จริยธรรมทางธุรกิจการขายออนไลน์ในพุทธศาสนา

ONLINE BUSINESS ETHICS IN THERAVADA BUDDHISM

ลลิมาดา ศรีจำรูญ

Lalimada Srichamroon

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Corresponding Author Email: lalimada.noey@gmail.com

Received September 8, 2021; **Revised** September 20, 2021; **Accepted:** September 21, 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจริยธรรมทางธุรกิจการขายออนไลน์ในพุทธศาสนา โดยศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่า การขายออนไลน์เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีการขายสินค้าอย่างรวดเร็วสะดวก จึงเกิดผู้ขายเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก การแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ผลที่ตามมาคือเกิดความไม่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และเกิดการแสวงหากำไรเกินควร ทำให้ลูกค้าไม่มั่นใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า พระพุทธเจ้าทรงวางจริยธรรมเป็นหลักเกณฑ์ในพุทธศาสนา เพื่อเป็นมาตรฐานความประพฤติของมนุษย์ เพื่อให้ดำเนินชีวิตตามอุดมคติของมนุษย์ พุทธจริยธรรมมี 3 ระดับ (1) พุทธจริยธรรมระดับต้น เน้นความสงบเรียบร้อยของสังคม หลักธรรม คือ เบญจศีล เบญจธรรม 6 ตามหลักพุทธศาสนา คือ ศีล เป็นข้อปฏิบัติเริ่มแรกสุด ในการขายออนไลน์ ศีลที่นำมาใช้ คือ ศีลข้อที่ 2 อทินนาทานา เวรมณี คือ การไม่ฉ้อโกง การไม่ทุจริตกับลูกค้า ศีลข้อที่ 4 มุสาวาทา เวรมณี คือ การไม่เบียดเบียนผู้อื่นด้วยคำวาจาที่เป็นเท็จ หลอกลวง (2) พุทธจริยธรรมระดับกลาง เข้าใจตนเองในฐานะผู้ขายออนไลน์ ด้วยหลักธรรม คือ กุศลกรรมบถ 10 คือการขายออนไลน์มีเจตนาที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์ของผู้อื่นและการสื่อสาร จิตใจของผู้ขายจึงต้องมีเจตนาที่บริสุทธิ์จึงจะนำไปสู่การขายที่บริสุทธิ์ได้ (3) พุทธจริยธรรมระดับสูง เป็นการดำเนินชีวิตแบบทางสายกลาง ตามหลักธรรม คือ มรรค การขายต้องมีการวางผลประโยชน์ไว้เสมอกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อให้เกิดความพึงพอใจทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งนี้การขายออนไลน์จึงจำเป็นต้องมีหลักธรรมเข้ามาช่วยสนับสนุนเพื่อให้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างซื่อสัตย์ต่อลูกค้า มีเมตตาธรรม โดยใช้พรหมวิหาร 4 นอกจากนี้ยังใช้สังคหวัตถุ 4 เป็นการให้สงเคราะห์ซึ่งกันและกัน

คำสำคัญ : จริยธรรมทางธุรกิจ, การขายออนไลน์, คุณธรรมจริยธรรมในพระพุทธศาสนา

Abstract

This article has adjective for studies online sales business ethics in Buddhism. By quality educated found selling online is a distribution channel that sells products quickly and conveniently, resulting in a large number of sellers. The competition has increased rapidly result is dishonesty to customers and unreasonable pursuit of profit make customers not confident in online shopping. The study was found that The Buddha laid down ethics as a rule in Buddhism. To be the standard of human behavior. To live according to human ideals. There are 3 levels of Buddhist ethics. Buddhist ethics, elementary level emphasis on social order the principles of the Dharma are the five digits of the six digits. According to Buddhism, precepts are the earliest practices in online selling. The precepts that are used are the second precept, Adinnatana Veramani, which is not fraud. Non-corruption with customers. The fourth precept, Musavada Veramani, is not to harm others with false or deceptive speech. Buddhist ethics at the middle level understand yourself as an online seller. The Dharma principle is that the 10 virtues of charity are online sales with the intent to involve other people's property and communication. The seller's mind must therefore have a pure intent, leading to a pure sale. The high-level Buddhist ethics it's a middle way of life. Dharma is the way The sale requires equality between the buyer and the seller. In order to satisfy both parties. Online sales therefore need to have dharma principles to help support it as a guideline for conducting business with honesty and compassion by using the 4 Brahma Vihara. In addition, Sangahavattha 4 is used to support each other.

Keyword: Business Ethic, Online Sales, Morality and ethics in the Buddha

บทนำ

จากกระแสการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือโซเชียลดำเนินธุรกิจและดำเนินธุรกรรมในเกือบทุกด้านจนนำมาสู่การเปลี่ยนโลก เปลี่ยนวิถีชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันอย่างก้าวกระโดด มีผลให้การดำเนินธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Networking Sites) จำนวนมาก โทรศัพท์มือถือนอกจากจะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้สื่อสารพูดคุยด้วยระบบเสียงธรรมดาแบบที่ผ่าน ๆ มา กลับแปรสภาพเป็นเครื่องรับส่งข้อมูลข่าวสาร การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านภาพและเสียงที่มีมิติหลากสีสันให้ตื่นเต้นและน่าติดตามมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเสมือนเป็นเครื่องย่อระบบสังคมให้ใกล้ชิดและระบบตลาดให้มีขนาดเล็ก

ลง ส่งผลให้คนในสังคมจริงก้าวเข้าสู่สังคม เสมือนในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูล โดยไร้ข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลาหรือเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา สื่อสังคมออนไลน์เป็นกลไกที่ทำให้ระบบการตลาดกระชับพื้นที่ ทำให้ผู้ซื้อ (ลูกค้า) และผู้ขาย (พ่อค้าแม่ค้า) สามารถขายสินค้าหรือบริการตรงต่อกันผ่านระบบบนโลกโซเชียลหรือออนไลน์โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ส่งผลให้ต้นทุนของสินค้าถูกลง ทำให้มีโอกาสเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคา และสร้างผลกำไร จึงดึงดูดให้ผู้ขายรายใหม่เข้าสู่ตลาดการค้าในสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ไร้ทิศทาง โดยไม่จำกัดว่าร้านค้าจะต้องมีร้านจริงทางกายภาพ แต่สามารถทำกิจกรรมค้าขายผ่านร้านค้าออนไลน์ได้

ทั้งนี้ การที่รูปแบบการนำเสนอสินค้ามีความทันสมัย ใช้งานง่าย สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตในปัจจุบันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และผู้ซื้อมีการติดตามข่าวสารของแบรนด์สินค้าที่ตนชื่นชอบ ผู้ขายจึงใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้า และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์สินค้า ควบคู่กับการขยายตลาดในสื่อสังคมออนไลน์ (ฉวีวงศ์, 2560) และที่สำคัญ ผู้ขายหรือผู้ประกอบธุรกิจและผู้ซื้อหรือลูกค้าได้กระจายอยู่ในทุกเพศทุกวัย มีแนวโน้มว่าในอนาคตนี้นักธุรกิจจะอยู่ในวัยเยาว์มากยิ่งขึ้น

การทำธุรกิจโดยทั่วไปคือการมุ่งสร้างผลประโยชน์คือกำไร (Profit) และลดต้นทุน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุดในการทำงาน ระบบการทำให้ธุรกิจจึงมักจะถูกปลูกฝังผ่านแนวความคิดที่ว่ากำไรต้องมาก่อน หรือรายได้นั้นมาก่อน ทำให้หลายๆ ธุรกิจนั้นทำธุรกิจในรูปแบบที่ไม่สนใจความถูกต้อง (Molek, 2560) ในการดำเนินธุรกิจการขายออนไลน์ก็เช่นกัน เมื่อมีธุรกิจการขายออนไลน์เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดการแข่งขันในทางธุรกิจบนพื้นที่โซเชียลมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ส่วนตนหรือกลุ่มตนเป็นสำคัญ จนก่อให้เกิดปัญหาตามมา เช่น การเอารัดเอาเปรียบ การขาดความเมตตา การตัดราคาสินค้า เป็นต้น ซึ่งผลกระทบหรือความเสียหายนี้เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น พนักงานลูกค้า คู่ค้า ตลอดจนชุมชนและสังคม เป็นต้น ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจที่ขาดคุณธรรมจริยธรรม หรือขาดมิติความห่วงใยเชิงสังคม

พุทธศาสนาเป็นเรื่องของการปฏิบัติซึ่งเข้าไปเกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาให้กับชีวิตและความเป็นอยู่จริงของมนุษย์ พุทธศาสนามุ่งเน้นการสอนความจริงที่เป็นประโยชน์ และสั่งสอนเฉพาะสิ่งที่จะนำมาปฏิบัติให้เป็นประโยชน์ในชีวิตจริงด้วยเหตุที่พระพุทธศาสนาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับชีวิตจริงของมนุษย์นี้เอง ความเป็นพุทธธรรมจึงต้องอาศัยการพิจารณาคุณค่าทางจริยธรรมประกอบด้วย และหลักพุทธธรรมยังสามารถใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนได้โดยใช้อิทธิบาท 4 เป็นหลักธรรม เพื่อความสำเร็จ อริยมรรคมีองค์ 8 เป็นหลักแห่งการปฏิบัติตามแนวทางที่ถูกต้อง สุจริต 3 เป็นหลักแห่งความซื่อสัตย์ โปร่งใส พรหมวิหาร 4 เป็นหลักแห่งเมตตาธรรมค้ำจุนโลก และสังคหวัตถุ 4 เป็นหลักแห่งการให้สงเคราะห์ซึ่งกันและกัน หลักธรรมทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักพุทธธรรมที่ช่วยส่งเสริมการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมั่นคงและยั่งยืน (อนุรุธ ว่องวานิช, มปป)

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า การทำธุรกิจการขายออนไลน์เป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นด้านบวกของการทำธุรกิจ ด้านลบของการทำธุรกิจ คือ ผู้ขายบางรายเริ่มไม่ซื่อสัตย์ต่อตนเอง และผู้ซื้อ ทำให้เริ่มขาดคุณธรรมจริยธรรมในการขาย ทางพุทธศาสนาหลักคำสอนเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินชีวิต และการทำธุรกิจ จึงได้นำหลักพุทธธรรมมาใช้ในการทำธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการขายอย่างถูกต้อง สิ่งสำคัญอีกประการ คือ การมีคุณธรรมจริยธรรมในธุรกิจการขายออนไลน์ เพราะไม่เพียงแต่จะเป็นการปลูกฝังให้ผู้ขายออนไลน์ได้รู้จักการบริหารการจัดการอย่างถูกวิธีโดยไม่เบียดเบียนผู้ร่วมงาน หุ้นส่วนทางธุรกิจ ผู้ซื้อ และการมอบสิ่งดี ๆ กลับสู่สังคมแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้ขายออนไลน์ได้ทราบและตระหนักถึงหลักการปฏิบัติหน้าที่ของนักขายออนไลน์และการดำรงตนในสังคมได้อย่างถูกต้องดีงาม โดยการทำให้องค์กรธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทหรือองค์กรธุรกิจได้รับตอบแทนคือ ความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงอาจก่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้า และบริการของผู้บริโภคซึ่งมีค่ามากกว่าผลกำไรอันสูงสุดอีกด้วย (พัฒน์นรี, 2560)

ดังนั้น บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหลักจริยธรรมทางธุรกิจการขายออนไลน์ในพุทธศาสนา โดยเน้นการขายออนไลน์ที่มีจริยธรรมในการทำธุรกิจ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้ขาย และคำนึงถึงคุณประโยชน์ของผู้ขาย (ตน) ผู้บริโภค (ลูกค้า) และสังคม เป็นสำคัญ

แนวคิดเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจออนไลน์

การขายออนไลน์ หมายถึง การนำสินค้าไปประกาศขายตามเว็บไซต์ที่เป็นทำเล หรือ Marketplace ที่ผู้ซื้อกับผู้ขายออนไลน์พบกัน ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ในประเทศไทย เช่น Trade.com และ weloveshopping.com หรือในต่างประเทศ เช่น amazon.com และ eblay.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์สำเร็จรูปที่สามารถประกาศขายได้ทันทีมีบุคคลเข้ามาดูสินค้าหรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม (สิริวรรณ, 2559) ปัจจุบันได้เพิ่มช่องทางการขาย เป็นการขายออนไลน์เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคได้มีการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น เช่น Facebook ,Tiktok, Line เป็นต้น

การขายออนไลน์ เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบันโดยใช้สื่อออนไลน์ในการดำเนินงานให้เกิดความรวดเร็วในการสั่งซื้อ ซึ่งแต่เดิมช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ช่องทางที่จะสามารถนำส่งสินค้าและบริการ ไปสู่ผู้บริโภคได้ตามความต้องการภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังนั้น ในด้านของสถานที่จึงต้องมีการพิจารณาถึง สถานที่ เวลา และบุคคลที่สินค้าและบริการควรจะถูกนำไปเสนอขายให้ โดยปกติการเคลื่อนตัวของสินค้าและบริการไม่ดำเนินไปได้ด้วยดีด้วยตนเอง ธุรกิจจึงต้องทำการเลือกว่าจะใช้ช่องทางทางการจำหน่ายแบบใด และใช้คนกลางประเภทใดบ้างในอันที่จะกระจายสินค้าของตนให้ถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง (วาสนา, 2559)

แต่ในปัจจุบันเมื่อเทคโนโลยี และอินเตอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทภายในชีวิตประจำวันของประชาชน ในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น ก็จะเป็นส่วนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และพฤติกรรมในการซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป จึงส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจที่จะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการขายออนไลน์มากยิ่งขึ้น หรือที่เรียกว่าธุรกิจพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ E-Commerce ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องปรับกลยุทธ์ต่างๆ การนำเสนอขายสินค้าและบริการ การสื่อสารให้แก่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากยิ่งขึ้น และตรงตามความต้องการของลูกค้า จึงจำเป็นที่จะต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปเพื่อสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ (เปรมกมล, 2562) เพราะคนส่วนใหญ่ในปัจจุบันใช้งานอินเตอร์เน็ตมากขึ้นจากเมื่อก่อน ซึ่งกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันตั้งแต่ตื่นนอน จนถึงเข้านอน เพียงแค่มีมือถือสมาร์โฟน แท็บเล็ต เป็นอุปกรณ์ที่พกพาติดตัวไปได้ทุกที่ทำให้การขายออนไลน์สามารถเปิดขายได้ตลอด 24 ชม. คนสามารถเข้าไปดูสินค้าและสั่งซื้อเวลาไหนก็ได้ ทำให้ง่ายสะดวกไม่ต้องเสียเวลาไปถึงร้านค้า

การขายของออนไลน์เป็นสิ่งที่หลายคนมองว่าเป็นการขายที่ง่ายในการจำหน่ายสินค้า ผู้ขายสินค้าทุกคนประสบความสำเร็จ เพราะผู้ซื้อส่วนใหญ่เปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อสินค้ามาเป็นซื้อออนไลน์มากขึ้น แต่ความจริงไม่ใช่ผู้ขายทุกคนที่จะประสบความสำเร็จในการขายสินค้าออนไลน์ เพราะยิ่งมีผู้ขายมากขึ้นเท่าไร ผู้บริโภคยิ่งมีช่องทางในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น ดังนั้นผู้ขายต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อสินค้าเพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนาการขายให้ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ โดยมีหลักการขายออนไลน์ดังนี้ (1) การขายสินค้าออนไลน์ เป็นการขายแบบอิสระไม่มีใครมาควบคุมการทำงานของผู้ขาย ฉะนั้นผู้ขายต้องสร้างความมีระเบียบวินัย ความกระตือรือร้น มีความตั้งใจในการขายสินค้า เพราะผู้ซื้อสินค้าต้องการความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น เมื่อสอบถามรายละเอียดสินค้า ผู้ขายจะต้องตอบสินค้าได้ทันที หรือเว้นช่วงระยะในการตอบได้แต่ควรไม่นาน เพราะเมื่อผู้ซื้อรอคำตอบนาน ผู้ซื้อจะหันไปหาตัวเลือกใหม่ทันที ทำให้ผู้ขายสูญเสียผู้ซื้อคนนั้นไป เป็นต้น (2) การเลือกขายสินค้าที่ตัวเองชอบเป็นหลัก จะทำให้ผู้ขายเกิดการเรียนรู้ ใส่ใจ และเข้าใจในรายละเอียดของสินค้ามากขึ้น สามารถแนะนำสินค้าให้กับผู้ซื้อได้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้ซื้อเกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อง่ายซื้อ และปิดการขายได้อย่างรวดเร็ว (3) เรียนรู้พฤติกรรมของผู้ซื้อ ถือว่าเป็นพื้นฐานเบื้องต้นในการขายสินค้า เพราะพฤติกรรมผู้ซื้อมีมากมาย หลายรูปแบบ ความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นเราจำเป็นต้องเรียนรู้พฤติกรรมของผู้ซื้อ โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ให้ตรงกับสินค้าที่ขาย เลือกเครื่องมือในการขาย เลือกช่องทางที่ผู้ซื้อนิยมซื้อมากที่สุด เช่น Facebook Line Tiktok เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อง่ายต่อการขายสินค้า และตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ (4) ความซื่อสัตย์ต่อผู้ซื้อเป็นหัวใจสำคัญของการขายสินค้า เพราะในปัจจุบันเมื่อมีผู้ขายมากขึ้น เกิดการแข่งขันในการแย่งผู้ซื้อให้มาซื้อสินค้าของตนมากขึ้น ทำให้เกิดความโลภ เช่น การแนะนำสินค้าเกินความเป็นจริง ทำให้ผู้ซื้อได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่ผู้ขายแนะนำ การหลอกลวงผู้ซื้อโดยใช้ราคาสินค้าที่ถูกกว่าผู้ขายอื่น ทำให้

เกิดการหลงเชื่อโอนเงินค่าสินค้า แล้วไม่ได้รับสินค้า การหลอกลวงผู้ซื้อโดยโฆษณาสินค้าเกินความเป็นจริง เมื่อได้รับสินค้ากลับไม่ใช่สินค้าที่โฆษณา เป็นต้น ซึ่งการที่ผู้ขายไม่ซื่อสัตย์กับผู้ซื้อ จะเป็นการซื้อขายเพียงครั้งเดียว ผู้ซื้อจะไม่กลับมาซื้อซ้ำอีกและยังมีบอกต่อกันไปในพฤติกรรมของผู้ขายสินค้าทำให้ธุรกิจของผู้ขายอาจจะมีปัญหาตามมาได้ (5) การขายสินค้าจำเป็นต้องมีคู่แข่งขันเพื่อเป็นตัวเลือกให้กับผู้ซื้อ ซึ่งผู้ขายต้องศึกษาทำการตลาดใหม่ ๆ อยู่เสมอ โดยศึกษาถึงคู่แข่งขันการค้า ทั้งนี้เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงดูดผู้ซื้อ เช่น การจัดโปรโมชั่น การจัดส่วนลด เป็นต้น

1. จริยธรรมทางธุรกิจทั่วไป (General Business Ethics)

จริยธรรมในธุรกิจ หรือ business ethics เป็นการนำหลักจริยธรรมทั่วไปมาใช้กับธุรกิจ จริยธรรมในธุรกิจไม่ใช่เป็นจริยธรรมที่แตกต่างไปจากจริยธรรมทั่วไป อะไรก็ตามที่สังคมถือว่าไม่ถูกต้อง เช่น การทุจริต ธุรกิจก็ต้องถือว่าไม่ถูกต้องเช่นกัน ธุรกิจไม่ควรกำหนดเอาเองว่าอะไรถูกอะไรผิดในด้านจริยธรรมเมื่อนำเอามาใช้กับธุรกิจ ผู้ที่อยู่ในวงธุรกิจจะต้องผูกพันอยู่กับแนวคิดหรือหลักของจริยธรรมอันเดียวกันกับที่สังคมยอมรับ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมกับธุรกิจ จึงสามารถมองได้หลายมุมที่สำคัญ คือ การมองจริยธรรมในฐานะที่เป็นตัวกระตุ้นผู้บริหารให้ความสนใจในความรับผิดชอบต่อสังคม (จินตนา, 2558)

การดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบจริยธรรมนอกจากต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการจัดหาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพราคาเหมาะสมแล้ว องค์กรต้องตอบสนองความต้องการทางด้านสังคมด้วย ซึ่งสังคมคาดหวังให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีจริยธรรมหรือมีความรับผิดชอบ ถ้าองค์กรสามารถปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่องผู้บริโภคจะมีความรู้สึกที่ดีจนทำให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีทั้งต่อตราสินค้าและองค์กรเองด้วย บางครั้งการดำเนินธุรกิจอาจไม่ได้อยู่ภายใต้กรอบจริยธรรมเสมอไป ดังนั้นสินค้าและบริการที่ถูกนำเสนอออกสู่ตลาดไม่ได้มีเพียงประโยชน์ด้านบวกต่อผู้บริโภค แต่อาจเป็นด้านลบได้เช่นกัน ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่ธุรกิจสามารถทำร้ายผู้บริโภค จากการที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการที่ได้มาจากการเอาเปรียบผู้อื่น ซึ่งการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเกิดสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจต้องการไปถึงเป้าหมายมากเกินไป จึงเลือกทางเดินผิด เลือกวิธีที่จะก้าวสู่เป้าหมายแบบไร้คุณธรรมไร้จริยธรรม ไร้จรรยาบรรณ ฉะนั้นการประกอบธุรกิจจึงต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความซื่อสัตย์และเคารพสิทธิของบุคคลอื่นให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ตลอดจนมีการแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับหุ้นส่วนทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรม ดำเนินงานต่าง ๆ โดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก เป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ลูกค้าจะเกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจที่จะทำธุรกิจกับองค์กรและมีความจงรักภักดีต่อองค์กรซึ่งเป็นผลให้การดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น จริยธรรมทางธุรกิจคือที่มาของรายได้และความมั่นของธุรกิจ ฉะนั้นคุณค่าของจริยธรรมทางธุรกิจและความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กัน องค์กรที่มีจริยธรรมในการ

ดำเนินงานสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นในสายตาผู้บริโภคและช่วยลดต้นทุน จริยธรรมทางธุรกิจยังเป็นเครื่องมือในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจอีกด้วย (หรรษมน, 2559)

2. จริยธรรมทางธุรกิจออนไลน์ (Online Business Ethics)

ปัจจุบันการทำธุรกิจการขายออนไลน์ มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร เพียงแค่มีมือถือ เท็บเล็ต และโน้ตบุ๊ค เท่านั้น ก็สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างง่าย และสะดวก ทำให้กลุ่มลูกค้าขยายตัวเพิ่มมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ เมื่อธุรกิจมีการเติบโตมากขึ้น การแข่งขันก็เพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน เพราะเป็นช่องทางการหารายได้ที่รวดเร็ว และบางธุรกิจไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน ยิ่งทำให้ง่ายและสะดวกกับผู้ขาย จึงทำให้เกิดผลลบด้านธุรกิจตามมา เช่น เกิดการฉ้อโกง การหลอกลวง หรือการนำเสนอสินค้าให้บิดเบือนไปจากความเป็นจริง ดังนั้นการทำธุรกิจการขายของออนไลน์ จึงต้องนำจริยธรรมทางธุรกิจเข้ามาช่วยในการดำเนินงานเพื่อเป็นไปตามแนวทางที่ถูกต้อง และเกิดปัญหาในการซื้อขายน้อยที่สุด ซึ่งจริยธรรม นั้นคือ ความประพฤติ การกระทำและความคิดที่ถูกต้องและเหมาะสม การทำหน้าที่ของตนเองอย่างถูกต้องสมบูรณ์ เว้นสิ่งควรเว้น กระทำสิ่งควรทำ ถูกต้องตามกาลเทศะและบุคคล ซึ่งจริยธรรมมีคุณค่าและจำเป็นสำหรับคนทุกคนในทุกสาขาอาชีพทุกสังคม (พัฒน์นรี, 2560) การขายออนไลน์จึงมีจริยธรรมที่เน้นแสวงหาผลประโยชน์อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ โดยมีหลักสำคัญดังนี้ (Anonymous, 2557) (1) มีความเชื่อถือได้ โดยข้อมูลที่เผยแพร่จะต้องมีความเชื่อถือได้ และเป็นที่ยอมรับในการติดต่อสื่อสาร (2) มีความโปร่งใส เช่น ข้อมูลการติดต่อ ข้อมูลทะเบียนการค้า หมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี รายละเอียดสินค้า รูปแบบการชำระเงิน ระยะเวลาจัดส่งสินค้า เป็นต้น และ 3. มีการเก็บความลับและความเป็นส่วนตัว ซึ่งเป็นการเคารพสิทธิ์ความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น เช่น ข้อมูลลูกค้าต้องเก็บเป็นความลับ และนำไปใช้เมื่อได้รับการยินยอมจากอีกฝ่ายเท่านั้น เพื่อให้การทำธุรกิจดำเนินไปได้อย่างราบรื่น พึงพอใจทั้งผู้ขาย และผู้ซื้อ

เมื่อศึกษารูปแบบการขายออนไลน์จำเป็นต้องเข้าใจแนวทางดังต่อไปนี้

2.1 จริยธรรมการขายออนไลน์

1) ขายของดี มีคุณภาพ ในราคายุติธรรม ไม่ก่อให้เกิดอันตรายกับผู้ใช้
2) ขายของที่ถูกกฎหมาย ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ นำเข้าอย่างถูกต้อง ไม่ปลอมแปลง หรือคัดลอกสินค้าของผู้อื่นมาเป็นของตัวเอง
3) ไม่โฆษณาเกินจริง บิดเบือนคุณภาพ สรรพคุณของสินค้า
4) ระบุรายละเอียดที่มา ขนาด ราคา วันหมดอายุ ของสินค้าให้ชัดเจน
5) ไม่กลั่นแกล้ง ให้ร้ายป้ายสีใคร
6) เก็บรักษาข้อมูลลูกค้าและบัญชีของลูกค้าไว้เป็นความลับ และไม่ควรเปิดเผยข้อมูลลูกค้าแก่ผู้อื่นทราบโดยไม่ได้รับอนุญาต

7) ตรงต่อเวลา จัดส่งสินค้าตามที่แจ้ง

8) ตรวจสอบสินค้าและพัฒนาปรับปรุงให้มีคุณภาพอยู่เสมอ

9) ถามมา ตอบได้ ตอบไว ไม่หนี ไม่โกง

10) ใช้ช่องทางรับชำระเงินที่เชื่อถือได้

2.2 ปัญหาจริยธรรมในทางธุรกิจ (จินตนา, 2558)

สาเหตุที่นำไปสู่ปัญหาทางจริยธรรม มีดังนี้

1) ผลประโยชน์ส่วนตัวและความเห็นแก่ตัว ผลประโยชน์ส่วนตัว ความโลภ รวมทั้งกิเลสตัณหา ล้วนแล้วแต่สร้างปัญหาทางจริยธรรมทั้งสิ้น ในทางธุรกิจมีคนที่มีความโลภ ไม่ตรงไปตรงมาเป็นจำนวนไม่น้อย พวกนี้จะมองผลประโยชน์ของตนเองเป็นสำคัญ มองไม่เห็นประโยชน์ของคนอื่นหรือของสาธารณะ

2) การกดดันเพื่อให้ได้มาซึ่งกำไร เมื่อธุรกิจถูกกดดันอย่างรุนแรงเพื่อการแข่งขันในการแสวงหากำไร การแข่งขันจะมีความเข้มข้นรุนแรง และอาจนำไปสู่การดำเนินงานที่ขาดจริยธรรมและผิดกฎหมาย เพื่อเอาชนะอีกฝ่ายหนึ่งหรือให้ตัวเองอยู่รอด การกดดันเช่นนั้นเป็นการตอกย้ำความเชื่อที่ว่าผู้ชนะเท่านั้นที่จะอยู่รอด หรือผู้ที่เข้มแข็งที่สุดจะอยู่รอดได้ และทำให้ผู้บริหารหันมามองผลประโยชน์ของบริษัทเป็นสำคัญ และหาวิธีการทุกอย่างในการเอาชนะคู่แข่งขันโดยไม่คำนึงถึงเรื่องจริยธรรมหรือตัวบทบาทกฎหมายต่าง ๆ เพื่อให้ตัวเองอยู่รอด แม้จะเป็นวิธีที่ผิดจริยธรรม ผู้บริหารกิจการเช่นนี้จะเน้นหรือคิดเพียงหลักพื้นฐานของธุรกิจ (bottom-line mentality) หรือการแสวงหากำไรสูงสุด ดังนั้น วิธีการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความพยายามติดสินบนเจ้าหน้าที่ของรัฐเพื่อให้บริษัทของตนได้ประโยชน์ในทางที่มิชอบหรือเพื่อหลีกเลี่ยงภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ เป็นต้น

3) จุดมุ่งหมายของธุรกิจกับค่านิยมส่วนตัว การขัดแย้งทางจริยธรรมมักเกิดขึ้นได้เมื่อทางบริษัทได้มุ่งเน้นจุดมุ่งหมายของบริษัทและดำเนินการในวิถีทางที่ลูกจ้างบางคนรับไม่ได้ อาจทำให้พนักงานหันไปหาเสียงสนับสนุนจากสาธารณชน หรือร้องเรียนต่อสังคม หลังจากที่ได้พยายามต่อสู้ให้ทางบริษัทแก้ไขในสิ่งผิด มีความเป็นไปได้ที่พนักงานที่ต่อต้านนโยบายและวิธีการของบริษัทเช่นนั้นอาจได้รับการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมจากผู้บริหาร อาจมีการกลั่นแกล้งหรือไม่เป็นธรรมในการให้ความดีความชอบ อย่างไรก็ตาม ปัญหาทางจริยธรรมที่เกิดขึ้นเมื่อพนักงานเห็นว่านโยบายหรือวิธีการของบริษัทไม่ถูกต้อง อาจจะเป็นอันตรายต่อพนักงาน ต่อชุมชน หรือแม้แต่บริษัทเอง พนักงานได้ต่อสู้เรียกร้องแล้วแต่ไม่สำเร็จเนื่องจากผู้บริหารไม่รับฟัง ถือว่าตนเองมีอำนาจและพนักงานต้องทำตามคำสั่งและนโยบายของฝ่ายบริหารเท่านั้น

4) ความขัดแย้งต่างวัฒนธรรม ปัญหาทางจริยธรรมเกิดขึ้นได้เมื่อบริษัทดำเนินกิจการในสังคมที่มีวัฒนธรรมแตกต่างไปจากของตน ความแตกต่างทางวัฒนธรรมนำมาซึ่งความแตกต่างในมาตรฐานทางจริยธรรม บรรดาบริษัทข้ามชาติมักประสบปัญหาเช่นนี้อยู่เสมอ เช่น ประเทศตะวันตก

ยอมรับความเท่าเทียมในการจ้างแรงงานโดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างในด้านเพศหรือผิว แต่ในบางประเทศยังไม่ยอมรับความแตกต่างในด้านเหล่านี้ หรือการส่งเสริมที่ด้อยคุณภาพหรือไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งไม่สามารถขายได้ในประเทศของตนไปขายในประเทศอื่น โดยที่ประเทศนั้นยังไม่มีข้อห้าม อาจเกิดปัญหาทางจริยธรรมได้เช่นกัน ในบางประเทศการจ้างแรงงานเด็กถือว่าไม่เป็นเรื่องเสียหาย แต่ในบางสังคมยอมรับไม่ได้ ซึ่งปัญหาอยู่ที่ว่าจะใช้มาตรฐานของใครเป็นเกณฑ์ในขณะที่ธุรกิจได้ขยายตัวเป็นธุรกิจระดับโลกมากขึ้น และมีบริษัทต่างๆ ปฏิบัติงานต่างแดนต่างวัฒนธรรมมากขึ้น ย่อมทำให้ปัญหามีมากขึ้น

จริยธรรมจะมีผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจก็ต่อเมื่อในการตัดสินใจของผู้บริหารในธุรกิจได้นำเอาจริยธรรมมาเป็นปัจจัยสำคัญ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ถ้าผู้บริหารได้ตัดสินใจโดยคำนึงถึงจริยธรรมหรือเอาประเด็นทางจริยธรรมเข้ามาพิจารณาด้วยแล้ว จริยธรรมก็จะมีผลอย่างแท้จริงต่อธุรกิจ (จินตนา, 2558) หากการดำเนินธุรกิจที่ขาดจริยธรรมนอกจากจะมีผลกระทบต่อผู้บริโภค คู่แข่งขัน และสังคมแล้ว ยังครอบคลุมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อพนักงานในองค์กรอีกด้วย (หรรษมน, 2559)

ข้อเสนอจริยธรรมทางธุรกิจการขายออนไลน์ในพระพุทธศาสนา

จริยธรรมเป็นหลักเกณฑ์ในพระพุทธศาสนา ซึ่งพระพุทธเจ้าได้ทรงวางไว้ เพื่อเป็นมาตรฐานความประพฤติของมนุษย์ ตั้งแต่พื้นฐานเบื้องต้น ท่ามกลาง และระดับสูง เพื่อให้มนุษย์ได้ดำเนินชีวิตอันดีงามตามอุดมคติเท่าที่มนุษย์จะพัฒนาให้ถึงความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ มีสติปัญญา มีความสุขอันสมบูรณ์ที่สุด เพราะพุทธจริยธรรมเป็นเรื่องที่ว่าด้วยอุดมคติของชีวิตหรือความดีอันสูงสุดระดับของพุทธจริยธรรม มี 3 ระดับด้วยกันคือ (พัฒน์นรี, 2560)

(1) พุทธจริยธรรมระดับต้น เป็นการระบุถึงผู้อื่นเป็นหลัก กล่าวคือ เป็นจริยธรรมที่เน้นความสงบเรียบร้อยของสังคม หลักธรรม คือ เบญจศีล เบญจธรรม 6 ตามหลักพุทธศาสนา ศีล นั้นเป็นข้อปฏิบัติเริ่มแรกสุด ที่มุ่งไปที่ความประพฤติปฏิบัติที่เป็นพื้นฐานโดยละเว้นความชั่วต่างๆ ซึ่งเป็นคุณธรรมพื้นฐานในวิถีชีวิตของคนไทยซึ่งอนุมานได้จากการดำเนินชีวิตตามปกติของชาวไทยพุทธ แนวทางคุณธรรมพื้นฐานดังกล่าว ไดแก่ ศีล 5 คือ 1.ปาณาติบาต คือ ไม่มุ่งทำร้ายผู้อื่น 2. อทินนาทานทานา คือ ไม่ทุจริตฉ้อโกง 3. กาเมสุ มิจฉาจารา คือไม่ประพฤติผิดในกาม 4. มุสาวาทา คือ ไม่หลอกลวงกล่าวเท็จ และ 5. สุราเมระยะมัชชะปะมาทัฏฐานา คือ ไม่เกี่ยวของสิ่งเสพติดให้โทษ (ลลิมาดา, 2563) ซึ่งการรักษาศีลเป็นการรักษาทางกาย วาจา และใจ ทำให้เป็นคนที่มีสติ สมาธิ และปัญญา มีความรอบคอบ ในการดำเนินชีวิต

เมื่อมองมิติพุทธจริยธรรมกับธุรกิจออนไลน์แล้ว จะพบว่า การขายออนไลน์ผ่านสื่อเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล เป็นการขายผ่านสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค โอกาสที่ผู้ซื้อสินค้าจะได้สัมผัสหรือเลือกสินค้าประกอบการตัดสินใจโดยตรงด้วยตนเองจึงมี หรือแทบจะไม่มี และผู้ซื้อก็ไม่เคยได้พบกับผู้ขาย จึงทำ

ให้เกิดความยากในการตัดสินตัดสินใจซื้อสินค้า เพราะในปัจจุบันมีผู้ขายออนไลน์เป็นจำนวนมาก พฤติกรรมผู้ขายของแต่ละคนไม่เหมือนกัน เช่น ผู้ขายบางรายโฆษณาเกินความจริงเพื่อหลอกลวงเอาเงินของผู้อื่น ผู้ขายบางรายส่งสินค้าไม่ตรงกับที่โฆษณา เป็นต้น ซึ่งการขายแบบนี้เป็นการขายที่ขาดจริยธรรม คือไม่มีความรับผิดชอบต่อผู้ซื้อ ทำให้ธุรกิจในแบบเดียวกันผู้ซื้อเริ่มมั่นใจที่จะตัดสินใจซื้อออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อให้ดำเนินธุรกิจการขายออนไลน์สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการต้องสร้างความน่าเชื่อให้กับลูกค้าโดยยึดมั่นในจริยธรรมการขายของออนไลน์ โดยนำศีล เข้ามาใช้ในการประกอบธุรกิจเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ เพราะศีล ถือเป็นหลักปฏิบัติเบื้องต้นในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ในการดำเนินธุรกิจได้นำศีล ในข้อที่ 2 และข้อที่ 4 มาใช้เป็นหลักปฏิบัติในการสร้างจริยธรรมธุรกิจการขายออนไลน์ ศีลข้อที่ 2 อทินนาทานทานา เวรมณี คือ การไม่ฉ้อโกง การไม่ทุจริตในสินค้ากับลูกค้า เป็นการสร้างความซื่อสัตย์ให้กับผู้ซื้อ และข้อที่ 4 มุสาวาทา เวรมณี คือ เจตนางดเว้นจากการพูดเท็จ คือ มีความประพฤติ หรือการดำเนินชีวิตที่ปราศจากการเบียดเบียนผู้อื่นด้วยวาจาที่เป็นเท็จหลอกลวง อันเป็นสาเหตุ ตัด รอน หรือทำลายประโยชน์ของผู้อื่นแต่มีความซื่อสัตย์มีสัจจะรักษาสัจจะ พูดแต่ความจริง ความมีประโยชน์ ความสมานฉันสามัคคี เป็นต้น (ลลิมาดา, 2563) คือการสร้างมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ การขายออนไลน์จะต้องไม่เอาเปรียบลูกค้า ไม่โกหกหลอกลวง หรือไม่โฆษณาชวนเชื่อเพียงให้ได้ผลประโยชน์ กำไรแก่ตนเอง แต่มุ่งให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ซื้อ (ลูกค้า) และสังคม เป็นสำคัญ ผู้ขายจะต้องตระหนักงดเว้นจากการมุสาวาท ซึ่งเป็นการละเมิดปกปิดความจริงต่อลูกค้าโดยการนำเสนอ 1. เรื่องไม่จริง (อตถ์ วตฺถ์) 2. จงใจที่จะบิดเบือนให้คลาดเคลื่อนไปจากความจริง (วิสังวาทนจิตฺต์) 3. มีความพยายามที่จะพูด/สื่อ/โฆษณา/ให้ข้อมูลได้เข้าใจผิดคลาดเคลื่อน (ตชฺโช วายาโม) 4.คนอื่น (ลูกค้า) รับรู้และเข้าใจคลาดเคลื่อนตามที่ผู้ขายตั้งใจ (ปรสฺส ตทตฺถวิชานนํ)

(2) พุทธจริยธรรมระดับกลาง เป็นไปเพื่อขัดเกลาตนเองให้มีคุณธรรมสูงขึ้น คือเป็นการเน้นให้เข้าใจตนเองในฐานะผู้ประกอบการขายธุรกิจออนไลน์ ด้วยหลักธรรมคือ กุศลกรรมบถ 10 คือ 1. เจตนางดเว้นจากการฆ่าสัตว์ 2. เจตนางดเว้นจากการลักทรัพย์ 3. เจตนางดเว้นจากการประพฤติผิดในกาม 4. เจตนางดเว้นจากการพูดเท็จ 5. เจตนางดเว้นจากการพูดส่อเสียด 6. เจตนางดเว้นจากการพูดคำหยาบ 7. เจตนางดเว้นจากการพูดเพ้อเจ้อ 8. ความไม่เพ่งเล็งอยากได้ของของเขา 9. ความไม่คิดร้าย 10. ความเห็นชอบ (พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่มที่ 11 ข้อที่ 347 หน้าที่ 362, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539) โดยการพิจารณาจริยธรรมนี้จะพบว่าการขายธุรกิจออนไลน์นั้นเกี่ยวข้องกับการเจตนาที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์ของผู้อื่นและการสื่อสาร ซึ่งรูปแบบดังนี้เป็นการคำนึงถึงผู้ทำธุรกิจว่ามีเป้าหมายในการดำเนินการอย่างไร หากจิตใจของผู้ขายนั้นมีเจตนาที่ดี บริสุทธิ์ก็จะนำไปสู่การค้าขายที่บริสุทธิ์ได้ แต่หากเจตนาของการขายนั้นไม่ชอบหรือต้องการประโยชน์ส่วนตนเท่านั้นจึงนำไปสู่การค้าขายที่คดโกงตามมา

(3) พุทธจริยธรรมระดับสูง เป็นไปเพื่อพัฒนาตนสู่ความเป็นอิสรชนโดยเป็นการดำเนินชีวิตแบบสายกลางตามหลักมรรค โดยเฉพาะข้อว่าด้วย 1. สัมมาวาจา คือเจตนาเป็นเหตุงดเว้นจากการพูดเท็จ พูดส่อเสียด พูดคำหยาบ พูดเพ้อเจ้อ 2. สัมมากัมมันตะ เจตนาเป็นเหตุงดเว้นจากการฆ่าสัตว์ การลักทรัพย์ การประพฤติผิดในกาม 3. สัมมาอาชีวะ เลี้ยงชีวิตอยู่โดยชอบ (พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่มที่ 35 ข้อที่ 487 หน้าที่ 371-372, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539) อันเป็นการวางประโยชน์ไว้เสมอกันระหว่างตนเองและผู้อื่น กล่าวคือ ผู้ประกอบกิจการก็ได้รับประโยชน์จากการค้าขายและผู้ซื้อก็ได้สินค้าตรงตามความต้องการ ซึ่งรูปแบบดังกล่าวเป็นการนำหลักจริยธรรมมาใช้ร่วมกันกับชีวิตจริงที่ทุกคนได้รับประโยชน์ ซึ่งจะเห็นได้จากหลักปฏิบัติที่เอื้อให้เกิดแนวทางที่ถูกต้องมีหลักความสุจริตเป็นหลักแห่งความซื่อสัตย์ โปร่งใส พรหมวิหาร 4 เป็นหลักแห่งเมตตาธรรมค้ำจุนโลก และสังคหวัตถุ 4 เป็นหลักแห่งการให้สงเคราะห์ซึ่งกันและกัน หลักธรรมทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักพุทธธรรมที่ช่วยส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ (อนุรุธ, ม.ป.ป.) ซึ่งหลักธรรมเหล่านี้จะช่วยสนับสนุนให้การค้าขายที่เกี่ยวข้องกันของทั้ง 2 ฝ่ายนั้นได้ประโยชน์ร่วมกัน เสมอกันและไม่ขัดแย้งกันในที่สุด

บทสรุป

การขายออนไลน์ เป็นการขายสินค้าและบริการ ผ่านระบบโลกโซเชียลหรือออนไลน์ โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้เกิดผู้ขายรายใหม่เข้าสู่ตลาดการค้าในสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะเป็นช่องทางการหารายได้ที่รวดเร็ว และบางธุรกิจไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน เพียงแค่มีสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โน๊ตบุ๊ค เพียงเท่านี้สามารถขายสินค้าออนไลน์ได้ สะดวกทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ เพราะสินค้าบนออนไลน์เปิด 24 ชั่วโมง เช่น Facebook Tiktok IG Line เป็นต้น การขายแบบนี้อาจทำให้เกิดผลลบด้านธุรกิจตามมา เช่น ไม่เห็นหน้าผู้ขาย ไม่เห็นสินค้าจริง จึงทำให้เกิดการโกงลูกค้า ส่งสินค้าไม่ถูกต้อง เป็นต้น ถือว่าธุรกิจนั้นขาดด้านจริยธรรม ดังนั้น จึงต้องนำจริยธรรมทางธุรกิจเข้ามาช่วยในการดำเนินงานเพื่อเป็นไปตามแนวทางที่ถูกต้อง และเกิดปัญหาในการซื้อขายน้อยที่สุด โดยนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเข้ามาเกี่ยวข้อง คือ ศีล ซึ่งศีลที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ คือ ศีล ข้อที่ 2 อทินนาทานา เวรมณี ว่าด้วย การไม่ทุจริต ไม่ฉ้อโกง และ ศีล ข้อที่ 4 มุสาวาทา เวรมณี ว่าด้วยการเว้นจากการพูดเท็จ พูดโกหก พูดบิดเบือนความจริง ซึ่งผู้ขายขาดศีล ข้อที่ 2 จะทำให้ลูกค้าไม่พอใจในสินค้าที่ได้รับ ไม่พอใจในการบริการที่ไม่มีความซื่อตรง ทำให้เกิดการซื้อสินค้าเพียงครั้งเดียว และ ศีล ข้อที่ 4 จะทำให้เกิดขาดความน่าเชื่อถือ การดำเนินธุรกิจก็จะไม่ราบรื่น ฉะนั้น การดำเนินธุรกิจจึงจำเป็นอย่างมากที่จะต้องมีหลักจริยธรรมทางธุรกิจคอยกำกับ เพื่อให้เป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ ให้เกิดความมั่นคงและเจริญรุ่งเรือง

เอกสารอ้างอิง

จินตนา บุญบงการ. (2558). *จริยธรรมทางธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 16. อยุธยา: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉวีวงศ์ บวรกีรติขจร. (2560). การศึกษาการซื้อขายสินค้ากลุ่มแฟชั่นในสื่อสังคมออนไลน์. *Veridian E-journal,Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ.* 10(2), 2056-2071.

เปรมกมล หงส์ยนต์. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพ* (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) . มหาวิทยาลัยสยาม.

พัฒน์นรี ฉัตรพิสุทธิ์. (2560). พุทธจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. *วารสารมจร. การพัฒนาสังคม.* (1), 86-96.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.* กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ลลิมาดา ศรีจำรูญ. (2563). ศึกษาวิเคราะห์เรื่องศีลกับการทำธุรกิจในพระพุทธศาสนาเถรวาท. *วารสาร มจร พุทธศาสตร์ปริทรรศน์,* 4(2), 34-48.

วาสนา อินทสง. (2559). *การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของธุรกิจคลินิกเสริมความงามที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า.* (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หรรษมน เพ็งหมาน. (2559). จริยธรรมทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก**.** *Veridian E-Journal. Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ,* 9(1), 815-828.

Anonymous. (2557).*"จริยธรรมการทำธุรกิจออนไลน์.* สืบค้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2564, จาก http://ethicse-commerce.blogspot.com.

Molek. (2560). *คิดเรื่องกำไรให้น้อยลง และเพิ่มความเป็นมนุษย์ให้มากขึ้น นี่คือธุรกิจในยุคหน้า MARKETING OPPS.* สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2564, จาก HTTPS://WWW.MARKETINGOOPS.COM/EXCLUSIVE/LESS-PROFIT-FOR-MORE-HUMANITY-THE-NEXT-BUSINESS/.

สิริวรรณ สุทธบุญธรรม. (2564). *การขายออนไลน์.* สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2564, จาก http://siriwan40.blogspot.com/p/1.html.

อนุรุธ ว่องวานิช. (มปป).*การดำเนินธุรกิจ แนวพุทธบูรณาการ.* สืบค้นเมื่อวันที่15กันยายน2564, จาก http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560-2561/PDF/8585s/8585นายอนุรุธ%20ว่องวานิช.pdf