

ความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Attitudes Towards Business Ethics of Undergraduate Students
of Business Administration, Chiang Mai University

วุฒิพงศ์ งามแว่น* และกิ่งกัญ นิมนานนท์**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจของนักศึกษาตามขอบข่ายจริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหลักการสำหรับองค์กรธุรกิจของ The Caux Round Table ซึ่งประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านพนักงาน ด้านเจ้าของและนักลงทุน ด้านผู้จัดส่งวัตถุดิบ ด้านคู่แข่งและด้านชุมชน โดยจำแนกตามระดับชั้นปี การเรียนการสอน วิชาเอก และระดับผลการเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 294 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับชั้นปีที่ 2 การเรียนการสอนภาคปกติ วิชาเอกบริหารธุรกิจ และระดับผลการเรียนมีเกรดเฉลี่ยสะสม ระหว่าง 2.50 – 3.50

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจของนักศึกษาโดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47 โดยด้านที่มีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านลูกค้า รองลงมา คือ ด้านชุมชน ด้านผู้จัดส่งวัตถุดิบ ด้านคู่แข่ง ด้านพนักงาน และด้านเจ้าของและนักลงทุน

นักศึกษาที่มีระดับชั้นปี การเรียนการสอน วิชาเอก และระดับผลการเรียนแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

The objective of this study was to explore Attitudes towards Business Ethics of Undergraduate Students of Faculty of Business Administration, Chiang Mai University. It's under the scope of The Caux Round Table business organization's The Stakeholder Principles of 6 aspects: customers, employees, owners/investors, suppliers, competitors and communities. The students were classified by gender, academic years, major subjects, course and GPAs. The samples in the research were 294 undergraduate students. The questionnaire was used as the research instrument. Percentage, mean, standard deviation, Independent Sample t-Test and One Way ANOVA were statistical methods to analyze data.

The results were as follows most of the respondents were female. They were studying in year 2, regular course and Business major. The students' GPAs were between 2.50 – 3.50.

Perspective towards business ethics all aspects were agreeable levels that customers was the highest, while communities including suppliers, competitors, employees and owners/investors was in the second rank

There was significant difference for student's perspective towards business ethics in all aspects at the 0.05 level among student in different academic years, course, major and GPAs.

บทนำ

การดำเนินการขององค์กรธุรกิจ นอกเหนือไปจากการมุ่งหวังเป้าหมายเพื่อความมั่งคั่งสูงสุดของผู้เป็นเจ้าของแล้ว ในปัจจุบันองค์กรธุรกิจต่างๆ นำแนวคิดด้านจริยธรรมทางธุรกิจมาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ ทั้งการดำเนินธุรกิจที่ต้องตามหลักกฎหมายและการยึดถือหลักตามจรรยาบรรณวิชาชีพเป็นแนวปฏิบัติ จริยธรรมทางธุรกิจถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การดำเนินธุรกิจได้รับความน่าเชื่อถือจากสังคมและเจริญก้าวหน้าได้อย่างยั่งยืน ดังจะเห็นได้จากมีองค์กรที่ชื่อว่า The Caux Round Table ซึ่งเกิดจากการรวมกลุ่มขององค์กรชั้นนำในสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และในทวีปยุโรป ร่วมกันกำหนดหลักจริยธรรมธุรกิจสากลขึ้นมา โดยมีนโยบายเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม จึงได้จัดทำหลักการสำหรับองค์กรธุรกิจ เสนอแนะแนวทางการปฏิบัติให้แก่องค์กรธุรกิจอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่ 3 หลักการสำหรับการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ให้คำแนะนำต่อองค์กรธุรกิจในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบไปด้วย ลูกค้า พนักงาน เจ้าของและนักลงทุน ผู้จัดส่งวัตถุดิบ คู่แข่งขัน และชุมชน หลักการดังกล่าวถูกองค์กรธุรกิจนำมาใช้อย่างแพร่หลายทั้งบริษัท 3M บริษัทปูนซีเมนต์ไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นต้น (The Caux Round Table, 2009)

แนวคิดด้านจริยธรรมทางธุรกิจส่งผลให้สถาบันการศึกษาที่จัดการศึกษาด้านธุรกิจ นอกเหนือจากการผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และทักษะที่ดีแล้ว ยังต้องมีหน้าที่ช่วยเสริมสร้างความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางธุรกิจให้นักศึกษาอีกด้วย จนในปีพ.ศ. 2552 ก่อให้เกิดภาควิชาศึกษา UN Principles for Responsibility Management Education (PRME) ที่มุ่งหวังให้ภาควิชาศึกษาพัฒนาผู้บริหารที่มีจริยธรรมทั้งในปัจจุบันและอนาคต ด้วยการให้ภาควิชาศึกษาส่งรายงาน

ความก้าวหน้า Sharing Information on Progress (SIP) เสนอต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรธุรกิจและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างสถาบันการศึกษาอื่นๆ (Principles for Responsible Management Education, 2015) สำหรับคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเมื่อปีพ.ศ. 2556 ทำให้สามารถตอบโจทย์เรื่องผลกระทบ (Impact) ความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Engagement) และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Innovation) โดยได้ส่งรายงานความก้าวหน้าฉบับแรกในปีพ.ศ. 2558 ซึ่งมีรายละเอียดกล่าวถึง การเล็งเห็นความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม มีจุดมุ่งหมายที่จะสร้างผู้นำทางธุรกิจรุ่นใหม่ที่ยึดมั่นไปด้วยจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ จึงนำไปสู่การปรับปรุงหลักสูตรเรียนการสอน การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร และการผลิตผลงานวิจัยที่เน้นย้ำถึงจริยธรรมจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเตรียมความพร้อมของนักศึกษาและสร้างความได้เปรียบก่อนที่จะเข้าสู่การแข่งขันในตลาดแรงงาน (คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2558)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้นำแนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจมาปฏิบัติและนำไปผสมผสานกับการเรียนการสอน อาทิเช่น กระบวนวิชาจริยธรรมธุรกิจ กระบวนวิชาระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ และกระบวนวิชาสัมมนาทางการจัดการ เป็นต้น รวมทั้งการจัดกิจกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ อาทิเช่น โครงการรับน้องใหม่ ปลูกฝังจิตอาสา พัฒนาสังคม โครงการปฏิบัติธรรมชำระใจ ร่วมกันปลูกต้นไม้ที่วัดดอยอภิญโญ และกิจกรรมประกวดแผน CSR ในหัวข้อ “เชียงใหม่เมืองน่าอยู่” เป็นต้น (ก้องภู นิมานันท์, 2558 : สัมภาษณ์)

ดังนั้นในการศึกษาดังนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจของนักศึกษา ตามหลักการสำหรับองค์กรธุรกิจ The Caux Round Table ที่แสดงถึงจริยธรรมทางธุรกิจ 6 คุณลักษณะ ได้แก่ จริยธรรมที่มีต่อลูกค้า จริยธรรมที่มีต่อพนักงาน จริยธรรมที่มีต่อเจ้าของและนักลงทุน จริยธรรมที่มีต่อผู้จัดสวัสดิการ จริยธรรมที่มีต่อคู่แข่ง และจริยธรรมที่มีต่อชุมชน (The Caux Round Table, 2009) เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ในการจัดทำกิจกรรมการเรียนการสอนและกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่ช่วยปลูกฝังและพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมแก่นักศึกษาในการเป็นบัณฑิตที่มีจริยธรรมรองรับการเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีจริยธรรมของประเทศชาติต่อไป

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา

1. แนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ

เจตคติ ตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Attitude ซึ่งมีความหมายว่า ความรู้สึก ความคิด ความเชื่อ ของบุคคลที่มีต่อประสบการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่บุคคลได้รับ มี 2 ลักษณะ คือ เจตคติเชิงบวกและเจตคติเชิงลบ ทำให้เกิดพฤติกรรมทางบวกและทางลบ (มลฤดี คทวยเพชร, 2556: 7)

องค์ประกอบของเจตคติ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ด้านความรู้สึก (Affective Component) การที่บุคคลจะมีเจตคติอย่างไรจะต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด คือความรู้สึก เพราะความรู้สึกจะบ่งชี้ว่าชอบหรือไม่ชอบ ด้านความรู้ (Cognitive Component) บุคคลจะมีเจตคติอย่างไรจะต้องอาศัยความรู้ หรือประสบการณ์ ว่าเคยรู้จักหรือเคยรับรู้มาก่อน มิฉะนั้นบุคคลไม่อาจจะกำหนดความรู้สึก หรือ ทำที่ว่าชอบหรือไม่ชอบได้ และด้านพฤติกรรม (Behavior Component) บุคคลจะมีเจตคติอย่างไร ให้สังเกตจากการกระทำหรือพฤติกรรม ถึงแม้ว่าพฤติกรรมจะเป็น

องค์ประกอบสำคัญของเจตคติ แต่ยังคงมีความสำคัญน้อยกว่าความรู้สึก เพราะในบางครั้งบุคคลกระทำไปโดยขัดกับความรู้สึก (สงวน สุทธิเลิศอรุณ, 2543 อ้างถึงใน มลฤดี คทาเย็บชร, 2556)

เจตคติประกอบด้วยหลายองค์ประกอบ ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การวัดเจตคติที่องค์ประกอบหนึ่ง ก็ย่อมบอกถึงเจตคติของบุคคลได้ การศึกษาเจตคติสามารถศึกษาด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิธีนี้ใช้กับผู้ที่มีการศึกษาพอสมควร คือสามารถอ่านออกเขียนได้ แบบวัดเจตคตินั้นจะมีข้อคำถามและคำตอบต่างๆ ไว้ให้เลือกตอบ โดยทำไว้เป็นมาตรฐาน แบบแผนเดียวกันสำหรับผู้ตอบทุกคน การใช้แบบวัดเจตคติเป็นวิธีการที่ใช้มากที่สุดในการศึกษาเกี่ยวกับเจตคติ เพราะใช้เวลาน้อยและได้คำตอบที่แท้จริงมากกว่าวิธีอื่น (ดวงเดือน พันธุ์นาวัน, 2530 อ้างถึงใน มลฤดี คทาเย็บชร, 2556)

แบบทดสอบเจตคติสามารถทำได้ด้วยวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Method) วิธีนี้กำหนดมาตราเป็น 5 ชั้นแต่ละชั้นจะกำหนดค่าไว้หลังจากไปรวบรวมข้อมูลในการวิจัยมาแล้ว (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ, 2538 อ้างถึงในมลฤดี คทาเย็บชร, 2556)

2. แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics Theory)

จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง มาตรฐานหรือเกณฑ์การพิจารณา หรือ การศึกษาเกี่ยวกับบุคคล องค์การ นโยบาย การกระทำของธุรกิจว่าดีหรือไม่ดี ถูกหรือผิดหรือเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมด้านจริยธรรม ซึ่งถือเป็นวินัยหรือบรรทัดฐานเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจเ็นทางที่ถูกที่ควรในแต่ละช่วงเวลา และยังเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดการแข่งขันได้อย่างเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ (ชกานต์ ชาตวิงค์, 2550)

จริยธรรมทางธุรกิจของบริษัทจะเกี่ยวพันถึงทฤษฎีปทัสสถานหรือ Norm Theory ซึ่งหมายถึง การที่ผู้นำของบริษัทที่เป็นผู้รับผิดชอบในการใช้ศีลธรรม (Moral) เป็นเครื่องมือตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ของบริษัท หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการที่ผู้นำที่มีศีลธรรม (Moral Leadership) เป็นผู้กำหนดแนวทางการปฏิบัติขององค์กรที่เกิดคุณค่ามากกว่าข้อกำหนดของบริษัทหรือตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ยังคงคำนึงถึงคุณค่าทางจริยธรรมอื่นๆ เช่น ความเสมอภาค เสรีภาพ และความเป็นธรรมอีกด้วย (อนันตชัย ยูระประถม, 2550)

ขอบข่ายของจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อมองธุรกิจในลักษณะของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) จริยธรรมทางธุรกิจก็จะอยู่ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคลต่างๆ ทั้งที่เป็นสังคมภายในและภายนอกของธุรกิจ (Heidi Vernon, 1998)

คุณลักษณะที่แสดงถึงจริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามข้อกำหนดของ The Caux Round Table ประกอบด้วย 6 คุณลักษณะ (The Caux Round Table, 2009) ประกอบด้วย

1. **จริยธรรมที่มีต่อลูกค้า (Customers)** ธุรกิจจะต้องเชื่อมั่นในเรื่องการรักษาลูกค้าทั้งหมดอย่างยุติธรรม โดยไม่คำนึงว่าจะเป็นลูกค้าสินค้า/บริการของเรา หรือเป็นลูกค้ารายอื่นในตลาด จึงจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบในเรื่อง

1.1 ให้บริการลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงสุดและบริการให้ตรงกับความต้องการ

1.2 ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างยุติธรรมในทุกด้านของการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งรักษาระดับการให้บริการและช่วยแก้ไขปัญหาความไม่พึงพอใจของลูกค้า

1.3 สร้างความมั่นใจด้านสุขภาพและความปลอดภัยให้กับลูกค้า ด้วยการคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ เพื่อให้คุณภาพชีวิตของลูกค้าดีขึ้น

1.4 ยุติธรรมและซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในการนำเสนอสินค้า การตลาด และการโฆษณา

2. จริยธรรมที่มีต่อพนักงาน (Employees) ธุรกิจจะต้องเชื่อมั่นในศักดิ์ศรีของพนักงานทุกคนและให้คำนึงถึงผลประโยชน์ของพนักงานอย่างเคร่งครัด จึงจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบในเรื่อง

2.1 จัดหางานและให้ค่าตอบแทนที่ช่วยให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดี

2.2 จัดสภาพการทำงานด้วยการคำนึงถึงสุขภาพและความเหมาะสมของพนักงานแต่ละคน

2.3 ซื่อสัตย์ในการติดต่อสื่อสารและการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพนักงานภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายและข้อจำกัดในการแข่งขัน

2.4 รับฟังความคิดเห็นของพนักงาน หากเป็นไปได้ให้ตอบสนองต่อข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น ข้อเรียกร้องและข้อร้องเรียนของพนักงาน

2.5 เป็นผู้มีส่วนร่วมที่ดีในการเจรจาต่อรองเมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้น

2.6 หลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติและรับประกันความเท่าเทียมในความแตกต่าง เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ และศาสนา

2.7 ส่งเสริมการจ้างงานบุคคลที่มีความสามารถแตกต่างกันตามความสามารถที่แท้จริง

2.8 ป้องกันพนักงานจากการบาดเจ็บและความเจ็บป่วยในการทำงาน

2.9 สนับสนุนและช่วยเหลือพนักงานในการพัฒนาความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้อง

2.10 การเปลี่ยนแปลงอัตราการว่างงาน มักจะขึ้นอยู่กับการตัดสินใจร่วมกันระหว่างธุรกิจ รัฐบาล กลุ่มพนักงาน และหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งมีส่วนร่วมในการร่วมกันจัดการปัญหาที่เรื้อรังนี้ร่วมกัน

3. จริยธรรมที่มีต่อเจ้าของและนักลงทุน (Owners/Investors) ธุรกิจต้องให้เกียรติในความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อธุรกิจ จึงจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบในเรื่อง

3.1 ประยุกต์ใช้ความเป็นมืออาชีพกับความตั้งใจในการบริหาร เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในผลตอบแทนจากการลงทุน

3.2 เปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเจ้าของและนักลงทุนภายใต้ข้อกำหนดทางกฎหมายและข้อจำกัดในการแข่งขัน

3.3 รักษา ปกป้อง และเพิ่มสินทรัพย์ให้กับเจ้าของและนักลงทุน

3.4 เคารพในคำเรียกร้อง ข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียน และมติอย่างเป็นทางการของเจ้าของและนักลงทุน

4. จริยธรรมที่มีต่อผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Suppliers) ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับผู้จัดส่งวัตถุดิบและผู้รับจ้างช่วงต้องอยู่บนพื้นฐานของความเคารพซึ่งกันและกัน จึงจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบในเรื่อง

4.1 มีความยุติธรรมและความซื่อสัตย์ในทุกกิจกรรมที่ทำร่วมกับผู้จัดส่งวัตถุดิบ ทั้งการกำหนดราคาสินค้าร่วมกัน การตรวจสอบสิทธิในการดำเนินการและสิทธิในการขายของผู้จัดส่งวัตถุดิบ

4.2 มีการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจกับผู้จัดส่งวัตถุดิบ โดยปราศจากการบีบบังคับและการฟ้องร้องที่ไม่จำเป็น

4.3 สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวที่มั่นคงกับผู้จัดส่งวัตถุดิบ เพื่อสร้างผลตอบแทน คุณภาพความสามารถในการแข่งขัน และความน่าเชื่อถือ

4.4 แลกเปลี่ยนและประสานข้อมูลกับผู้จัดส่งวัตถุดิบให้เข้ากับกระบวนการวางแผนของธุรกิจ

4.5 จ่ายเงินให้ผู้จัดส่งวัตถุดิบตามเวลาและสอดคล้องกับเงื่อนไขข้อตกลงทางการค้า

4.6 สนับสนุน และส่งเสริมผู้จัดส่งวัตถุดิบและผู้รับจ้างช่วงที่จ้างงานอย่างเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

5. จริยธรรมที่มีต่อคู่แข่ง (Competitors) การแข่งขันธุรกิจด้วยความยุติธรรมเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่ช่วยยกระดับความมั่งคั่งของประเทศและทำที่ดีที่สุด จะช่วยให้การกระจายสินค้าและบริการเกิดความยุติธรรม จึงจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบในเรื่อง

5.1 ส่งเสริมการค้าและการลงทุนอย่างเสรี

5.2 ส่งเสริมพฤติกรรมการแข่งขันที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และให้ความเคารพซึ่งกันและกันระหว่างคู่แข่ง

5.3 ละเว้นจากการแสวงหา และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการชำระเงินที่นำสงสัยหรือการให้ความช่วยเหลืออื่นๆ ซึ่งสามารถนำไปใช้รักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

5.4 เคารพในสิทธิของทรัพย์สิน ทั้งทรัพย์สินที่จับต้องได้และทรัพย์สินทางปัญญาของคู่แข่ง

5.5 ปฏิเสธการแสวงหาข้อมูลทางการค้าโดยไม่ซื่อสัตย์สุจริต หรือผิดศีลธรรม เช่น การจารกรรมอุตสาหกรรม

6. จริยธรรมที่มีต่อชุมชน (Communities) ในฐานะพลเมืองขององค์กรระดับโลก นักธุรกิจสามารถมีส่วนร่วมในการปฏิรูปองค์กรของตนเองได้ จึงจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อชุมชนในเรื่อง

6.1 เคารพและสนับสนุนการปฏิบัติตามสิทธิมนุษยชนและหลักการของสถาบันประชาธิปไตย

6.2 ยอมรับ สนับสนุน และปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎหมายและนโยบายสาธารณะ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาบุคคลร่วมกันระหว่างองค์กรธุรกิจและหน่วยสังคมอื่นๆ

6.3 ร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ในชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต การศึกษา ความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน และความอยู่ดีกินดี

6.4 ส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการอนุรักษ์ทรัพยากรของโลก

6.5 สนับสนุนสันติภาพ ความมั่นคง ความหลากหลายและการไม่แบ่งชนชั้นทางสังคม

6.6 เคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่น

6.7 เป็นองค์กรที่มีส่วนร่วมที่ดีต่อสังคม ผ่านการบริจาคเพื่อการกุศล การบริจาคสิ่งของและการส่งเสริมการศึกษาและวัฒนธรรม และให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนและประชาสังคม

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สนทนา เขมวรัตน์และคณะ (2551) ศึกษาถึงความรู้และทัศนคติของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ ตามแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ และแนวคิดเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยศึกษาความรู้และทัศนคติของนักศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อเปรียบเทียบเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสาขาวิชา จำนวน 1,734 คน ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และการสุ่มแบบง่าย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้เก็บข้อมูล 3 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร 4 ด้าน คือ ด้านลูกค้า ด้านคู่แข่ง ด้านหน่วยราชการ ด้านสังคม และข้อมูลแบบทดสอบวัดความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าที่ (t – test for independent sample) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) โดยใช้การเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD.) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการบัญชี ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 2.50–3.50 และผู้ปกครองมีอาชีพรับจ้าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย และกลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรทุกด้านอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยเรียงลำดับตามระดับทัศนคติจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านสังคม ระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 4.08 อันดับต่อมาคือ ด้านลูกค้า ระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.83 ด้านคู่แข่ง ระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.74 และด้านหน่วยราชการ ระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.66 และผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับทัศนคติของนักศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กร พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยระดับทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กร ทุกๆ ด้านแตกต่างกัน โดยนักศึกษาเพศหญิงมีคะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรทุกๆ ด้านสูงกว่านักศึกษาเพศชาย นักศึกษาที่มีระดับชั้นปีต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรทุกๆ ด้านแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD.) พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีคะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรทุกๆ ด้านแตกต่างและสูงกว่านักศึกษาทุกชั้นปี ส่วนนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีคะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรทุกๆ ด้านแตกต่างและต่ำกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 2 และนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ส่วนนักศึกษาที่มีสาขาวิชาต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรทุกๆ ด้านแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD.) พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาบัญชีมีคะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรทุกๆ ด้านแตกต่างกับนักศึกษาทุกสาขาวิชา โดยนักศึกษาสาขาวิชาบัญชีมีคะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรด้านลูกค้า ด้านคู่แข่งและด้านหน่วยราชการ สูงกว่านักศึกษาทุกสาขาวิชา ส่วนด้านสังคมสูงกว่านักศึกษาสาขาวิชาการเงิน สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด และสาขาวิชา

สารสนเทศ ส่วนนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศมีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านลูกค้า ด้านคู่แข่ง ด้านหน่วยราชการ แยกต่างและสูงกว่านักศึกษาสาขาวิชาการเงิน สาขาการจัดการ และสาขาวิชาการตลาด ส่วนด้านสังคมแตกต่างกันและสูงกว่านักศึกษาทุกสาขาวิชา สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจมีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านลูกค้า แยกต่างและสูงกว่านักศึกษาสาขาวิชาการเงิน สาขาวิชาการจัดการ และสาขาวิชาการตลาด ด้านคู่แข่งและด้านหน่วยราชการ แยกต่างและสูงกว่านักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ และสาขาวิชาการตลาด และด้านสังคม แยกต่างและสูงกว่านักศึกษาสาขาวิชาการเงิน สาขาวิชาการจัดการ สาขาการจัดการ และสาขาวิชาการตลาด และนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดมีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านคู่แข่ง แยกต่างและสูงกว่านักศึกษาสาขาวิชาการเงิน และสาขาวิชาการจัดการ นักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านลูกค้า ด้านหน่วยราชการและด้านสังคมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD.) พบว่า นักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่า 2.50 มีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านลูกค้า และด้านสังคมแตกต่างกันและต่ำกว่านักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอื่นๆ และด้านหน่วยราชการ แยกต่างและต่ำกว่านักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 2.50-3.50 และนักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านลูกค้า ด้านหน่วยราชการและด้านสังคมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD.) พบว่า นักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพเกษตรกรรม มีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านลูกค้า แยกต่างและสูงกว่านักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเอกชน นักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพรับจ้าง มีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านลูกค้า แยกต่างและสูงกว่านักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพรับจ้าง มีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านสังคมแตกต่างกันและสูงกว่านักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเอกชน ส่วนนักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านลูกค้า แยกต่างและสูงกว่านักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านสังคมแตกต่างกันและสูงกว่านักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเอกชน ส่วนนักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีคะแนนเฉลี่ยระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การด้านหน่วยราชการ แยกต่างและสูงกว่านักศึกษาที่ผู้ปกครองมีอาชีพเอกชน เกษตรกรรม และรับจ้าง และจากผลการศึกษา พบว่า นักศึกษามีระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การโดยรวมในระดับเห็นด้วย จึงเสนอแนะให้มีการพัฒนาระดับทักษะเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของภายนอกองค์การให้มีระดับทักษะเพิ่มขึ้น โดยจัดวิชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางธุรกิจ มีการสอดแทรกในทุกรายวิชา จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมจริยธรรมทางธุรกิจ และการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจให้มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง

อักษรภักดิ์ หงษ์ขาว (2556) ศึกษาถึงเจตคติของนักศึกษาที่มีต่อจริยธรรมของธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ตามแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ เจตคติที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจ การปลูกฝังจริยธรรมในสถานศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต และลักษณะธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อจริยธรรมธุรกิจการท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต การศึกษาคั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ ชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ปีการศึกษา 2553 จำนวน 300 คน ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และการสุ่มแบบง่าย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้เก็บข้อมูล 3 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจ และความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5 ด้าน คือ ด้านลูกค้า ด้านคู่แข่ง ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคมและชุมชนท้องถิ่น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าที (t – test for independent sample) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยใช้ในการเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD.) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเกรดเฉลี่ยสะสม ระหว่าง 2.50–3.50 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยรวมและทุกด้านอยู่ในระดับมีจริยธรรม โดยเรียงลำดับตามระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านลูกค้า ระดับมีจริยธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.03 อันดับต่อมาคือ ด้านพนักงาน ระดับมีจริยธรรม มีค่าเฉลี่ย 3.98 ด้านสังคมและชุมชนท้องถิ่น ระดับมีจริยธรรม มีค่าเฉลี่ย 3.83 ด้านคู่แข่ง ระดับมีจริยธรรม มีค่าเฉลี่ย 3.79 และด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมีจริยธรรม มีค่าเฉลี่ย 3.79 และผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกๆ ด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนนักศึกษาที่มีสาขาวิชาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านคู่แข่งแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD.) พบว่า นักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านคู่แข่งแตกต่างและสูงกว่านักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ และนักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านคู่แข่งแตกต่างและต่ำกว่านักศึกษาสาขาวิชาการตลาด และนักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกๆ ด้านไม่แตกต่างกัน และจากผลการศึกษา พบว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและมหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อจริยธรรมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกัน โดยเฉพาะการปรับปรุงมาตรฐานสินค้าและบริการ สร้างการแข่งขันที่เป็นธรรม ปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปรับปรุงคุณภาพชีวิตด้วยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม และจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ทั้งนี้มหาวิทยาลัยควรเชิญผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมาร่วมให้คำแนะนำ เป็นวิทยากรพิเศษ ร่วมปรับปรุงหลักสูตร เพื่อให้ให้นักศึกษามีโอกาสได้รับประสบการณ์ตรง และได้ฝึกปฏิบัติจากความต้องการที่แท้จริง

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เกี่ยวข้องกับ ความคิดเห็นที่ต่อจริยธรรมทางธุรกิจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามขอบข่ายของจริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในหลักการสำหรับองค์ธุรกิจของ The Caux Round Table ซึ่งประกอบด้วย จริยธรรมที่มีต่อลูกค้า จริยธรรมที่มีต่อพนักงาน จริยธรรมที่มีต่อเจ้าของและนักลงทุน จริยธรรมที่มีต่อผู้จัดส่งวัตถุดิบ จริยธรรมที่มีต่อคู่แข่งชั้น และจริยธรรมที่มีต่อชุมชน

2. ขั้นตอนการศึกษา

ประกอบด้วย 1) รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น 2) สร้างแบบสอบถาม 3) เก็บรวบรวมข้อมูล 4) วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล และ 5) จัดทำและนำเสนอรายงาน

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2558 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เฉพาะนักศึกษาที่มีการเลือกสาขาวิชาแล้ว เป็นนักศึกษารหัสนักศึกษา 55 จำนวน 379 ราย รหัสนักศึกษา 56 จำนวน 416 ราย และรหัสนักศึกษา 57 จำนวน 450 ราย คิดเป็นจำนวนรวมทั้งหมด 1,245 ราย (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สำนักทะเบียน, 2558)

การศึกษาค้นคว้านี้ กำหนดขนาดตัวอย่างตามตารางคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 อ้างถึงใน มารยาท โยทอง, 2544) จากจำนวนประชากรทั้งหมด 1,245 ราย ที่ระดับความคาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 294 ราย

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 294 ราย จะใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างโดยใช้โควต้า (Quota Sampling) จากสัดส่วนของนักศึกษาจริง ได้เป็นนักศึกษารหัสนักศึกษา 55 จำนวน 90 ราย นักศึกษารหัสนักศึกษา 56 จำนวน 98 ราย และนักศึกษารหัสนักศึกษา 57 จำนวน 106 ราย และใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างโดยใช้โควต้า (Quota Sampling) จากสัดส่วนนักศึกษาตามการเรียนการสอน คือ ภาคปกติและภาคพิเศษ และแบ่งตามสัดส่วนตามวิชาเอก คือ บัญชีและบริหารธุรกิจ

4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยรวบรวมข้อมูลจาก นักศึกษาระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2558 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เฉพาะนักศึกษาที่มีการเลือกสาขาวิชาแล้ว เป็นนักศึกษารหัสนักศึกษา 55 56 และ 57 จำนวน 294 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งลักษณะของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถาม แบบตรวจคำตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ในเรื่อง เพศ ระดับชั้นปี การเรียนการสอน วิชาเอก และระดับผลการเรียน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจใน 6 ด้าน ประกอบด้วย จริยธรรมที่มีต่อลูกค้า จริยธรรมที่มีต่อพนักงาน จริยธรรมที่มีต่อเจ้าของและนักลงทุน จริยธรรมที่มีต่อผู้จัดส่งวัตถุดิบ จริยธรรมที่มีต่อคู่แข่งชั้น และจริยธรรมที่มีต่อชุมชน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจให้กับนักศึกษา

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 294 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ระดับชั้นปี การเรียนการสอน วิชาเอก และระดับผลการเรียน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเพศหญิง การเรียนการสอนภาคปกติ สาขาวิชา บริหารธุรกิจ เกรดเฉลี่ยสะสม ระหว่าง 2.50 – 3.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจใน 6 ด้านของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การแปรผลระดับความคิดเห็นเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.47) เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย มากไปน้อย ได้แก่ การแปรผลระดับความคิดเห็นเห็นด้วยอย่างยิ่ง ด้านลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.57) และด้านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.53) การแปรผลระดับความคิดเห็นเห็นด้วย ด้านผู้จัดส่งวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ย 4.48) ด้านคู่แข่งชั้น (ค่าเฉลี่ย 4.45) ด้านพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.43) และด้านเจ้าของและนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา การเรียน การสอน วิชาเอก ระดับชั้นปี และระดับผลการเรียนของนักศึกษา ความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจทุกๆ ด้านไม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านการเรียนการสอน 5 อันดับแรก ได้แก่

1) สอดแทรกเนื้อหาหลักจริยธรรมทางธุรกิจในการเรียนการสอนวิชาอื่นๆ เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจและวิธีการนำไปปฏิบัติ

2) ใช้กรณีศึกษาประกอบการอธิบายหลักจริยธรรมทางธุรกิจ

3) ส่งเสริมให้มีวิชาจริยธรรมทางธุรกิจ

4) รับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา เปิดโอกาสให้นักศึกษามีส่วนร่วมสอบถามเกี่ยวกับการเรียน การสอนในชั้นเรียน

5) ส่งเสริมให้นักศึกษาค้นคว้าความรู้นอกชั้นเรียน

และความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านกิจกรรม 5 อันดับแรก ได้แก่

- 1) สนับสนุนการจัดกิจกรรมให้นักศึกษามีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมความรู้และความเข้าใจจริยธรรมทางธุรกิจ
- 2) จัดกิจกรรมการค้นคว้าและวิเคราะห์เหตุการณ์จริงที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อให้ นักศึกษามีประสบการณ์จริง
- 3) จัดกิจกรรมฝึกอบรมด้านจริยธรรมจากวิทยากรที่มีคุณภาพ
- 4) จัดกิจกรรมที่คำนึงถึงสาธารณะประโยชน์
- 5) จัดกิจกรรมร่วมกับบริษัททางธุรกิจ ด้วยการไปเยี่ยมชมองค์กรที่มีจริยธรรม

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษา ความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษากับผลการศึกษาของสนทยา เขมวิรัตน์และคณะ (2551) ที่ได้ทำการศึกษา ความรู้และทัศนคติของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในเขต กรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ และของ อักษรภาค หงส์ขาว (2556) ที่ได้ทำการศึกษา ความคิดเห็นของ นักศึกษาที่มีต่อจริยธรรมของธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปการอภิปรายผลการศึกษา

การอภิปรายงาน วุฒิปงศ์ งามแว่น (2559)	สนทยา เขมวิรัตน์ และคณะ (2551)*	อักษรภาค หงส์ขาว (2556)*
ระดับค่าเฉลี่ยลำดับแรก ด้านลูกค้า	ด้านสังคม (X)	ด้านลูกค้า (√)
ด้านลูกค้า ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) ที่แตกต่างกัน ความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน	ระดับเห็นด้วย (X) (1) (2) (3) ที่แตกต่างกัน ทัศนะแตกต่างกัน (X)	ระดับเห็นด้วย (X) (1) (3) ที่แตกต่างกัน เจตคติไม่ แตกต่างกัน (√)
ด้านพนักงาน ระดับเห็นด้วย (1) (2) (3) ที่แตกต่างกัน ความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน	-	ระดับเห็นด้วย (√) (1) (3) ที่แตกต่างกัน เจตคติไม่ แตกต่างกัน (√)
ด้านคู่แข่ง ระดับเห็นด้วย (1) (2) (3) ที่แตกต่างกัน ความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน	ระดับเห็นด้วย (√) (1) (2) ที่แตกต่างกัน ทัศนะแตกต่างกัน (X) (3)	ระดับเห็นด้วย (√) (3) ที่แตกต่างกัน เจตคติไม่ แตกต่างกัน (√) (1)

	ที่แตกต่างกัน ทศนะไม่แตกต่างกัน (v)	ที่แตกต่างกัน เจตคติแตกต่างกัน (X)
ด้านชุมชน ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) (2) (3) ที่แตกต่างกัน ความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน	ระดับเห็นด้วย (X) (1) (2) () ที่แตกต่างกัน ทศนะแตกต่างกัน (X)	ระดับเห็นด้วย (X) (1) (3) ที่แตกต่างกัน เจตคติไม่แตกต่างกัน (v)

*หมายเหตุ (v) ผลการศึกษาสอดคล้องกัน (X) ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกัน

(1) วิชาเอก (2) ระดับชั้นปี (3) ระดับผลการเรียน

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการอภิปรายผลกับผลการศึกษาของสนทนา เขมวิรัตน์และคณะ (2551) ในส่วนผลการศึกษาไม่สอดคล้องกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีความแตกต่างกัน โดยที่การศึกษาของสนทนา เขมวิรัตน์ เป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 นักศึกษาปวส. และนักศึกษาระดับปริญญาตรีต่อเนื่อง ประกอบด้วยนักศึกษาสาขาวิชาการเงิน การจัดการ การตลาด การบัญชี สารสนเทศ และภาษาอังกฤษธุรกิจ รวมทั้งเป็นการศึกษาที่มีช่วงระยะเวลาห่างกับการศึกษาในปัจจุบันเป็นระยะเวลาดอนข้างนาน (ปีพ.ศ.2551 กับปีพ.ศ.2559) และมีการศึกษาเฉพาะจริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร ซึ่งเนื้อหาจริยธรรมทางธุรกิจที่เหมือนกันเพียง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านคู่แข่งชั้น และด้านชุมชน

และผลการอภิปรายผลกับผลการศึกษาของอักษรารักษ์ หงส์ขาว (2556) ในส่วนผลการศึกษาสอดคล้องกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีความใกล้เคียงกัน โดยที่การศึกษาของอักษรารักษ์ หงส์ขาวเป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ชั้นปีที่ 3-4 ประกอบด้วยนักศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ นิเทศศาสตร์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ การตลาด และการจัดการท่องเที่ยวและบริการ รวมทั้งเป็นการศึกษาที่มีช่วงระยะเวลาใกล้เคียงกับช่วงระยะเวลาการศึกษาในปัจจุบัน (ปีพ.ศ.2556 กับปีพ.ศ.2559) และมีการศึกษาจริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งมีเนื้อหาจริยธรรมทางธุรกิจที่เหมือนกันทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านพนักงาน ด้านคู่แข่งชั้น และด้านชุมชน

จากการศึกษา ความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจทั้ง 6 ด้านของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 ด้านเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านลูกค้า และด้านชุมชน และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจอยู่ในระดับเห็นด้วย 4 ด้านเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านผู้จัดส่งวัตถุดิบ ด้านคู่แข่งชั้น ด้านพนักงาน และด้านเจ้าของและนักลงทุน

2. ปัจจัยย่อยของจริยธรรมทางธุรกิจในทุกด้านพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ไม่เลือกปฏิบัติต่อพนักงานที่มีความแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ และศาสนา อยู่ในระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในจริยธรรมทางธุรกิจด้านพนักงาน และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ จัดสภาพการทำงานให้เหมาะสมกับสุขภาพของพนักงานแต่ละคน อยู่ในระดับความคิดเห็นเห็นด้วย ซึ่งอยู่ในจริยธรรมทางธุรกิจด้านพนักงานด้วยเช่นกัน

3. เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 10 ลำดับแรก พบว่า จริยธรรมทางธุรกิจด้านลูกค้าอยู่ในลำดับด้วยกัน 5 ลำดับ จริยธรรมทางธุรกิจด้านชุมชนอยู่ในลำดับด้วยกัน 4 ลำดับ และจริยธรรมทางธุรกิจด้านพนักงานอยู่ในลำดับด้วยกัน 1 ลำดับ

4. เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 10 ลำดับสุดท้าย พบว่า จริยธรรมทางธุรกิจด้านพนักงานอยู่ในลำดับด้วยกัน 6 ลำดับ จริยธรรมทางธุรกิจด้านเจ้าของและนักลงทุนอยู่ในลำดับด้วยกัน 3 ลำดับ และจริยธรรมทางธุรกิจด้านผู้จัดส่งวัตถุดิบอยู่ในลำดับด้วยกัน 1 ลำดับ

5. จากการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่พบว่า สามารถจำแนกนักศึกษาออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

5.1 นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจด้านชุมชนมีความแตกต่างกัน โดยนักศึกษาเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจด้านชุมชนมากกว่าเพศชาย ในประเด็นที่มีต่อบุคคล และสังคมด้านชุมชน ซึ่งนักศึกษาเพศหญิงมีความคิดเห็นที่มากกว่าในการเคารพสิทธิมนุษยชน ความหลากหลายและการไม่แบ่งชนชั้นทางสังคม รวมถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรของโลก

5.2 นักศึกษาที่มีการเรียนการสอน วิชาเอก และระดับชั้นปีแตกต่างกัน ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจในทุกๆ ด้านไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจปัจจัยย่อยมีความแตกต่างกัน โดยจำนวนข้อปัจจัยย่อยที่แตกต่างกันมีเพียงเล็กน้อย

5.3 นักศึกษาที่มีระดับผลการเรียนที่แตกต่างกัน ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจในทุกๆ ด้านและปัจจัยย่อยไม่มีความแตกต่างกัน

และจากการศึกษา ความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจให้กับนักศึกษา ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจให้กับนักศึกษา สำหรับด้านลูกค้า และด้านชุมชนในภาพรวมที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ควรดำรงการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจไว้อย่างต่อเนื่องและให้เกิดความสม่ำเสมอ ส่วนด้านผู้จัดส่งวัตถุดิบ ด้านคู่แข่ง ด้านพนักงาน และด้านเจ้าของและนักลงทุนในภาพรวม ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจอยู่ในระดับเห็นด้วย ควรปรับเปลี่ยนวิธีการเรียนการสอน ให้สอดแทรกเนื้อหาหลักจริยธรรมทางธุรกิจในการเรียนการสอนวิชาอื่นๆ โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์ความสอดคล้องกันระหว่างรายวิชากับเนื้อหาจริยธรรมทางธุรกิจในด้านต่างๆ ตามบริบทของแต่ละรายวิชา เพื่อให้ นักศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจในจริยธรรมทางธุรกิจในแต่ละด้านและให้ทราบถึงวิธีการนำจริยธรรมทางธุรกิจไปปฏิบัติ ควรเน้นย้ำให้นักศึกษาตระหนักถึงจริยธรรมทางธุรกิจได้อย่างสม่ำเสมอ มีการยกตัวอย่างจริยธรรมทางธุรกิจในแต่ละด้าน

ด้วยการอธิบายเนื้อหาจากกรณีศึกษาขององค์กรธุรกิจจริง นำมาเปรียบเทียบระหว่างองค์กรธุรกิจที่มีจริยธรรมทางธุรกิจ และไม่มีจริยธรรมทางธุรกิจ ให้นักศึกษาสามารถแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนกันในระหว่างการเรียนการสอน มีกิจกรรมการอภิปรายในหัวข้อจริยธรรมทางธุรกิจในชั้นเรียน และควรมอบหมายงานให้นักศึกษาสามารถนำจริยธรรมทางธุรกิจไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างแท้จริง

นอกจากนี้ควรปรับปรุงและพัฒนาการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักศึกษามีความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจในด้านเหล่านี้ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ควรระบุความสอดคล้องระหว่างจริยธรรมทางธุรกิจในแต่ละด้านกับกิจกรรมที่จะจัดขึ้น เพื่อให้สามารถคัดกรองกิจกรรมต่างๆ ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน สามารถจัดสรรการจัดกิจกรรมได้ครบถ้วนตามจริยธรรมทางธุรกิจทั้ง 6 ด้าน ซึ่งคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีการจัดกิจกรรมเฉพาะกิจกรรมพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจด้านพนักงาน ในประเด็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และกิจกรรมพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจด้านชุมชน ในประเด็นความแตกต่างระหว่างบุคคล ความร่วมมือกับหน่วยงานทางสังคมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดังนั้นควรจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางธุรกิจด้านอื่นๆ ให้เพิ่มขึ้น เช่น กิจกรรมการค้นคว้าและการวิเคราะห์จากเหตุการณ์จริงที่เกี่ยวข้อง การจัดฝึกอบรมจากวิทยากรที่มีคุณภาพ การแสดงบทบาทสมมุติ กิจกรรมการประกวดในรูปแบบต่างๆ เช่น การประกวดสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ (สื่อวีดีโอ ป้ายประชาสัมพันธ์ ภาพยนตร์สั้น) หรือการแข่งขันตอบปัญหาทางวิชาการด้านจริยธรรมทางธุรกิจ รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมร่วมกับองค์กรภายนอก สถานศึกษา เช่น วัด หรือการเข้าเยี่ยมชมกระบวนการทำงานขององค์กรธุรกิจที่มีจริยธรรมทางธุรกิจ หรือการจัดค่ายอบรมภายนอกมหาวิทยาลัย และควรส่งเสริมให้มีกิจกรรมด้านจริยธรรมอื่นๆ ที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีซึ่งกันและกันระหว่างนักศึกษาภายในคณะบริหารธุรกิจและกิจกรรมร่วมกับนักศึกษาคณะอื่นๆ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจด้านพนักงาน และด้านเจ้าของและนักลงทุนที่ค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อย 10 อันดับสุดท้ายส่วนใหญ่อยู่ในทั้ง 2 ด้าน จึงควรปลูกฝังให้นักศึกษาเห็นถึงความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจทั้ง 2 ด้านให้เพิ่มมากขึ้น โดยเน้นการอธิบายเนื้อหาอย่างละเอียด มีการอภิปรายในประเด็นต่างๆ ที่นักศึกษาสงสัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจในจริยธรรมทางธุรกิจทั้ง 2 ด้านอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น และนอกจากนี้ในภาพรวมควรพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจให้กับนักศึกษาทุกๆ ด้านอย่างเป็นระบบและมีแบบแผน โดยมีการกำหนดเป็นหลักสูตรการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรมให้มีความต่อเนื่องในการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจ

2. ข้อเสนอแนะต่อผลการศึกษา เนื่องจากนักศึกษาที่มีการเรียนการสอน วิชาเอก และระดับชั้นปีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจในปัจจัยย่อยแตกต่างกัน ในการเรียนการสอนของนักศึกษา สำหรับนักศึกษาคณะ ปกติและภาคพิเศษควรเป็นมาตรฐานในเนื้อหาหลักสูตรเดียวกัน และควรจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างนักศึกษาคณะปกติและนักศึกษาคณะพิเศษ ให้นักศึกษาเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มีความเข้าใจจริยธรรมทางธุรกิจในประเด็นต่างๆ ที่สอดคล้องกัน ส่วนวิชาเอกของนักศึกษา ควรพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจให้เป็นไปตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพตามสาขาวิชาของนักศึกษาทั้งนักบัญชีและนักบริหารธุรกิจ นอกจากนี้ ควรมีการจัดกิจกรรมระหว่างนักศึกษาคณะบัญชีและสาขาวิชาบริหารธุรกิจ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักศึกษา ให้นักศึกษาเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อให้นักศึกษามีจริยธรรมทางธุรกิจ และมีจรรยาบรรณทางวิชาชีพทั้งนักบัญชีและนักธุรกิจได้อย่างเหมาะสม และระดับชั้นปีของนักศึกษา ในการเรียนการสอนควรมีการกำหนดการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจตามลำดับชั้นปี กำหนดเป็นแบบแผนที่ระบุกระบวนการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจให้กับนักศึกษาอย่างชัดเจน

มีการกำหนดให้แต่ละวิชาที่มีการสอดแทรกคุณธรรมจริยธรรมในการเรียนการสอน และกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อจริยธรรมทางธุรกิจ โดยมีเป้าหมายให้นักศึกษาทุกๆ ชั้นปีมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยให้มีระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเพิ่มขึ้นตามระดับชั้นปี และควรมีการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างนักศึกษาทุกๆ ชั้นปี เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักศึกษาภายในคณะ ให้นักศึกษาเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อให้ศึกษามีจิตสำนึกและความคิดเห็นที่ดี มีความพร้อมที่จะในเรียนรู้ในลำดับขั้นต่อไป และเป็นบัณฑิตบริหารธุรกิจที่มีจริยธรรม สามารถเป็นนักธุรกิจที่ดีต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

ก้องภู นิมาพันธ์. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2558, 22 ธันวาคม).

สัมภาษณ์.

ชกานต์ ชาตวิวงศ์. (2550). *ผลกระทบของจริยธรรมและวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อคุณภาพทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).

มลฤดี คทาเย็บเพชร. (2556). *การเปรียบเทียบเจตคติการออกกำลังกายของผู้ที่ออกกำลังกายด้วยกิจกรรมแอโรบิค ดานซ์กับกิจกรรมฮูลาฮูป*. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา).

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะบริหารธุรกิจ. (2558). *ข่าวสารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ AccBA•VOI : Values on Investment Newsletter*. ค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2558, จาก www.ba.cmu.ac.th/th/accbavoi

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สำนักทะเบียน. (2558). *ข้อมูลนักศึกษาที่มีสถานภาพปัจจุบัน*. ค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2558, จาก goo.gl/a3n3UI.

มารยาท โยทองยศ และคณะ. (2544). *การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม.

สนทยา เขมวีรัตน์ และคณะ. (2551). *ความรู้และทัศนคติของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

อนันตชัย ฐรประถม. (2550). CSR จากแนวคิดสู่วิธีปฏิบัติ. *วารสาร Productivity World เพื่อการเพิ่มผลผลิต*, 12(71), 25-30.

อักษรภาค หงส์ขาว. (2556). *เจตคติของนักศึกษาที่มีต่อจริยธรรมของธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต*. (ปริญญาโทบริหารศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

The Caux Round Table. (2009). *Principles for Business*. Retrieved October 22, 2015, from www.cauxroundtable.org/index.cfm?menuid=8.

Heidi, Vernon. (1998). *Business and Society: a Managerial Approach* (6th edition). McGraw-Hill. Singapore.

Principles for Responsible Management Education. (2015). *History*. Retrieved October 22, 2015, from www.unprme.org/about-prme/history/index.php.