

จรรยาบรรณธุรกิจ

ในปีท่องเที่ยวไทย



*นภาพรณ จันทรศัพท์

เนื่องในโอกาสพิเศษ ๒ วาระ คือ การเป็นเจ้าภาพเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ ๑๓ ในปี ๒๕๔๑ และวโรกาสพระชนมายุครบ ๖ รอบของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในปี ๒๕๔๒ คณะรัฐมนตรีจึงอนุมัติในปี ๒๕๔๑-๒๕๔๒ เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand 1998-1999) ขึ้น เพื่อรณรงค์ให้มีการเดินทางมาเยือนประเทศไทย หลังจากที่เคยประสบความสำเร็จมาแล้วในการจัดงาน Visit Thailand Year ในปี ๒๕๓๐ และ

เพื่อยกระดับคุณภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รวมทั้งการเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ ซึ่งเป็นผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมภาคตระหนักถึงความสำคัญและใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

การจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดนั้น ต้องเกิดจากความร่วมมือกัน

* อาจารย์ประจำภาควิชาประกันภัย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : พบ.ม.

(วิทยาการประกันภัย) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

หลาย ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นองค์กรธุรกิจ รัฐบาล นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่จะหลั่งไหลเข้ามาใน องค์กรธุรกิจต่าง ๆ ต่างก็ต้องหากกลยุทธ์วิธีเพื่อที่จะรองรับ ปรับตัว พัฒนา องค์กรหรือหน่วยงานของตน เพื่อที่จะเก็บเกี่ยวกำไร รายได้ในช่วงนี้ แต่ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ ใดก็ตาม อย่างไรก็ดีตามแต่ สิ่งหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง และเป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจ หรือประกอบกิจการอาชีพก็คือ จรรยาบรรณ จำเป็นต้องควบคู่ไปกับการสร้างกำไร สร้างรายได้ให้กับองค์กรของตน

จากการสำรวจ พบว่าด้วยจรรยาบรรณทำให้ได้รับเครดิต ความเชื่อถือ อภิสัทย์ ภาพพจน์ที่ดีอันนำมาซึ่งชื่อเสียง เงินทอง เกียรติยศ ความเจริญก้าวหน้า และความมั่นคง ขององค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ ในขณะที่องค์กรที่ล้มลุกคลุกคลาน หรือการไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร มักมีความบกพร่องทางจรรยาบรรณแฝงเร้นอยู่ในผู้บริหารหรือบุคลากรขององค์กรนั้น นำมาซึ่งการเอาเปรียบเอารัดเอารัดกันภายในองค์กรเอง รวมไปถึงการเอาเปรียบบุคคลภายนอกองค์กร เช่น ผู้บริโภคหรือผู้ที่มาใช้บริการ เป็นต้น

ความหมายของจรรยาบรรณธุรกิจ

จรรยาบรรณ หมายถึง มาตรฐาน คุณค่าแห่งความดีงามของการกระทำหนึ่ง ๆ และ/หรือพฤติกรรมโดยรวม

ธุรกิจ หมายถึง บุคคล นิติบุคคล หรือองค์กรใดๆ ที่ดำเนินการผลิตสินค้า และ/หรือบริการเพื่อผลตอบแทนในการลงทุนในรูปกำไร

จรรยาบรรณธุรกิจ หมายถึง มาตรฐานการผลิตสินค้าและการให้บริการเพื่อผลตอบแทนผู้รับบริการ รัฐบาลและสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงเศรษฐกิจร่วมกัน

ดังนั้น จรรยาบรรณธุรกิจ จึงไม่ได้หมายถึง เฉพาะความชอบธรรมของตัวธุรกิจเท่านั้น แต่หมายรวมถึงกลไกในการจัดการกับองค์ประกอบ (คน ทูณ ทรัพยากร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ) และหน้าที่ขององค์ประกอบแต่ละส่วนด้วย เพื่อประสิทธิผลสูงสุดของธุรกิจเอง

คุณค่าแห่งจรรยาบรรณธุรกิจ

คุณค่าแห่งจรรยาบรรณเป็นสิ่งที่มีประมาณค่ามิได้ หากธุรกิจใดปราศจากซึ่งจรรยาบรรณจะพบว่า ธุรกิจหรือหน่วยงานของตนเต็มไปด้วยปัญหา และมีแนวโน้มที่จะหายนะในที่สุด เช่น นักธุรกิจที่ทำธุรกิจ

โดยอยู่บนพื้นฐานของความซื่อซล หลอกลวง คดโกง อย่างกรณีที่หมู่บ้านจัดสรรต่าง ๆ ในช่วงที่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เฟื่องฟู ถูกค้าบางรายฉ้อเงินคาวนจนครบหมดแล้ว แต่ตอนเริ่มโครงการที่ดินว่างเปล่าอย่างไร้ฉ้อคาวนหมดก็เหมือนเดิม นำเงินถูกค้าไปหมุน หรือทำธุรกิจอื่นต่อ กรณีนี้ถูกค้าหมดความเชื่อถือ โครงการต่อ ๆ ไปจำนวนถูกค้าลดลงอย่างไม่ต้องคาดเดา ในทางตรงกันข้าม หากธุรกิจใดหรือองค์กรใดเต็มเปี่ยมไปด้วยจรรยาบรรณยอมเป็นที่ยอมรับเชื่อถือ ได้รับโอกาสได้เปรียบในเชิงธุรกิจ และมีแนวโน้มในการเติบโตต่อไป

ดังนั้น จรรยาบรรณ คือ หนทางแห่งความสำเร็จที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ ซึ่งเราสามารถประเมินประโยชน์ของจรรยาบรรณธุรกิจได้ ดังนี้

๑. จรรยาบรรณก่อให้เกิดความเชื่อถือ (Credit) โดยธรรมชาติแล้วนั้น ความเชื่อถือเกิดจากความซื่อสัตย์ ดังนั้นคนที่มีจรรยาบรรณดีก็อุปด้วยความซื่อสัตย์นำมาซึ่งเครดิตทางการค้า ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยได้เปรียบในเชิงการแข่งขันในทางธุรกิจ

๒. จรรยาบรรณก่อให้เกิดการทุ่มเท (Devotion) ของคนทำงานนำมาซึ่งประสิทธิภาพอันทรงคุณภาพ (Qualitative

Efficiency) ต่อการผลิตที่เต็มพลัง (Full Capacity) หากองค์กรธุรกิจปฏิบัติต่อพนักงาน บุคลากรทุกคนอย่างมีมนุษยธรรม พนักงาน บุคลากร ย่อมทุ่มเทการทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ

๓. จรรยาบรรณก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี (Good Image) ภาพลักษณ์ที่ดีมีผลต่อความภักดีที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าหรือบริการขององค์กรธุรกิจ (Brand Royalty) ตำแหน่งทางการค้ามีผลโดยตรงต่อการกำหนดราคา (Pricing) ความภักดีต่อสินค้าและบริการมีผลโดยตรงต่อยอดขาย (Sales Volume)

๔. จรรยาบรรณก่อให้เกิดการลดหย่อนทางกฎหมาย องค์กรธุรกิจที่มีประวัติทางจรรยาบรรณดีเมื่อพลาดพลั้งไปย่อมได้รับข้อลดหย่อนในบทลงโทษ

๕. จรรยาบรรณก่อให้เกิดการทำงานอย่างมีความสุข เมื่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในระบบงานต่างมีจรรยาบรรณอันดีต่อกัน ย่อมเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีและอบอุ่นขึ้น ทุกฝ่ายจะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสบายใจและไม่มีปัญหาบาดหมางใจกันเกิดขึ้น หรือหากมีบ้างก็สามารถแก้ไขได้โดยง่าย เนื่องจากทุกคนมีจรรยาบรรณเป็นพื้นฐานอยู่ในตัวเองแล้วนั่นเอง

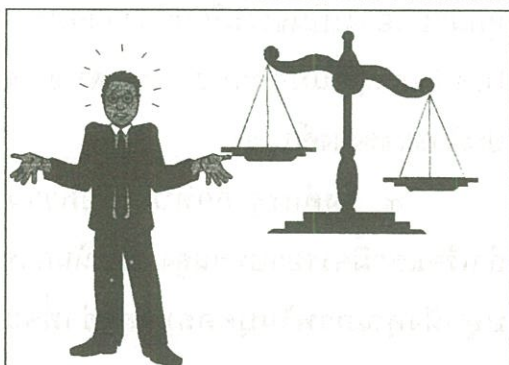
ความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจ

องค์กรธุรกิจมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน อยู่ประการหนึ่ง คือ การสร้างผลประโยชน์ตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน ในขณะที่ถ้าเป็นสถาบันการศึกษา วัตถุประสงค์ คือ ทำอย่างไรที่จะผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพมากที่สุด แต่การจะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้นั้น จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น กรรมการบริหาร ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น ผู้จัดการฝ่ายต่างๆ พนักงาน คู่สัญญา คู่ค้า ลูกค้า ที่ปรึกษา สรรพากร สื่อสารมวลชน รัฐบาลและสังคม

องค์กรธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายด้วยความเป็นธรรม อันนำมาซึ่งความพอใจสูงสุดร่วมกัน

ขอบข่ายจรรยาบรรณธุรกิจ

จรรยาบรรณธุรกิจไม่ได้หมายถึงข้อห้ามไม่ควรทำขององค์กรธุรกิจ หรือนักธุรกิจและผู้อยู่ในวงการธุรกิจเท่านั้น แต่ยังหมายถึงบทบาทปฏิบัติของสิ่งที่ควรทำเพื่อความเป็นธรรม และความรุ่งเรืองของทุกฝ่าย เพราะความไม่ชอบธรรมอาจเกิดจาก



ทำ

๒. ไม่ทำในสิ่งที่ควรทำ

ดังนั้น จรรยาบรรณทางธุรกิจจึงมีขอบข่ายบัญญัติถึงสิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น

๑. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของระบบที่เป็นธรรม

๒. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของกิจการที่เป็นธรรม

๓. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของสิทธิและหน้าที่ที่เป็นธรรม

๔. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของโอกาสและการกระจายทรัพยากรที่เป็นธรรม

ทั้ง ๔ ข้อข้างต้นโดยรวมแล้วมารวมกันที่ความพึงพอใจของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่มีการเอาเปรียบกันของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจ

ระบบการจัดสรรคุณค่าในธุรกิจ

ในระบบธุรกิจมีบุคคลและกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง ๔ กลุ่มสำคัญ คือ

๑. เจ้าของ

๒. ลูกจ้างทุกระดับ

๓. ผู้บริโภค / ลูกค้า

๔. สังคมที่ธุรกิจนั้นตั้งอยู่ / รัฐบาล

กลุ่มบุคคลทั้ง ๔ กลุ่มต่างก็มุ่งหวังคุณค่าบางประการจากองค์กรธุรกิจ ซึ่งสามารถแยกแยะได้ ดังนี้

อันดับ	เจ้าของ	ลูกจ้าง	ผู้บริโภค	สังคมหรือรัฐบาล
ความมุ่งหวัง				
๑	กำไร	ค่าจ้าง	คุณภาพ	ภาษี
๒	ชื่อเสียง	สวัสดิการ	ราคาที่เป็นธรรม	การว่าจ้าง
๓	ความมั่นคง	ความก้าวหน้า	การบริการที่ดี	ความเจริญ
๔	คุณภาพ	ความมั่นคง	แบบที่ถูกต้อง	ความถูกต้องกฎหมาย

หน้าที่ของธุรกิจ คือจัดระบบตอบสนองความต้องการของกลุ่มชนให้ดีที่สุด เพราะการประสานผลประโยชน์ของทุกกลุ่มได้อย่างสมบูรณ์ คือความสำเร็จของธุรกิจ

องค์กรธุรกิจจึงต้องจัดระบบการประสานผลประโยชน์ให้ลงตัวและเหมาะสมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของทุกฝ่าย

จากตารางข้างต้นในส่วนของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติต่างก็คาดหวังที่จะได้รับสิ่งตอบแทนกลับมาไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงสุด พึงพอใจมากที่สุด และที่สำคัญราคาเป็นธรรมด้วย ซึ่งรวมความต้องการของผู้บริโภคทั้งหมดในที่นี้ รวมความเหมาะสมในรูปของจรรยาบรรณของธุรกิจ

ลักษณะความรับผิดชอบต่อองค์กรธุรกิจ

องค์กรที่ประสบความสำเร็จพื้นฐานทางจรรยาบรรณธุรกิจ มีลักษณะความรับผิดชอบต่อ ดังนี้

๑. องค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและมีจรรยาบรรณสูงจะปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องที่ภายในและภายนอกอย่างเสมอภาค โดยถือว่าทั้งบุคคลภายในและภายนอก คือส่วนหนึ่งขององค์กร

๒. องค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและมีจรรยาบรรณสูง จะปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรมโดยถือว่าผลประโยชน์ของผู้อื่นมีความสำคัญเสมอผลประโยชน์ขององค์กรเอง

๓. องค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและมีจรรยาบรรณสูง จะเน้นการปลูกฝังคุณภาพในบุคคลมากกว่าที่จะ

กำหนดเป็นเพียงนโยบาย โดยเชื่อในหลักที่ว่า เมื่อทุกคนดี และปฏิบัติหน้าที่ด้วยดี ย่อมทำให้องค์กรดี

๔. องค์กรธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จและมีจรรยาบรรณสูงจะประกอบการศึกษาเพื่อวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อคุณประโยชน์ของสมาชิก และได้แสดงเจตจำนงนี้ทั้งในการประชาสัมพันธ์และในการปฏิบัติอย่างชัดเจน (ตรงกันข้ามกับบริษัทที่ล้มเหลวเป็นจำนวนมากที่มักเรียกร้องให้สมาชิกทำเพื่อองค์กร)

ทั้ง ๔ ข้อข้างต้น คือ ลักษณะความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้ด้วยจรรยาบรรณ การที่องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จโดยเฉพาะในยุคที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เท่ากับประเทศไทยประสบความสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เมื่อธุรกิจประสบความสำเร็จไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านใด คงช่วยผ่อนคลายวิกฤติปัญหาในขณะนี้ให้ลดลงไปได้ เมื่อองค์กรธุรกิจมีและสร้างจรรยาบรรณธุรกิจ ทุกฝ่ายคงพูดได้เต็มปากว่า "Amazing Thailand"



บรรณานุกรม

ไชย ณ พล ก้าวสู่ธุรกิจสากลกับการบริหารด้วยระบบศรัทธาและจรรยา

บรรณทางธุรกิจ กรุงเทพฯ : สถาบันประชาธิปไตย, ๒๕๔๐.

เพลินพิศ นมื่นพล "การท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand

1998-1999)" **จุลสารการท่องเที่ยว** ๑๖, ๓ กรกฎาคม - กันยายน

๒๕๔๐, หน้า ๔-๘

----- "แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี ๒๕๔๐" **จุลสารการท่องเที่ยว**

เที่ยว ๑๖, ๑ มกราคม - มีนาคม ๒๕๔๐, หน้า ๔-๑๑