็นถึงความรักความปรารถนาดี ต่อกันทั้งสองฝ่าย เช่น ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง ตามหลักฐานของพุทธศาสนาแสดงว่าพระพุทธเจ้าทรงแสดงไว้ในสิงคาลกสูตรทีฆนิกาย ปาฏิวรรค เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติของนายจ้างต่อลูกจ้าง เช่น การจัดให้ทำงานตามความเหมาะสมกำลังความสามารถ, ให้ค่าจ้างรางวัลอย่างเหมาะสมเป็นธรรม, การจัดสวัสดิการให้เพียงพอ, ให้มีวันหยุดพิเศษ เป็นต้น สำหรับลูกจ้างก็ให้มีปฏิกิริยาตอบสนองด้วยความขยันขันแข็งในการทำงานโดยเริ่มงานก่อนและเลิกงานทีหลังนายจ้าง, มีความซื่อสัตย์, ปรับปรุงพิจารณางานให้ดีขึ้น, เผยแพร่ยกย่องความดีของนายและกิจการ (ทีฆนิกาย ปาฏิกวัคค์ เล่มที่ 11 ข้อที่ 171)

3. จุดกลางด้านผลประโยชน์ ปัญหาความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ระหว่างฝ่ายเจ้าของกิจการ กับฝ่ายพนักงานลูกจ้างเป็นเรื่องสำคัญมาก จึงต้องหาจุดกลางทางความคิด ในลักษณะที่เรียกว่า สมานประโยชน์กัน โดยอาศัยเมตตาจิตเป็นหลัก แบ่งปันลาภที่ได้มาในทางที่ชอบธรรมต่อกัน ไม่หวงไว้เพื่อตนเพียงฝ่ายเดียว เป็นเหตุให้ไม่ได้รับความสุขอย่างที่พระพุทธศาสนาแสดงไว้ว่า "การบริโภคคนเดียวไม่ได้สุข"

หลักสาราณียธรรมในพุทธศาสนา จึงเป็นหลักจริยธรรมในการประกอบธุรกิจของนักธุรกิจไทยได้เป็นอย่างดีจนถือได้ว่า เป็นหลักจริยธรรมธุรกิจที่เป็นสากลได้ (สุภาวดี นัมคณิสรณ์, 2539)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมของนักธุรกิจ

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการมีจริยธรรมของนักธุรกิจนั้นมีหลายประการ ซึ่งอาจจำแนกออกเป็นสองปัจจัยหลักคือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental factors) เช่นนโยบายและวัฒนธรรมขององค์กร รวมทั้งระบบเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมของสังคม กับปัจจัยด้านบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล (Personal factors) เช่นค่านิยมและความคิดของบุคคลอันเนื่องมาจากปรัชญา ศาสนา และลักษณะของภูมิหลังของแต่ละคน ปัจจัยที่เลือกมาศึกษาในงานวิจัยนี้ได้แก่

1. ปรัชญาจริยธรรมของบุคคล (Personal moral philosophy)
2. ค่านิยมทางศาสนา (Religious values)
3. ทัศนคติต่อความสำคัญระหว่างการมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม กับความสำเร็จของธุรกิจ (The perceived importance of ethics and social responsibility on organizational effectiveness)
4. ลักษณะภูมิหลังของบุคคล (Socio-economic background)
5. วัฒนธรรมของสังคม (Social culture)
6. ระบบเศรษฐกิจและการเมือง (Economic and political systems)
7. วัฒนธรรมขององค์กร (Corporate culture)

ปรัชญาจริยธรรมของบุคคล (Personal moral philosophy)

ปรัชญาจริยธรรมของบุคคล คือ ค่านิยมทางจริยธรรม หรือคุณค่าทางจริยะที่แต่ละบุคคลยึดถือ มีความเชื่อว่า การกระทำหรือการประพฤติอย่างไรที่ถูกต้อง เหมาะสม ดีงาม และการกระทำหรือการประพฤติปฏิบัติอย่างไรที่ไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสม หรือผิดทางศีลธรรม จริยธรรมซึ่งแต่ละบุคคลจะมีหลักเกณฑ์ มีระบบในการพิจารณาตัดสินของตนเอง ในทฤษฎีจริยธรรมของ Kohlberg (1976) ที่ได้นำเสนอมาแล้วในตอนต้นของบทนี้ ได้แสดงให้เห็นหลักเกณฑ์ในการพิจารณาความถูก-ผิด ของบุคคล ซึ่งแตกต่างกันตามวุฒิภาวะ ตามทฤษฎีของ Kohlberg เหตุผลทางจริยธรรมมีระดับสูงต่ำไม่เท่ากัน ยังมีอีกหลายทฤษฎีทางจิตวิทยาที่ได้อธิบายถึงรากฐานของจริยธรรมซึ่งมีที่มาต่างๆกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักจิตวิทยากลุ่มต่างๆ มีปรัชญาจริยธรรมที่ต่างกัน เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning) ของ Bandura (1977) เน้นความสำคัญของตัวแบบพฤติกรรมที่มีอิทธิพลในด้านการเสริมแรงพฤติกรรมที่จะให้บุคคลเลียนแบบ เพื่อทำให้เป็นที่พอใจและได้รับผลตอบแทนรางวัลที่พึงพอใจ ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของ Freud (1927) เน้นจิตใต้สำนึก ความสำนึกผิด กลัวบาป เป็นสาเหตุสำคัญของการไม่ทำผิดศีลธรรม ต้องเชื่อฟังคำสั่งสอนผู้ใหญ่ (Superego) แต่ในงานวิจัยนี้จะจำแนกความแตกต่างระหว่างบุคคลตามความเชื่อ เหตุผลหรือหลักเกณฑ์ที่บุคคลใช้วินิจฉัยความดี ความถูกต้อง เป็นการจำแนกตามแนวของปรัชญา

ปรัชญาจริยธรรมถูกจำแนกแตกต่างออกไปหลายปรัชญาตามนักปรัชญาสำนักต่างๆกัน การที่มีหลายแนวคิดเพราะว่านักปรัชญามีทัศนะเกี่ยวกับโลก เกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ เป้าหมายของชีวิต และวิถีทางที่จะบรรลุเป้าหมายชีวิตแตกต่างกัน จึงทำให้ปรัชญาจริยศาสตร์มีหลายแนวคิดหากจะจำแนกตามความแตกต่างในรายละเอียดปลีกย่อยออกไป แต่หากจะจำแนกเป็นกลุ่มที่มีแนวคิดแตกต่างกัน ซึ่งเห็นได้ชัดสามารถจะจำแนกได้เป็น 2 แนวคิด คือ ปรัชญาจริยธรรมแนวอุดมการณ์นิยม (Idealism) และปรัชญาจริยธรรมแนวสัมพัทธ์นิยม (Relativism) เท่านั้น (Forsyth 1992)

Forsyth (1992) อ้างว่าแต่ละบุคคลจะมีค่านิยมที่โน้มเอียงแตกต่างกันตามปรัชญาหลักทั้ง 2 ปรัชญานี้ สำหรับบุคคลที่มีความโน้มเอียงไปทางขั้วสุดของสัมพัทธ์นิยมจะเป็นผู้ที่มีความรู้สึกว่าจริยธรรมขึ้นอยู่กับสถานการณ์และบุคคลที่เกี่ยวข้อง เมื่อตัดสินพฤติกรรมของผู้อื่นก็จะคำนึงถึงสถานการณ์แวดล้อมที่จำเป็นมากกว่าจะคำนึงถึงการละเมิดหลักศีลธรรมจริยธรรม สำหรับผู้ที่ไม่มีความโน้มเอียงหรือมีความเชื่อน้อยในหลักสัมพัทธ์นิยมจะมีความคิดเห็นตรงกันข้าม จะยึดหลักการกระทำที่สอดคล้องกับมาตรฐานทางจริยธรรมของสังคมและกฎหมาย สำหรับความแตกต่างระหว่างบุคคลในแนวคิดอุดมการณ์นิยม Forsyth (1992) อธิบายว่าผู้ที่ยึดมั่นในอุดมการณ์นิยม (Idealist) จะเป็นผู้ที่สนใจในสวัสดิภาพของผู้อื่นและรู้สึกว่าการทำสิ่งใดที่จะกระทบกระเทือนหรือเป็นภัยต่อผู้อื่นแล้วต้องหลีกเลี่ยงเสมอโดยไม่ยอมแม้แต่การที่จะต้องเลือกระหว่างการกระทำที่ผิดมากหรือผิดน้อย สำหรับผู้ที่มีความเชื่อถือน้อยในอุดมการณ์นิยมจะมีลักษณะตรงกันข้าม กล่าวคือจะไม่เน้นในอุดมการณ์เช่นนั้น เพราะเขาถือว่าการกระทำที่สร้างความเจ็บปวดในบางครั้งอาจจำเป็นที่จะต้องทำเพื่อจะก่อให้เกิดผลดีภายหลัง

การจำแนกปรัชญาจริยธรรมออกเป็นแนวอุดมการณ์นิยม (Idealism) และแนวสัมพัทธ์นิยม(Relativism) อาจมีพื้นฐานมาจากหลักปรัชญาจริยศาสตร์ที่แบ่งเกณฑ์การตัดสินการกระทำว่าถูกหรือผิดออกเป็น 2 แนวคิดคือ ปรัชญาพันธนิยมหรือหน้าที่นิยม (Deontologism) และ ปรัชญาประโยชน์นิยม (Utilitarianism)

ปรัชญาพันธนิยมหรือหน้าที่นิยม (Deontologism)

หลักการพื้นฐานของลัทธิพันธนิยมหรือหน้าที่นิยมกำหนดว่ามนุษย์ทุกคนในสภาพปกติจะต้องมีความสำนึกว่าอะไรเป็นหน้าที่จะต้องกระทำหรือหลีกเลี่ยงโดยอัตโนมัติ และเมื่อสำนึกแล้วก็มีพันธะจะต้องปฏิบัติตาม มาตรการทางจริยธรรมคือ การทำตามพันธะดังกล่าว นักปรัชญาผู้นำในแนวคิดนี้ชื่อว่า Immanuel Kant (1724 - 1804) ชาวเยอรมัน ซึ่งเป็นนักจริยศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่ของโลกคนหนึ่ง ในทัศนะของKant การกระทำที่มีคุณค่าทางศีลธรรมต้องมาจากเจตนาที่ดีเป็นไปด้วยการสำนึกในหน้าที่ สิทธิและหน้าที่ซึ่งเกิดขึ้นในความสำนึกถึงการอยู่ร่วมกันเป็นสังคม เป็นเครื่องชี้บ่งว่า อะไรผิด อะไรถูก โดยไม่คำนึงว่าจะเกิดประโยชน์อย่างไรหรือไม่ ตรง

กันข้ามหากใช้ประโยชน์หรือผลเป็นเครื่องวัดเพื่อการตัดสินใจในการกระทำก็อาจจะก่อให้เกิดการใช้วิธีการที่ชั่วร้ายมาใช้เพื่อให้เกิดผลลัพท์สูงสุดก็ได้และผลอันเป็นเป้าหมายนั้นไม่ได้เป็นเครื่องประกันว่าจะใช้วิธีการที่ถูกต้องหรือไม่ (Ends does not justify the means) ทั้งเป้าหมายและวิธีการจะมีคุณค่าหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าอยู่ในความสำนึกหรือไม่ หากสำนึกก็มีคุณค่าทางจริยธรรม หากไม่สำนึกก็ไม่มีคุณค่า ความสำนึกเป็นเหตุผลที่เกิดขึ้นในสมองของมนุษย์ทุกคน คานท์ได้แนะนำให้ใช้คติพจน์ (Maxim) ทั้ง 3 ข้อต่อไปนี้เป็นหลักตัดสินแทนความสำนึกในหน้าที่คือ

1. "อย่าปฏิบัติต่อผู้อื่นในสิ่งที่ท่านไม่อยากให้คนอื่นปฏิบัติเช่นนี้ต่อท่าน" ("Do not do to others what you would not like it done to you") หรือ "จงปฏิบัติต่อผู้อื่นในสิ่งที่ท่านอยากให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อท่าน" ("Do as you would be done by") (Stewart , Chiu and Wong 1997)
2. การเคารพความเป็นมนุษย์ (Respect for every human being)โดยยึดถือว่ามนุษย์เป็นเป้าหมายไม่ใช่เป็นเครื่องมือ
3. การเคารพในความมีอิสระเสรีภาพของมนุษย์ (Respect for human freedom and liberty)

สำหรับKant การตั้งอยู่ในเหตุผล การเคารพกฎศีลธรรมและการยึดมั่นในหลักการเป็นสิ่งที่ควรกระทำ ปรัชญาของKant เข้มงวดมาก ถ้าการกระทำอันหนึ่ง เช่น การทำลายชีวิตเป็นสิ่งผิดก็จะผิดโดยไม่มีข้อแม้ใดๆ หลักการสำคัญกว่าผลที่ได้ หลักจริยธรรมของ Kant เป็นหลักจริยธรรมสากล เป็นอุดมการณ์นิยม (Idealism) และเป็นสัมบูรณนิยม (Absolutism) คือ เป็นทัศนะที่ถือว่าการกระทำจะดีหรือชั่วมิได้อยู่ที่ผลที่การกระทำนั้นก่อให้เกิดอะไรขึ้น แต่อยู่ที่ว่าการกระทำนั้นเป็นไปตามเกณฑ์บางอย่างที่แน่นอนหรือไม่ คำสอนในศาสนาเทวนิยมเป็นสัมบูรณนิยมซึ่งถือว่าการทำดีคือการกระทำตามบัญญัติของพระเจ้า พระเจ้าและบัญญัติของพระเจ้าเป็นสิ่งที่ตายตัวแน่นอนไม่เปลี่ยนไปตามกาลเวลาและสถานที่ หลักจริยธรรมของKant เรียกว่าลัทธิพันธนิยม (Deontologism)

ปรัชญาประโยชน์นิยม (Utilitarianism)

นักปรัชญาที่ทำให้ลัทธิประโยชน์นิยมเป็นที่รู้จักแพร่หลายและมีอิทธิพลทางความคิดด้านจริยศาสตร์คือ James Stuart Mill (1806-1873) นักปรัชญาชาวอังกฤษ หลักการของประโยชน์นิยมคือ "ความสุขมากที่สุดสำหรับคนจำนวนมากที่สุด" (กีรติ บุญเจือ, 2538, หน้า 14; Mill, 1967) ลัทธิประโยชน์นิยมเป็นปรัชญาทางศีลธรรมที่พัฒนาขึ้นในประเทศอังกฤษระหว่างศตวรรษที่ 18-19 มีอิทธิพลต่อระบบการเมืองและเศรษฐกิจของลัทธิทุนนิยมอย่างกว้างขวางเรื่อยมา ลัทธินี้เน้นความสำคัญของปัจเจกชน (Individualism) ผู้แสวงหาความสุขเป็นผู้อยู่ดีในขอบเขตของหลักการเพื่อผลประโยชน์ ซึ่งกำหนดไว้ว่าข้อเลือกเสรีของปัจเจกชน (Individual