

## ความคิดเห็นต่อจริยธรรมในการขายของนักศึกษา

### นักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานด้านการขาย<sup>1</sup>

### Opinion Towards Sales Ethics among Students, Academicians, and Sales Practitioners

พัชรา ตันติประภา\*

การวิจัยนี้ศึกษาถึงสถานการณ์การขายที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรม ความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการรับรู้ถึงจริยธรรม อิทธิพลของอาชีพ (นักศึกษา นักวิชาการ (อาจารย์) และผู้ปฏิบัติงานด้านการขาย อันได้แก่ พนักงานขายและผู้บริหารหน่วยงาน) ที่มีต่อความคิดเห็น/การรับรู้จริยธรรมในการขาย และอิทธิพลของเพศที่มีผลต่อความคิดเห็น/การรับรู้จริยธรรมในการขาย ผลการศึกษาพบว่า สถานการณ์ที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรมประกอบด้วยปัญหาจริยธรรมในการติดต่อกับลูกค้าและคู่แข่ง และปัญหาจริยธรรมเกี่ยวกับนายจ้าง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับจริยธรรมจะได้รับอิทธิพลจาก บริษัทและผู้บังคับบัญชามากกว่าจากครอบครัว อาชีพมีผลต่อความคิดเห็น/การรับรู้ถึงปัญหาด้านจริยธรรมในการขาย โดยนักศึกษาและนักวิชาการจะมีความแตกต่างกันในการรับรู้ถึงปัญหาด้านจริยธรรมในเพียงบางเรื่อง และผู้ปฏิบัติงานด้านการขาย ได้แก่ พนักงานขายและผู้บริหารหน่วยงานขายจะมีความแตกต่างในการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมในเพียงบางเรื่องเช่นกัน แต่นักศึกษา-นักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานด้านการขายจะมีความแตกต่างกันมากในความคิดเห็น/การรับรู้ถึงปัญหาด้านจริยธรรมในการขาย ส่วนเพศไม่มีผลต่อความคิดเห็น/การรับรู้ถึงจริยธรรมในการขาย

#### ความสำคัญของการศึกษา

การขายเป็นงานหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความอยู่รอดของธุรกิจ เนื่องจากเป็นส่วนที่สร้างรายได้ให้แก่กิจการ อย่างไรก็ตามอาชีพการขายกลับได้รับความสนใจจากนักศึกษาน้อย เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีของอาชีพนี้ (Spillan et al. 2007:19) ส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความคิดในลักษณะนี้ก็เนื่องจากการที่การขายเป็นอาชีพที่เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรม

<sup>1</sup> งานวิจัยนี้ได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

นับตั้งแต่ประเทศไทยประสบกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจในปี 2540 จนกระทั่งเกิดวิกฤติเศรษฐกิจครั้งใหม่ ได้ก่อให้เกิดความสนใจที่จะศึกษาของปัญหาดังกล่าว สาเหตุอันหนึ่งซึ่งได้รับความสนใจ คือ การดำเนินงานที่ขาดจริยธรรมของธุรกิจ ขณะเดียวกันกระแสนิยมแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและแนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคมมีเพิ่มขึ้น และแพร่หลายในประเทศไทย จากการที่ประชาชนมีระดับการศึกษาสูงขึ้น ตลอดจนงานที่หน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชน ได้ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนตระหนักถึงสิทธิของตนเองมากขึ้น จึงยังผลให้การดำเนินงานของธุรกิจต่างๆ มีการพิจารณาถึงจริยธรรมมากขึ้นด้วย และอาชีพการขายนับเป็นอาชีพหนึ่งที่ถูกสนใจถึงความมีจริยธรรมเช่นกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานด้านการขาย ได้แก่ พนักงานขายและผู้บริหารการขายถึงสถานการณ์การขายที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรม นอกจากนี้ จากการที่ในปัจจุบันปัญหาทางด้านจริยธรรมได้รับความสนใจจากหน่วยงานของรัฐและจากสถาบันการศึกษา โดยได้มีการบรรจุเนื้อหาเกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจเข้าไปในหลักสูตร และเนื้อหาที่สอนให้นักศึกษาด้วย จึงควรที่จะศึกษาต่อไปว่า นักศึกษาด้านการขาย (กลุ่มที่คาดว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานด้านการขายในอนาคต) และนักวิชาการ (อาจารย์) มีความคิดเห็นและการรับรู้ถึงปัญหาด้านจริยธรรมในการขาย เหมือนหรือต่างจากผู้ปฏิบัติงานด้านการขาย (พนักงานขายและผู้บริหารหน่วยงานขาย) อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้สอนในการที่จะหาทางแก้ไขปรับปรุงหลักสูตรเนื้อหาวิชาเพื่อสร้างเสริมจริยธรรมที่เหมาะสม

อนึ่งการศึกษาถึงปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านบุคคล เช่น คนในบ้าน ผู้บังคับบัญชา เป็นต้น และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์อันหนึ่งได้แก่ เพศ ที่มีผลต่อการรับรู้ต่อจริยธรรมในการขาย ก็เป็นสิ่งสำคัญในการที่จะหาแนวทาง ในการยกระดับจริยธรรมในอาชีพการขายนี้เช่นกัน

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์การขายที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรม
2. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อจริยธรรมในการขาย
3. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของอาชีพ (นักศึกษา นักวิชาการ พนักงานขาย และผู้บริหารหน่วยงานขาย) ที่มีต่อความคิดเห็น/การรับรู้ต่อปัญหาด้านจริยธรรมในการขาย
4. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของเพศที่มีต่อความคิดเห็น/การรับรู้ปัญหาด้านจริยธรรมในการขาย

### ทบทวนวรรณกรรม

#### 1. จริยธรรมกับการขาย

จริยธรรม หมายถึง สิ่งที่บุคคลรู้สึกว่าจะถูกต้องตามระบบค่านิยมส่วนบุคคล และ

ความนึกคิด (Peterson et al.:519)

จริยธรรมในการขาย หมายถึง มาตรฐานของพฤติกรรมที่ดีในการขาย อันเป็นที่ยอมรับของแต่ละสังคม

ในงานด้านการตลาด การขายนับเป็นงานที่หล่อหลอมต่อสถานการณ์การเกิดปัญหา ด้านจริยธรรม และอาชีพการขายถูกวิพากษ์วิจารณ์ในด้านจริยธรรมอย่างมาก จากการศึกษาที่สาธารณชน อาจคุ้นเคยกับอุตสาหกรรม บริษัท และพนักงานขายที่ใช้กลวิธีการขายที่ไม่ดี ดังนั้น จากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีของอาชีพนี้อาจส่งผลกระทบต่อเนื่องในการตัดสินใจเลือกของบุคคลที่จะเข้ามาประกอบอาชีพนี้ และทำให้องค์การไม่สามารถดึงดูดบุคลากรที่ดีมาทำงานในด้านนี้ (Bellizzi and Hite.1989:36) จริยธรรมในการขายจึงได้รับความสนใจศึกษาจากนักวิชาการมากขึ้น

## 2. สถานการณ์ที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรม

ความประพฤติที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรมของพนักงานขาย อาจเกิดจากความไม่รู้ว่าการกระทำนั้นผิดจริยธรรม เนื่องจากโดยลักษณะงาน พนักงานขายจะต้องทำงานเอง นอกจากนี้ผู้บังคับบัญชาก็ประสบปัญหาในการควบคุมดูแลความประพฤติที่ผิดจริยธรรม เนื่องจากระยะห่างของการควบคุมทำให้ไม่ทราบเรื่อง หรือถึงแม้ทราบเรื่อง ก็อาจไม่ลงโทษ เนื่องจากพนักงานที่ทำผิดเป็นพนักงานเก่าแก่ หรือ เป็นผู้ที่มีผลงานการขายดี และผลงานของผู้จัดการด้านการขายก็ขึ้นอยู่กับผลงานของพนักงานขายในบังคับบัญชาของตนด้วย ดังนั้นจึงลงโทษเฉพาะเมื่อมีปัญหาที่มีผลกระทบต่อองค์การ (Billizzi and Hite.1989:36)

ประเด็นด้านจริยธรรมที่เกี่ยวกับพนักงานขายแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) จริยธรรมในการติดต่อกับลูกค้า ประกอบด้วย สินบน ของขวัญ การเลี้ยงรับรอง การตอบแทน และความขัดแย้งในผลประโยชน์ และ 2) จริยธรรมเกี่ยวกับนายจ้าง ประกอบด้วย การประกอบอาชีพมากกว่า 1 อย่าง ความสัมพันธ์กับเพื่อนพนักงานขาย การใช้ทรัพย์สินของบริษัท บัญชีค่าใช้จ่าย และการแข่งขันยอดขาย (Tsalikis and Fritzsche.1989:695-6)

## 3. ปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรม

ปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรมของบุคคลมีทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรมด้านจริยธรรมขององค์การ และบุคคลสำคัญอื่น (Significant Others) ส่วนปัจจัยภายใน เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ค่านิยม ความเชื่อ

ในส่วนของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อจริยธรรมของบุคคลมีหลายประการ เช่น บรรยากาศด้านจริยธรรมและวัฒนธรรมขององค์การ ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และบุคคลในบ้าน โดยพบว่าบุคคลในครอบครัวมีผลมากที่สุด ในขณะที่ผู้บังคับบัญชามีผลน้อยที่สุด (Peterson et al., 2001:231)

เฟอร์เรลและเกรชแฮม (Ferrell and Gresham.1985:87) สรุปว่า ผู้บังคับบัญชาน่าจะมีอิทธิพลมากกว่าเพื่อนร่วมงานต่อพฤติกรรมด้านจริยธรรม ขณะที่สิ่งหมกมิดและวิเทล

(Singhapakdi and Vitell.1991:1) พบว่าบรรยากาศด้านจริยธรรมขององค์กร เช่น กฎในทางปฏิบัติขององค์กร มีอิทธิพลต่อการรับรู้ปัญหาด้านจริยธรรม

จากข้อมูลข้างต้นจึงตั้งเป็นสมมติฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยภายนอกว่า :

$H_1$  : พฤติกรรมด้านจริยธรรมของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากบุคคลในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และบริษัท ไม่แตกต่างกัน

อาชีพเป็นตัวแปรส่วนบุคคลอันหนึ่งที่มีการศึกษากันมากเกี่ยวกับจริยธรรม เช่นการศึกษาเปรียบเทียบจริยธรรมของนักศึกษาและผู้บริหาร โดยฟอร์ดและริชาร์ดสัน (Ford and Richardson, 1994:206-9) ได้รวบรวมผลการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของอาชีพต่อพฤติกรรมด้านจริยธรรม โดยเป็นการศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างนักศึกษาและผู้บริหาร/ผู้จัดการ จำนวน 4 เรื่อง ผลการศึกษาไม่พบความแตกต่างจำนวน 2 เรื่อง และอีก 2 เรื่อง พบว่าผู้บริหารมีจริยธรรมมากกว่านักศึกษา นอกจากนี้ยังมีการศึกษาพบว่านักศึกษาด้านการขายและผู้บริหารหน่วยงานขายมีการรับรู้ถึงปัญหาด้านจริยธรรมต่างกัน โดยผู้จัดการหน่วยงานขายมีความสนใจต่อพฤติกรรมที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรมมากกว่านักศึกษา (DeConinck and Good.1989:67)

ในการศึกษาถึงช่องว่างในจริยธรรมของผู้จัดการและพนักงานขายพบว่าผู้จัดการและพนักงานขายมีการรับรู้ในเรื่องที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรมต่างกัน โดยผู้จัดการให้ความสำคัญกับปัญหาด้านจริยธรรมมากกว่าพนักงานขาย (Henthorne et al.1992:851)

นอกจากนี้บุคคลอีกกลุ่มที่น่าสนใจศึกษาถึงการรับรู้ปัญหาด้านจริยธรรม ของพวกเขาเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่น คือ อาจารย์ (เนื่องจากเป็นผู้ศึกษาและถ่ายทอดให้การอบรมฝึกสอนให้ความรู้ด้านการตลาด และการขายแก่นักศึกษาผู้ซึ่งจะเป็นพนักงานขายในอนาคต) โดยศึกษาว่าอาจารย์ซึ่งเป็นกลุ่มนักวิชาการมีความแตกต่างในความคิดเห็น/การรับรู้ปัญหาด้านจริยธรรมหรือไม่เมื่อเปรียบเทียบกับนักศึกษาและผู้ปฏิบัติงานด้านการขาย คือ พนักงานขายและผู้บริหารหน่วยงานขาย

จากข้อมูลข้างต้นจึงตั้งเป็นสมมติฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของอาชีพว่า :

$H_2$  : นักศึกษา นักวิชาการ พนักงานขาย และผู้บริหารหน่วยงานขาย จะมีการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมไม่แตกต่างกัน

เพศเป็นปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยหนึ่งที่ได้รับการศึกษาอย่างกว้างขวางว่ามีผลต่อระดับจริยธรรมของบุคคล แต่ผลการศึกษาที่ได้ก็ยังคงมีความแตกต่าง

ฟอร์ดและริชาร์ดสัน (Ford and Richardson.1994:206) ได้รวบรวมผลการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของเพศต่อพฤติกรรมด้านจริยธรรม จำนวน 13 เรื่อง และสรุปว่า การศึกษาจำนวน 6 เรื่อง แสดงถึงความแตกต่างของเพศชายและหญิง โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านจริยธรรมมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ยังมีการศึกษาในเรื่องของเพศและจริยธรรมในการขาย ที่พบว่าพนักงานขายเพศหญิงจะมีการปฏิบัติผิดจริยธรรมในการขายเป็นสัดส่วน ที่น้อยกว่า

พนักงานขายเพศชาย (Sayre et al.1991:49) เพศหญิงจะมีมาตรฐานจริยธรรมสูงกว่าเพศชาย และให้ความสนใจและเห็นประเด็นปัญหาด้านจริยธรรมมากกว่าเพศชาย (Chonko and Hunt. 1985:339)

ดอสัน (Dawson.1997:1145-6) ศึกษาความแตกต่างในจริยธรรมของพนักงานขายเพศชายและหญิง พบว่า เพศมีผลกระทบต่อความแตกต่างด้านจริยธรรมเฉพาะในประเด็นสถานการณ์ที่เป็น relational (การที่ปัญหาด้านจริยธรรมขึ้นอยู่กับความนึกคิดของบุคคลนั้น) และความแตกต่างนี้จะลดลงตามอายุและประสบการณ์ในการทำงานที่เพิ่มขึ้น

ผลการศึกษาบางส่วนไม่พบว่าเพศมีผลต่อความเชื่อและระดับของจริยธรรม (Kidwell et al.1987:489, Serwinek.1992:555, McDonald and Kan.1997:1605)

ดอสัน (Dawson.1997:1145-6) ได้สรุปถึงทฤษฎีที่อาจใช้อธิบายความไม่สอดคล้อง (Inconsistencies) ของผลการศึกษาดังกล่าว ในเรื่องความแตกต่างของเพศและจริยธรรม ได้แก่ (1) Self Selection Theory กล่าวว่าเพศหญิงที่เลือกอาชีพธุรกิจ จะมีลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มผู้หญิงทั่วไป และมีความต้องการ แรงจูงใจ ค่านิยม และแนวโน้มทางพฤติกรรม เหมือนเพศชาย (2) Structural Theory กล่าวว่า ความแตกต่างของเพศจากการเข้าสังคมและบทบาทในช่วงต้นของชีวิตจะถูกสิ่งแวดล้อม ในที่ทำงานลบไปจากการรับรู้ถึงต้นทุนและบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ทำให้ผู้หญิงเหมือนผู้ชายในการรับรู้และพฤติกรรม และ (3) Situational Theory กล่าวว่า ความแตกต่างของเพศชายและหญิงจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ โดยในบางเหตุการณ์จะมีความแตกต่าง แต่ในบางเหตุการณ์จะไม่มี ความแตกต่าง

จากข้อมูลข้างต้นจึงตั้งเป็นสมมติฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของเพศว่า :

$H_3$  : นักศึกษา นักวิชาการ พนักงานขาย และผู้บริหารหน่วยงานขาย เพศหญิง และเพศชายจะมีการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมไม่แตกต่างกัน

### ขอบเขตของการศึกษา

เนื่องจากสถานการณ์การขายในแต่ละธุรกิจอุตสาหกรรมมีความแตกต่างกันออกไป หากศึกษาจากหลายอุตสาหกรรมจะทำให้ได้สถานการณ์ที่มีความหลากหลายมากจนยากที่จะหาข้อสรุป จึงเลือกศึกษาจากพนักงานขายและผู้บริหารหน่วยงานขายจากอุตสาหกรรมเดียวคือ อุตสาหกรรมยา ข้อมูลของนักวิชาการเก็บรวบรวมจากอาจารย์ที่สอนด้านการตลาด และข้อมูลของนักศึกษาเก็บรวบรวมจากนักศึกษาที่กำลังเรียนหรือเคยลงเรียนวิชาที่เกี่ยวข้องกับการขาย

## วิธีการศึกษา

การศึกษาประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้บริหารหน่วยขาย จำนวน 3 ราย จากบริษัทจำหน่ายยา 3 แห่ง และสัมภาษณ์พนักงานขาย จำนวน 7 ราย จากบริษัทจำหน่ายยา 5 แห่ง และ (3) การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 372 ราย จากกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ได้แก่ นักศึกษา จำนวน 130 ราย นักวิชาการจำนวน 40 ราย พนักงานขายจำนวน 151 ราย และผู้บริหารหน่วยงานขายจำนวน 51 ราย

## แบบสอบถาม

แบบสอบถาม ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ให้ผู้ตอบสมมติบทบาทของตนเองเป็นพนักงานขายของบริษัทแห่งหนึ่ง และให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับของอิทธิพลของปัจจัยภายนอก ได้แก่ บุคคลรอบข้าง ในที่ทำงาน บุคคลรอบข้างในบ้าน ผู้บังคับบัญชา และบริษัทที่มีต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับจริยธรรม ของตน โดยคำตอบเป็นไลเคิร์ตสเกล 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยชุดของประโยคนี้นำมาจากการศึกษาของปีเตอร์สันและคณะ (Peterson et al. 2001:228)

ส่วนที่ 2 ให้ผู้ตอบพิจารณาถึงการกระทำต่างๆ ของพนักงานขายว่า ผิดจริยธรรมหรือไม่ โดยให้ผู้ตอบให้คะแนน 6 ระดับ คือ 0 หมายถึงไม่ผิดจริยธรรมเลย 1 หมายถึงผิดจริยธรรมอย่างไม่รุนแรง และ 5 คือผิดจริยธรรมอย่างรุนแรงมาก โดยชุดของประโยคในส่วนที่ 2 นี้เป็นประเด็นปัญหาด้านจริยธรรมเกี่ยวกับนายจ้าง 4 ข้อ และปัญหาด้านจริยธรรมในการติดต่อลูกค้า 12 ข้อ รวม 18 ข้อ ซึ่งนำมาจากการศึกษาของสปาร์คส์และโจลกี (Sparks and Johlke. 1996:880) ดังแสดงในตารางที่ 1

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. **ตัวแปรตาม** ประกอบด้วย คำตอบชุดของประโยคในส่วนที่ 1 (ระดับของอิทธิพลของปัจจัยภายนอก) ใช้ทดสอบ  $H_1$  และคำตอบชุดของประโยคในส่วนที่ 2 (จริยธรรมในการติดต่อลูกค้าและจริยธรรมเกี่ยวกับนายจ้าง) ใช้ทดสอบ  $H_2$  และ  $H_3$

2. **ตัวแปรอิสระ** ประกอบด้วย (1) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ บุคคลรอบข้างในที่ทำงาน บุคคลรอบข้างในบ้าน ผู้บังคับบัญชา และบริษัท (2) อาชีพ ได้แก่ นักศึกษา นักวิชาการ พนักงานขาย และผู้บริหารหน่วยงานขาย และ (3) เพศ ได้แก่ ชายและหญิง

### 3. การทดสอบสมมติฐาน

3.1 การทดสอบสมมติฐาน  $H_1$  มีการวิเคราะห์ดังนี้ (1) วิเคราะห์ Repeated Measures Analysis of Variance เพื่อหาความแตกต่างของระดับอิทธิพลของปัจจัยภายนอกต่างๆ

ต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับจริยธรรม และ (2) วิเคราะห์ ANOVA และ วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และ LSD เพื่อหาปัจจัยภายนอกคู่ที่มีความแตกต่างกัน

3.2 การทดสอบ  $H_2$  และ  $H_3$  มีการวิเคราะห์ดังนี้ (1) วิเคราะห์ MANOVA เพื่อหาอิทธิพลของอาชีพต่อชุดของประโยคในส่วนที่ 2 โดยรวม และ (2) วิเคราะห์ ANOVA ของแต่ละประโยคเพื่อหาอิทธิพลของอาชีพและเพศต่อแต่ละประโยค วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและ LSD เพื่อหาอาชีพคู่ที่มีความแตกต่างกัน

## ผลการศึกษา

1. ผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหารหน่วยงานขายและพนักงานขาย พบรูปแบบพฤติกรรมและสถานการณ์ที่ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่าเป็นปัญหาด้านจริยธรรม สรุปได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) จริยธรรมของพนักงานขายในการติดต่อกับลูกค้าและคู่แข่ง เช่น การเสนอผลตอบแทนพิเศษแก่ลูกค้าเพื่อให้ซื้อสินค้าในจำนวนมากเกินจำเป็น ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไม่ครบถ้วน หรือไม่ถูกต้องให้ของฝากที่ไม่เหมาะสมแก่ลูกค้า มีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า ถ้ามข้อมูลคู่แข่งจากลูกค้า และกล่าวให้ร้ายคู่แข่ง และ (2) จริยธรรมของพนักงานขายเกี่ยวกับนายจ้าง เช่น การเพิ่มคำสั่งซื้อหรือออร์เดอร์เพื่อสร้างยอดขายของตน การทุจริตนำเงินค่าสินค้าไปใช้ส่วนตัว

สาเหตุของการเกิดปัญหาจริยธรรมในการขาย ได้แก่ ระบบการจ่ายค่าตอบแทนที่ขึ้นกับยอดขาย การกำหนดโควต้ายอดขาย นโยบายของบริษัทและผู้บริหารในการใช้กลยุทธ์การแข่งขันแบบก้าวร้าว และธรรมเนียมปฏิบัติในอุตสาหกรรม

2. ผลการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามมี 4 กลุ่ม ได้แก่

นักศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71.54) ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาของรัฐ (ร้อยละ 67.69) มีอายุ 22 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 43.08) นักวิชาการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.00) สอนอยู่ในสถาบันการศึกษาของรัฐ (ร้อยละ 75.00) มีอายุระหว่าง 25-34 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 40.00) และมีประสบการณ์ด้านการสอน 6-10 ปี (ร้อยละ 25.00) ส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับนักวิชาการ (ร้อยละ 67.50) พนักงานขาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.97) มีประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 19.21) มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด (ร้อยละ 44.37) ผู้บริหารหน่วยงานขาย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 60.78) และมีประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 43.14) เป็นผู้บริหารระดับต้น (ร้อยละ 49.02) ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 50,001-80,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 64.71)

3. การทดสอบ  $H_1$

$H_1$  : พฤติกรรมด้านจริยธรรมได้รับอิทธิพลจากบุคคลในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับ-บัญชา และบริษัท ไม่แตกต่างกัน

คำตอบชุดของประโยคในส่วนที่ 1 นำมาวิเคราะห์ด้วย Repeated Measures Analysis of Variance พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในอิทธิพลของปัจจัยภายนอก ( $F = 4.864, p < .002$ ) ณ ระดับ  $\alpha = .05$  แต่ไม่พบอิทธิพลร่วม (Interaction) ระหว่างปัจจัยภายนอกและอาชีพ ( $F = 1.741, p < .076$ ) ปัจจัยภายนอกและเพศ ( $F = 0.844, p < .471$ ) และปัจจัยภายนอกอาชีพและเพศ ( $F = 1.045, p < .402$ ) ณ ระดับ  $\alpha = .05$

การทดสอบ ANOVA พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในอาชีพ ( $F = 11.303, p < .0001$ ) และปัจจัยภายนอก ( $F = 2.725, p < .043$ ) ส่วนเพศไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ  $\alpha = .05$

จากการวิเคราะห์ข้างต้นสรุปได้ว่า ปฏิเสธ  $H_1$  ซึ่งหมายถึง พฤติกรรมด้านจริยธรรมของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากบุคคลในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และบริษัท แตกต่างกันการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและการทดสอบโดยใช้ LSD ถึงอิทธิพลของปัจจัยภายนอกพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับจริยธรรมของตนเองได้รับ:

- อิทธิพลจากบุคคลในที่ทำงานน้อยกว่าอิทธิพลจากบริษัท ( $p < .003$ )
- อิทธิพลจากบุคคลในบ้านน้อยกว่าอิทธิพลจากผู้บังคับบัญชา ( $p < .025$ ) และ
- อิทธิพลจากบุคคลในบ้านน้อยกว่าอิทธิพลจากจากบริษัท ( $p < .001$ )

#### 4. การทดสอบ $H_2$ และ $H_3$

$H_2$  : นักศึกษา นักวิชาการ พนักงานขาย และผู้บริหารหน่วยงานขาย จะมีการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรม ไม่แตกต่างกัน

$H_3$  : นักศึกษา นักวิชาการ พนักงานขาย และผู้บริหารหน่วยงานขาย เพศหญิงจะมีการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมไม่แตกต่างจากเพศชาย

คำตอบชุดของประโยคส่วนที่ 2 นำมาวิเคราะห์ด้วย MANOVA พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในคำตอบของกลุ่มอาชีพที่ต่างกัน (Wilks' Lambda = .494,  $F = 4.682, p < .0001$ ) ณ ระดับ  $\alpha = .05$  ส่วนคำตอบของเพศชายและเพศหญิงไม่พบว่ามี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (Wilks' Lambda = .938,  $F = 1.173, p < .282$ ) และไม่พบอิทธิพลร่วมของอาชีพและเพศ (Wilks' Lambda = .824,  $F = 1.176, p < .184$ ) ณ ระดับ  $\alpha = .05$

การทดสอบ ANOVA สำหรับแต่ละประโยคในชุดของประโยคส่วนที่ 2 พบว่า คำตอบ 14 ข้อ จากทั้งหมด 18 ข้อ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของค่าเฉลี่ยของคำตอบของผู้ตอบต่างอาชีพ และไม่พบอิทธิพลร่วมของอาชีพและเพศ ณ ระดับ  $\alpha = .05$

จากผลการวิเคราะห์ทั้งหมดข้างต้น ทำให้ปฏิเสธ  $H_2$  ซึ่งหมายความว่า นักศึกษา นักวิชาการ พนักงานขาย และผู้บริหารหน่วยงานขายมีการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมแตกต่างกัน ผลการทดสอบด้วย LSD และการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ



คำตอบของกลุ่มอาชีพต่างๆ (ตารางที่ 1) โดยมีรายละเอียดในความแตกต่างของกลุ่มอาชีพแต่ละคู่ ดังนี้

นักศึกษาและนักวิชาการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในคำตอบ จำนวน 4 ข้อ จากทั้งหมด 18 ข้อ โดยนักศึกษามองเห็นว่า การขายสินค้าให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากผู้ขายเพียงรายเดียว ในราคาที่ถูกลงกว่าลูกค้าที่ซื้อจากหลายราย และการแอบหนีงานโดยที่หัวหน้าไม่ทราบ เป็นสิ่งผิดจริยธรรมมากกว่าที่นักวิชาการคิด และนักศึกษาเห็นว่าการปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยของสินค้า และการรายงานจำนวนครั้งในการทำงานเกินจริงเป็นสิ่งผิดจริยธรรมน้อยกว่าในความคิดของนักวิชาการ

นักศึกษาและพนักงานขาย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในคำตอบถึงจำนวน 14 ข้อ จากทั้งหมด 18 ข้อ โดยนักศึกษามองเห็นว่า การกระทำเหล่านั้นเป็นสิ่งผิดจริยธรรมมากกว่าที่พนักงานขายคิด ยกเว้นในเรื่องการปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยของสินค้า ที่นักศึกษามองว่าเป็นสิ่งผิดจริยธรรมน้อยกว่าพนักงานขายคิด

นักศึกษาและผู้บริหารหน่วยงานขาย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในคำตอบจำนวน 10 ข้อ จากทั้งหมด 18 ข้อ โดยนักศึกษามองเห็นว่า การกระทำเหล่านั้นเป็นสิ่งผิดจริยธรรมมากกว่าที่ผู้บริหารหน่วยงานขายคิด ยกเว้นในเรื่องการปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยของสินค้า ที่นักศึกษามองว่าเป็นสิ่งผิดจริยธรรมน้อยกว่าที่ผู้บริหารหน่วยงานขายคิด

นักวิชาการและพนักงานขาย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในคำตอบจำนวน 11 ข้อ จากทั้งหมด 18 ข้อ โดยนักวิชาการมองเห็นว่า การกระทำเหล่านั้นเป็นสิ่งผิดจริยธรรมมากกว่าที่พนักงานขายคิด ยกเว้นในเรื่องการขายสินค้าให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากผู้ขายเพียงรายเดียว ในราคาที่ถูกลงกว่าลูกค้าที่ซื้อจากหลายรายที่นักวิชาการมองว่าเป็นสิ่งผิดจริยธรรมน้อยกว่าที่พนักงานขายคิด

นักวิชาการและผู้บริหารหน่วยงานขาย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในคำตอบจำนวน 9 ข้อ จากทั้งหมด 18 ข้อ โดยนักวิชาการมองเห็นว่า การกระทำเหล่านั้นเป็นสิ่งผิดจริยธรรมมากกว่าที่ผู้บริหารหน่วยงานขายคิด

พนักงานขายและผู้บริหารหน่วยงานขาย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในคำตอบ 2 ข้อ จากทั้งหมด 18 ข้อ โดยผู้บริหารหน่วยงานขายจะเห็นว่าการกระทำเหล่านั้นเป็นสิ่งผิดจริยธรรมมากกว่าที่พนักงานขายคิด

ตารางที่ 1 แสดงความแตกต่างที่มีนัยสำคัญของค่าเฉลี่ยของกลุ่มบุคคลแต่ละอาชีพ

ประโยค	นักศึกษา & นักวิชาการ	นักศึกษา & พนักงาน	นักศึกษา & ผู้บริหาร	นักวิชาการ & พนักงาน	นักวิชาการ & ผู้บริหาร	พนักงาน & ผู้บริหาร
<b>จริยธรรมในการติดต่อกับลูกค้า</b>						
1. เสนอจ่ายสินบนให้แก่ผู้ซื้อ หากผู้ซื้อตกลงที่จะทำการสั่งซื้อจำนวนมาก*	-	แตกต่าง 3.36,2.45	แตกต่าง 3.36,2.58	แตกต่าง 3.40,2.45	แตกต่าง 3.40,2.58	-
2. ไม่ว่าลูกค้าจะมีขนาดการซื้ออย่างน้อยเพียงใด พนักงานขายจะเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้า จากตนเพียงรายเดียวในราคาที่ต่ำกว่าและในเงื่อนไขที่ดีกว่า ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายหลายราย*	แตกต่าง 2.02,0.83	แตกต่าง 2.02,1.61	แตกต่าง 2.02,1.40	แตกต่าง 0.83,1.61	-	-
3. กล่าวอ้างเกินจริงถึงคุณสมบัติสินค้าหากคิดว่าจะไม่ถูกลูกค้าตรวจพบ*	-	แตกต่าง 3.60,3.22	-	แตกต่าง 4.12,3.22	แตกต่าง 4.12,3.29	-
4. กล่าวให้ร้ายเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าของคู่แข่ง*	-	แตกต่าง 3.87,3.19	แตกต่าง 3.87,3.20	-	-	-
5. กล่าวให้ร้ายเกี่ยวกับคุณภาพของพนักงานขายของคู่แข่ง*	-	แตกต่าง 3.81,3.30	แตกต่าง 3.81,3.22	แตกต่าง 3.88,3.30	แตกต่าง 3.88,3.22	-
6. ทำให้ลูกค้าเข้าใจผิดเกี่ยวกับกำลังการผลิตของโรงงานหรือคิดว่าสินค้ากำลังจะขาดแคลนเพื่อชักจูงลูกค้าให้ซื้อเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน*	-	แตกต่าง 2.87,2.25	-	แตกต่าง 3.17,2.25	แตกต่าง 3.17,2.43	-
7. หาข้อมูลเกี่ยวกับราคาหรือกิจกรรมอื่นๆ ของคู่แข่งชั้นจากลูกค้า						
8. ปกปิดข้อมูลภายในเกี่ยวกับความปลอดภัยของสินค้า*	แตกต่าง 2.14,3.45	แตกต่าง 2.14,3.33	แตกต่าง 2.14,4.04	-	-	แตกต่าง 3.33,4.04
9. ดึงดูดความสนใจของลูกค้าด้วยสินค้าราคาต่ำ แล้วพยายามชักจูงลูกค้าให้ซื้อสินค้าที่มีราคาแพงกว่า	-	-	-	-	-	-
10. พุดซ้ำและต่อเติมข่าวลือ (ซึ่งยังไม่มีสารพิสูจน์ว่าจริง) ที่มีผลกระทบต่อคู่แข่ง*	-	แตกต่าง 3.36,2.45	แตกต่าง 3.36,2.45	แตกต่าง 3.36,2.45	แตกต่าง 3.36,2.45	-
11. แจ้งราคาที่แพงเกินจริงแก่ลูกค้าในตอนต้น แล้วลดราคาลงเพื่อให้ลูกค้าคิดว่าตนได้มีส่วนลด	-	-	-	-	-	-
12. พยายามที่จะสร้างอิทธิพลต่อการซื้อโดยเสนอให้ของขวัญ เลี้ยงอาหารหรือการไปท่องเที่ยวแก่เจ้าหน้าที่จัดซื้อ*	-	แตกต่าง 2.33,1.83	แตกต่าง 2.33,1.67	แตกต่าง 2.70,1.83	แตกต่าง 2.70,1.67	-
13. ทำให้ลูกค้าเข้าใจผิดและใช้สินค้ามากเกินความจำเป็น เพื่อจะได้ขายสินค้าบ่อยขึ้นและในจำนวนที่มากขึ้นในอนาคต*	-	แตกต่าง 3.15,2.58	-	แตกต่าง 3.38,2.58	-	-
14. ยอมให้ความชอบส่วนบุคคลที่มีต่อผู้ซื้อที่มีอิทธิพล ต่อการที่จะลดราคาหรือให้ข้อเสนอพิเศษเกี่ยวกับ เงื่อนไขการขาย	-	-	-	-	-	-
<b>จริยธรรมเกี่ยวกับนายจ้าง</b>						
15. แจ้งเบิกค่าใช้จ่าย (เช่น ค่าน้ำมัน ค่าแท็กซี่) เกินความเป็นจริง*	-	แตกต่าง 3.63,2.14	แตกต่าง 3.63,2.65	แตกต่าง 3.37,2.14	แตกต่าง 3.37,2.65	แตกต่าง 2.14,2.65
16. พาเพื่อนและครอบครัวไปรับประทานอาหารและนำไปเสริมไปเบิกจากบริษัท*	-	แตกต่าง 4.00,2.04	แตกต่าง 4.00,2.96	แตกต่าง 3.83,2.64	แตกต่าง 3.83,2.96	-
17. หยุดพักไม่ออกไปทำงานในขณะที่หัวหน้าคิดว่าเขากำลังทำงานอยู่*	แตกต่าง 3.15,2.45	แตกต่าง 3.15,2.56	แตกต่าง 3.15,2.67	-	-	-
18. รายงานจำนวนครั้งในการเยี่ยมลูกค้าในวันหนึ่งๆ มากเกินจริง*	แตกต่าง 2.88,3.40	แตกต่าง 2.88,2.11	-	แตกต่าง 3.40,2.11	แตกต่าง 3.40,2.47	-

หมายเหตุ : 1. \*ผลการทดสอบ ANOVA มีนัยสำคัญ ณ ระดับ  $\alpha = .05$ 2. แตกต่าง แสดงถึงค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ  $\alpha = .05$ 

3. ตัวเลขแสดงค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีความแตกต่าง

การวิเคราะห์ ANOVA แต่ละประโยคเกี่ยวกับความคิดเห็นในพฤติกรรมด้านจริยธรรม ในชุดของประโยคส่วนที่ 2 พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคำตอบของเพศชายและหญิง ที่มีนัยสำคัญเพียง 3 ประโยค จากทั้งหมด 18 ประโยค คือ การหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาหรือกิจกรรมอื่นๆ ของคู่แข่งจากลูกค้า ( $F = 4.005, p < .046$ ) การดึงดูดความสนใจของลูกค้าด้วยสินค้าราคาต่ำ แล้วพยายามชักจูงลูกค้าให้ซื้อสินค้าที่มีราคาแพงกว่า ( $F = 7.305, p < .007$ ) และ การยอมให้ความชอบส่วนบุคคลที่มีต่อผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการที่จะลดราคาหรือให้ข้อเสนอพิเศษเกี่ยวกับเงื่อนไขการขาย ( $F = 6.930, p < .009$ ) ณ ระดับ  $\alpha = .05$  โดยเพศหญิงจะเห็นว่าพฤติกรรมดังกล่าว ผิดจริยธรรมมากกว่าเพศชาย (ค่าเฉลี่ยคำตอบของเพศชาย = .69, 1.82, และ 1.80 ตามลำดับ ค่าเฉลี่ยคำตอบของเพศหญิง .88, 2.09, และ 2.16 ตามลำดับ)

จากผลการวิเคราะห์ทั้งหมดข้างต้น ทำให้ไม่ปฏิเสธ  $H_3$  ซึ่งหมายความว่า เพศหญิงจะมีการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมไม่แตกต่างจากเพศชาย

### อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์สรุปว่าพฤติกรรมด้านจริยธรรมของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกแตกต่างกัน โดยพบว่าได้รับอิทธิพลจากบุคคลในบ้านน้อยกว่าอิทธิพลจากผู้บังคับบัญชาและบริษัท และได้รับอิทธิพลจากบุคคลในที่ทำงานน้อยกว่าอิทธิพลจากบริษัท ซึ่งผลการศึกษานี้แตกต่างจากผลการศึกษาของปีเตอร์สันและคณะ (Peterson et al.2001:515-524) ที่พบว่าบุคคลในบ้านมีผลมากที่สุด ในขณะที่ผู้บังคับบัญชามีผลน้อยที่สุด ทั้งนี้ความแตกต่างอาจเกิดจากการที่การศึกษานี้วัดจากกลุ่มตัวอย่างในประเทศในเอเชีย ในขณะที่ผลการศึกษาของปีเตอร์สันและคณะ (Peterson et al.2001:515-524) ทำในประเทศตะวันตก ซึ่งมีวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป

นักศึกษาและนักวิชาการมีความคิดเห็นต่อปัญหาด้านจริยธรรมไม่แตกต่างกันมากนัก โดยที่ทั้งสองกลุ่มจะมีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ปฏิบัติงานด้านการขาย (พนักงานขายและผู้บริหารหน่วยงานขาย) หลายประเด็น ในขณะที่พนักงานขายและผู้บริหารหน่วยงานขาย จะมีความคิดเห็นและการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมไม่แตกต่างกันมากนัก โดยที่นักศึกษาและนักวิชาการมีการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมมากกว่าผู้ปฏิบัติงานด้านการขาย ซึ่งผลการศึกษานี้แตกต่างจากผลการศึกษาที่พบในการศึกษาของฟอร์ดและริชาร์ดสัน (Ford and Richardson, 1994:206-9) ที่พบว่านักศึกษามีการรับรู้ต่อปัญหาด้านจริยธรรมน้อยกว่าผู้จัดการร้านค้าปลีกและผู้บริหาร ทั้งนี้ความแตกต่างที่เกิดขึ้นอาจเกิดเนื่องจากการศึกษาดังกล่าวกระทำในประเทศตะวันตก

การที่นักศึกษาและนักวิชาการมีความคิดเห็นและการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมไม่แตกต่างกันมากนัก อาจเนื่องจากบุคคลทั้งสองกลุ่มเป็นผู้มีความเกี่ยวข้องใกล้เคียงกัน โดยนักวิชาการจะเป็นผู้ถ่ายทอดแนวคิดค่านิยมต่างๆ ให้แก่นักศึกษาผู้เป็นศิษย์

การที่พนักงานขายและผู้บริหารหน่วยงานขายมีความคิดเห็นและการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมไม่แตกต่างกันมากนัก น่าจะเกิดจากการที่บุคคลทั้งสองกลุ่มทำงานเกี่ยวข้องใกล้ชิดกัน และทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันจึงมีแนวคิดค่านิยมต่างๆ ที่ใกล้เคียงกัน

ความแตกต่างในการรับรู้ระหว่างนักศึกษา-นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานด้านการขาย อาจอนุมานได้ว่าเกิดจากการทำงานอยู่ในสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน โดยนักศึกษา-นักวิชาการจะอยู่ในสภาพแวดล้อมของวงการศึกษาที่มีค่านิยมการมุ่งเน้นส่งเสริมด้านจริยธรรม ไม่ต้องเผชิญภาวะกดดันที่ทำให้มีการกระทำผิดจริยธรรม ในขณะที่กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านการขาย ทำงานอยู่ในตลาดที่ต้องเผชิญภาวะความกดดันในการแข่งขัน และขณะเดียวกันต่างก็รับค่านิยมและแนวปฏิบัติในการขายที่ยอมรับการกระทำที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรมเป็นแนวปฏิบัติตามปกติ จึงมีการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมน้อยกว่าบุคลากรในส่วนวิชาการ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของพฤติกรรมที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรม พบว่าผู้ปฏิบัติงานด้านการขาย เห็นว่าการเสนอจ่ายสินบนให้แก่ผู้ซื้อ และการสร้างอิทธิพลต่อการซื้อโดยการให้ของขวัญ (จริยธรรมในการติดต่อลูกค้า) และการเบิกค่าใช้จ่ายเกินจริง (จริยธรรมเกี่ยวกับนายจ้าง) เป็นสิ่งที่ผิดจริยธรรมไม่รุนแรง นับเป็นการรับรู้ที่ต่างจากนักศึกษา-นักวิชาการ ที่เห็นว่า การกระทำดังกล่าวผิดจริยธรรมค่อนข้างรุนแรง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมในการทำงานด้านการขายที่ต่างจากบุคคลในวงการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าเพศหญิง จะมีการรับรู้ในปัญหาด้านจริยธรรมไม่แตกต่างจากเพศชาย การที่ไม่พบความแตกต่างอาจเกิดเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่ทำการศึกษานี้มีการประกอบอาชีพ เดียวกันในลักษณะที่เท่าเทียมกับเพศชาย จึงมีค่านิยมเกี่ยวกับจริยธรรม ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการทำงาน ในวิชาชีพทำให้ชายหญิงมีส่วนคล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้อง Self Selection Theory และ Structural Theory ที่ระบุว่าผู้ชายและผู้หญิงจะมีการรับรู้และพฤติกรรมที่เหมือนกัน (Dawson, 1997:1145-6)

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจ

1.1 จากผลการวิจัยพบว่าบริษัทมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมด้านจริยธรรมของบุคคลมาก ดังนั้นการที่บริษัทมีแนวนโยบายที่ชัดเจนในการมุ่งเน้นจริยธรรมจะมีบทบาทสำคัญมากในการช่วยแก้ไข

1.2 บริษัทควรกำหนดระบบการประเมินผลงานและการจ่ายค่าตอบแทนที่ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะยอดขาย แต่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการกระทำที่ถูกต้อง และมีการลงโทษต่อการกระทำที่ผิดจริยธรรมอย่างเท่าเทียม คือ ไม่เลือกลงโทษเฉพาะการกระทำที่มีผลเสียหายแก่บริษัท

1.3 การที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการขายเห็นว่าการให้สินบนและของตอบแทนแก่ลูกค้า เพื่อให้ซื้อสินค้า และการเบิกค่าใช้จ่ายเกินจริงไม่เป็นสิ่งผิดมากนัก หากผู้บริหารระดับสูงเห็นว่า การกระทำดังกล่าวไม่เหมาะสมก็ควรที่จะกำหนดเป็นนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน เช่น การห้ามให้ของที่มีมูลค่าสูงเกินกำหนดแก่ลูกค้า และมีการวางระบบการควบคุมตรวจสอบ การเบิกค่าใช้จ่ายที่รัดกุม และชี้แจงให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการขายเห็นความสำคัญว่าการกระทำ ดังกล่าวเป็นสิ่งผิด และหากตรวจพบก็ควรที่จะมีการลงโทษ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำ ดังกล่าวซ้ำ ซึ่งน่าจะช่วยยับยั้งการกระทำดังกล่าวได้ดังผลการศึกษาที่พบว่าบริษัทจะมีผลต่อ พฤติกรรมด้านจริยธรรมมาก

1.4 การเลือกพนักงานขายเพศชายหรือหญิงเข้ามาทำงานในกิจการ ไม่น่าจะมี ส่วนช่วยในการยกระดับจริยธรรมได้ การกำหนดแนวนโยบายในการปฏิบัติงานที่ถูกจริยธรรม ที่ชัดเจนของบริษัทน่าจะเป็น ประโยชน์ในการสร้างเสริมจริยธรรมในการขายได้มากกว่า

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับนักวิชาการ

2.1 ในส่วนของนักวิชาการผู้ให้ความรู้แก่นักศึกษา ถึงแม้ว่านักศึกษาจะมีความแตกต่าง ในความคิดเห็นและการรับรู้ปัญหาด้านจริยธรรมไม่มากนัก แต่นักศึกษาก็มีแนวโน้มที่จะ ได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่น ดังนั้นหากนักศึกษาเหล่านี้สำเร็จการศึกษาออกไปและไปทำงาน เป็นพนักงานขายก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนค่านิยม และรับเอาพฤติกรรมที่ผิดจริยธรรมมาปฏิบัติได้ง่าย ดังนั้น นักวิชาการจึงควรทำการปลูกฝังค่านิยมในการกระทำที่ถูกจริยธรรม และให้ทางออกใน การปฏิบัติตนเมื่อเผชิญกับภาวะที่ชักจูงให้ประพฤติดังจริยธรรม เช่น การสอดแทรกตัวอย่าง บทเรียนที่เป็นปัญหาด้านจริยธรรมและให้นักศึกษาคิดหาวิธีการทางออกที่เหมาะสม โดยไม่จำเป็นต้อง คล้อยตามในสิ่งที่ไม่ถูกต้องเพื่อฝึกฝนนักศึกษาให้สามารถหาวิธีแก้ปัญหาที่จะเกิดขึ้น ในอนาคต

2.2 จากผลการศึกษาที่พบว่านักศึกษาให้ความเห็นว่าการปกปิดข้อมูลด้าน ความปลอดภัย ของสินค้าเป็นสิ่งผิดจริยธรรมไม่รุนแรงนัก และมีความคิดเห็นในเรื่องนี้ ที่แตกต่างจากคนกลุ่มอื่นมาก แสดงให้เห็นถึงการที่นักศึกษายังไม่เข้าใจและเห็นความสำคัญ ในเรื่องความปลอดภัยในการใช้สินค้าที่จะต้องมีการสื่อสารให้ลูกค้าทราบ ดังนั้นนักวิชาการจึงควร ที่จะสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญเรื่องนี้ให้นักศึกษาทราบในเนื้อหาวิชาที่เรียน

## เอกสารอ้างอิง

- Bellizzi, Joseph A. and Hite, Robert E.(1989). Supervising Unethical Salesforce Behavior. *Journal of Marketing*. 53(April):36-47.
- Chonko, Lawrence B. and Hunt, Shelby D. (1985). Ethics and Marketing Management: An Empirical Examination. *Journal of Business Research*.13:339-359.
- Dawson, Leslie.M. (1997). Ethical Differences Between Men and Women in the Sales Profession. *Journal of Business Ethics*. 16(Aug):1143-52
- DeConinck, J.B. and D.J. Good (1989). Perceptual Differences of Sales Practitioners and Students Concerning Ethical Behavior. *Journal of Business Ethics*. 8.:667-676.
- Ferrell. O.C. and Gresham. L.G.(1985). A Contingency Framework for Understanding Ethical Decision Making in Marketing. *Journal of Marketing*. 49 (Summer):87-96.
- Ford, Robert. C and Woodrow D. Richardson. (1994). Ethical Decision Making: A Review of the Empirical Literature. *Journal of Business Ethics*. 13:205-221.
- Henthorne, Tony.L., Robin, Donald.P. and Reidenbach, R. Eric (1992). Identifying the Gaps in Ethical Perceptions Between Managers and Salespersons: A Multidimensional Approach. *Journal of Business Ethics*, 11 (November): 849-856.
- Kidwell, Jeaneen M., Stevens, Robert E., and Bethke, Art L.(1987). Differences in Ethical Perceptions Between Male and Female Managers: Myth or Reality?. *Journal of Business Ethics*. 6:489-493.
- McDonald, Gael M. and Pak Cho Kan. (1997). Ethical Perceptions of Expatriate and Local Managers in Hong Kong. *Journal of Business Ethics*. 16(15):1605-23.
- Peterson, Dane., Rhoads, Angela, and Vaught, Bobby C.(2001). Ethical Beliefs of Business Professionals: A Study of Gender, Age and External Factors,” *Journal of Business Ethics*. 7:515-524.
- Sayre, S., Joyce, M.L., and Lambert, D.R.(1991). Gender and Sales Ethics; Are Women Penalized less Severely than their Male Counterparts? *Journal of Personal Selling and Sales Management*. 11(Fall):49-54.
- Serwinek, Paul J.(1992). Demographic&Related Differences in Ethical Views Among Small Business. *Journal of Business Ethics*. 11(7):555-66.

- Singhapakdi, Anusorn and S. Vitell (1991). Analyzing the Ethical Decision Making of Sales Professionals. *Journal of Personal Selling and Sales Management* 11 (Fall):1-12.
- Spark, John R. and Johlke, Mark (1996). Factors Influencing Student Perceptions of Unethical Behavior by Personal Salespeople: An Experimental Investigation. *Journal of Business Ethics*. 15(Aug):871-887.
- Spillan, John E., Totten, Jeffrey W. and Ziemnowicz, Christopher. (2007). What are Students' Perceptions of Personal Selling As a Career? *Journal of Advancement of Marketing Education*. 11(Winter): 19-30.
- Tsalikis, J. and D.J. Fritzsche (1989). Business Ethics: A Literature Review with a Focus on Marketing Ethics. *Journal of Business Ethics*. 8:695-743.