

จริยธรรมในภาคธุรกิจ

สิริสุร กระแสร์สุนทร
วิทยาการชำนาญการพิเศษ
กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ

หลายปีที่ผ่านมาสังคมไทยและสังคมโลกต่างมุ่งเน้นการพัฒนาด้านวัตถุเพียงอย่างเดียว โดยสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก ทำให้คนส่วนใหญ่ได้รับความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตได้อย่างง่ายดายสะดวกและรวดเร็วขึ้นมาก ขณะเดียวกันผลกระทบอันเกิดจากการพัฒนาดังกล่าวส่งผลให้คุณค่าความเป็นมนุษย์ถูกทำลายลงไป ทั้งส่งผลให้เกิดความเสียหายอย่างมหาศาลต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในที่สุด ทุกภาคส่วนของสังคมจึงต้องหันกลับมาให้ความสำคัญและตระหนักถึงแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งแนวทางหนึ่งได้แก่การให้ความสำคัญในเรื่องของหลักการของคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งเป็นรากเหง้าดั้งเดิมของสังคมไทยและเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การอยู่ร่วมกันของคนในสังคมเป็นไปอย่างสงบสุข ทั้งส่งผลดีกับสิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อมรอบตัวเราได้อย่างสมดุล

การดำเนินธุรกิจก็เช่นเดียวกันหากอาศัยหลักจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจก็จะทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้ด้วยดี แต่โดยทั่วไปแล้วผู้บริหารกับจริยธรรมทางธุรกิจมักเกี่ยวเนื่องกับการเตือนสติในการประกอบวิชาชีพว่า สิ่งใดพึงกระทำ สิ่งใดพึงละเว้น และแม้ข้อกำหนดทางจริยธรรมจะเป็นปกติวิสัยที่ทุกองค์การทั่วไปจำเป็นต้องมี แต่ความตื่นตัวในเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจของประเทศไทยนับว่าค่อนข้างช้ากว่าชาติอื่น โดยพิจารณาได้จากการเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจในประเทศไทยเมื่อ พ.ศ. 2540 ซึ่งหลากหลายกลุ่มธุรกิจต่างล่มสลายลงเป็นจำนวนมาก โดยส่วนหนึ่งเป็นเพราะการบริหารงานที่ขาดจริยธรรมและความโปร่งใส ต่อมาจึงได้มีการรณรงค์ในเรื่องจริยธรรมและความโปร่งใส ทั้งนี้เพราะต้องการสร้างกลไกที่จะป้องกันธุรกิจหรือองค์การให้ปราศจากปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน ประกอบกับเป็นการสร้างรูปแบบการประกอบการที่ดีดังเช่นประเทศในทวีปตะวันตก ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยในโลกยุคโลกาภิวัตน์

ดังนั้น องค์การภาคธุรกิจในยุคใหม่จึงต้องมีการบริหารจัดการโดยคำนึงถึงหลักจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคตลอดจนความรับผิดชอบต่อพนักงานในองค์การและความรับผิดชอบต่อสังคมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังต้องดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใสและพร้อมจะให้สาธารณชนเข้าไปตรวจสอบได้เสมอ จริยธรรมจึงมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของภาคธุรกิจในทุกองค์การ การทำงานภายใต้ระบบทุนนิยมและกระแสเศรษฐกิจยุคใหม่ จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องคำนึงถึงเรื่องจริยธรรม ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบในทางลบอันอาจเกิดขึ้นได้อย่างรุนแรงและกว้างขวางมากกว่าในอดีต

“จริยธรรมทางธุรกิจ” จึงมีความหมายถึงข้อพึงประพฤติปฏิบัติที่ชอบด้วยคุณธรรม ความถูกต้องซึ่งนำมาใช้กับธุรกิจโดยนักธุรกิจ หรือผู้ประกอบการ ดังนั้นจริยธรรมทางธุรกิจจึงต้องเริ่มจากการมีนักธุรกิจที่ดีก่อน จึงจะมีการประกอบการที่ดีและเป็นธุรกิจที่ดีในที่สุด แต่หากนักธุรกิจมุ่งแต่ผลประโยชน์ของตนเอง หรือผลกำไรของธุรกิจเพียงอย่างเดียว โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจแล้วย่อมจะเป็นธุรกิจที่ขาดจริยธรรม ซึ่งจะก่อให้เกิดความเสียหายและความเดือดร้อนแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งธุรกิจเองก็จะไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ในอนาคต

การส่งเสริมให้เกิดจริยธรรมขึ้นในทุกองค์การเพื่อก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของธุรกิจที่ดีทั้งในด้านตัวสินค้าและบริการขององค์การธุรกิจจึงเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดให้สามารถแข่งขันในเชิงธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง โดยหากองค์การใดยังคงมีแนวคิดว่าการจริยธรรมเป็นสิ่งที่บั่นทอนกำไรขององค์การย่อมหมายความว่าผู้บริหารยังคงขาดคุณธรรม จริยธรรม และขาดวิสัยทัศน์ในการนำองค์การไปสู่ความสำเร็จและอาจพองค์การไปสู่ความล้มเหลวในการทำธุรกิจในที่สุด

องค์ประกอบในการสร้างจริยธรรมในองค์การธุรกิจมีดังนี้

1. องค์ประกอบภายในองค์การที่มีอิทธิพลเสริมสร้างจรรยาบรรณขององค์การธุรกิจ ดังนี้

- 1) บุคลากร
- 2) สภาพแวดล้อมในองค์การ
- 3) นโยบายขององค์การ
- 4) จริยธรรมส่วนบุคคลของพนักงาน

2. องค์ประกอบภายนอกองค์การที่มีอิทธิพลเสริมสร้างจรรยาบรรณขององค์การธุรกิจ จำแนกได้ตามลำดับดังนี้

- อันดับ 1 คุณธรรมของประชาชนในชุมชน
- อันดับ 2 กฎ ระเบียบของรัฐทั่วถึงและเป็นธรรม
- อันดับ 3 การให้การศึกษาก่อนที่ถูกต้องของสถาบันการศึกษา
- อันดับ 4 สื่อสารมวลชนเผยแพร่ตัวอย่างที่ดี
- อันดับ 5 สังคมกระตุ้นให้ธุรกิจสำนึกในความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในสังคม

การเสริมสร้างและปลูกฝังจริยธรรมกับคนในสังคมจึงเป็นเรื่องสำคัญและเร่งด่วน โดยที่ผ่านมา มีผู้เสนอแนวทางในการปลูกฝังและสร้างเสริมจริยธรรม ซึ่งมีอยู่ 4 รูปแบบ คือ

1. วิธีการกระจ่างค่านิยม (Value Clarification หรือ VC) คือ วิธีการทำค่านิยมให้กระจ่าง โดยมีความเชื่อพื้นฐานว่าค่านิยมเป็นหลักที่บุคคลยึดไว้เป็นมาตรฐานในการประพฤติปฏิบัติ ดังนั้นต้องอธิบายให้ทราบอย่างกระจ่างว่าสิ่งที่ถูกต้องคืออะไร และมีหลักการอย่างไร ตลอดจนอธิบายว่าหลักการที่ผิดมีลักษณะเป็นอย่างไร วิธีการนี้จะช่วยให้เกิดความกระจ่างแจ้งในค่านิยมของตนเอง ทำให้ได้รู้จักจุดดีและจุดด้อยที่ตนมีอยู่เพื่อประโยชน์ในการหาทางรักษาส่วนที่ดีนั้นไว้ และเสริมสร้างค่านิยม 7 ประการ คือ 1) การเลือกกระทำโดยอิสระไม่มีการบังคับ 2) การเลือกจากทางเลือกหลาย ๆ ทาง 3) การเลือกโดยพิจารณาจากผลของทางเลือก 4) การรู้สึกภูมิใจและยินดีที่ได้เลือกกระทำ 5) ยืนยันการตัดสินใจเลือกของตนอย่างเปิดเผย 6) การกระทำตามสิ่งที่ตนตัดสินใจเลือก และ 7) การกระทำพฤติกรรมทั้ง 6 ประการนั้นซ้ำอีกจนเกิดเป็นค่านิยมขององค์การ

2. วิธีการให้เหตุผลทางจริยธรรม (Moral Reasoning หรือ MR) เป็นวิธีซึ่งมาจากความเชื่อที่ว่า การอ้างเหตุผลเชิงจริยธรรม มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาทางด้านอื่น ๆ ของบุคคลนั้น โดยเฉพาะทางด้านสติปัญญา ซึ่งสัมพันธ์กับพฤติกรรมประเภทต่าง ๆ ของบุคคล แนวคิดพื้นฐานซึ่งเป็นที่มาของวิธีนี้ คือ ความเชื่อว่าการจริยธรรม คือกฎเกณฑ์ที่ขึ้นอยู่กับการพัฒนาทางสติปัญญาและมีความสัมพันธ์กับอายุของบุคคล ดังนั้นหากยังไม่ถึงวัยอันสมควรการเสริมสร้างจริยธรรมบางลักษณะจึงไม่อาจกระทำได้ กิจกรรมหลักที่ใช้ในการเสริมสร้างจริยธรรมให้เกิดขึ้นโดยวิธีนี้จึงได้แก่ การอภิปรายแลกเปลี่ยนทัศนะซึ่งกันและกัน โดยไม่มีการตัดสินเรื่องความผิดหรือถูก แต่เน้นที่การให้เหตุผลทางจริยธรรมได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์หนึ่งๆ

3. วิธีการปรับพฤติกรรม (Behavior Modification หรือ BM) คือวิธีซึ่งมาจากความเชื่อพื้นฐานที่ว่ามนุษย์ถูกควบคุมโดยเงื่อนไขของการเสริมแรงหรือลงโทษ หากมีการแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาและได้รับการเสริมแรงในทางลบ พฤติกรรมนั้น ๆ ก็จะค่อย ๆ ลดลงและหายไป แนวคิดที่มาของวิธีนี้จึงตั้งอยู่บนหลักการที่ว่า “การเรียนรู้ย่อมนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม” กล่าวคือ หากต้องการเพิ่มจริยธรรมหรือเพิ่มพฤติกรรมอันพึงประสงค์ต้องใช้วิธีการเสริมแรงในทางบวกและให้ใช้การจัดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ด้วยการเสริมแรงในทางลบ

4. วิธีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning หรือ SL) คือวิธีซึ่งมาจากความเชื่อที่ว่า จริยธรรมเป็นความเข้าใจกฎเกณฑ์ที่ใช้สำหรับประเมินความถูกต้องของพฤติกรรมมนุษย์ ซึ่งความเข้าใจดังกล่าวนี้เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ของบุคคลในสังคม วิธีนี้จึงมาจากความเชื่อว่าการเรียนรู้ของมนุษย์ส่วนหนึ่งเกิดจากประสบการณ์ตรงของตนเอง อีกส่วนหนึ่งเกิดจากการฟังคำบอกเล่าและการอ่านบันทึกของผู้อื่น ซึ่งการเรียนรู้ประเภทหลังนี้ช่วยให้มีความรู้ว่าจะอะไรคืออะไร และการเรียนรู้จะทำให้เกิดความเชื่อและความเข้าใจว่าจะอะไรสัมพันธ์กับอะไรและอย่างไร โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและผลของพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งความเชื่อของมนุษย์ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความเป็นจริงเสมอไป ทั้งนี้เพราะข้อจำกัดในการสังเกตและการคิดรวมทั้งความซับซ้อนของความสัมพันธ์นั้นมีอยู่มาก หลักการเสริมสร้างหรือปลูกฝังจริยธรรมตามวิธีนี้จึงได้แก่การจัดประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้เกิดความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมอะไรจะนำไปสู่ผลกรรมอะไรและผลกรรมนั้นนำไปสู่การประณามเพียงไร

อย่างไรก็ตามรูปแบบและวิธีดำเนินงานเกี่ยวกับการสร้างจริยธรรมในภาคธุรกิจ อาจแตกต่างกันไปแล้วแต่ประเภทของธุรกิจ แต่จริยธรรมก็ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญขององค์ประกอบหนึ่งของการเพิ่มผลผลิต ผู้ผลิต หรือผู้ให้บริการที่มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ย่อมได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจจากลูกค้า ผู้ขาย ผู้ถือหุ้น คู่แข่งขัน พนักงาน ข้าราชการและประชาชนทั่วไป ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน เพราะการเพิ่มผลผลิตโดยยึดหลักจริยธรรม จะไม่ก่อให้เกิดการเบียดเบียนผู้อื่นโดยไม่เป็นธรรม ทำให้ทุกฝ่ายได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน นำความสุขความเจริญมายังหน่วยงาน สังคมและประเทศชาติโดยส่วนร่วม ตัวอย่างการดำเนินงานทางธุรกิจอย่างมีจริยธรรมที่สำคัญ 10 ประการ เช่น

1. ไม่เบียดเบียนลูกค้า ได้แก่ ไม่ปลอมปนสินค้าหรือไม่ส่งสินค้าที่มีคุณภาพหรือมาตรฐานต่ำกว่าที่ตกลงไว้ ไม่กักตุนสินค้าเพื่อขึ้นราคา ไม่ค้ากำไรเกินควร เป็นต้น

2. ไม่เบียดเบียนผู้จัดส่งวัตถุดิบ ผู้จัดส่งวัตถุดิบมีชื่อเรียกอีกหลายอย่าง เช่น ซัพพลายเออร์ (Supplier) เวนเดอร์ (Vender) เป็นต้น การไม่เบียดเบียนดังกล่าว ได้แก่ การไม่กดราคาซื้อให้ต่ำเกินจริง การปิดบังข้อมูลบางอย่าง การไม่ตำหนิวัตถุดิบหรือการไม่สร้างหลักฐานเท็จเพื่อเรียกร้องให้ผู้จัดส่งวัตถุดิบชดใช้ค่าเสียหาย เป็นต้น

3. ไม่เบียดเบียนพนักงาน ได้แก่ การจ่ายค่าแรงอย่างครบถ้วนและเป็นธรรมตามกฎหมาย การตรงต่อเวลา การใช้แรงงานอย่างไม่กดขี่ ทารุณ การจัดสวัสดิการและสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสม การจ่ายค่าล่วงเวลาให้เมื่อมีการทำงานล่วงเวลาอย่างถูกต้อง เป็นต้น

4. ไม่เปิดเผยข้อมูลผู้ถือหุ้น ได้แก่ การไม่สร้างหลักฐานเท็จหรือไม่สร้างข้อมูลเท็จให้ผู้ถือหุ้นหลงผิดในการซื้อหุ้นเพิ่มทุน การจ่ายเงินปันผลให้ตามสมควร การไม่ปิดบังข้อมูลที่แท้จริง การไม่เอาส่วนเกินมูลค่าหุ้นไปฝากธนาคารไว้กินดอกเบี้ยเฉย ๆ โดยไม่นำไปลงทุนตามที่ได้สัญญาไว้ การไม่นำเงินลงทุนไปใช้ผิดประเภท การตั้งใจบริหารบริษัทให้เต็มความสามารถ การไม่ปันหุ้นให้มีราคาสูง เป็นต้น

5. ไม่เปิดเผยข้อมูลผู้ร่วมงาน ได้แก่ การไม่ปิดบังข้อมูลของผู้ร่วมงานหรือบริษัทร่วมทุนควรจะได้รับรู้การบริหารงานอย่างซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา การไม่ทุจริตคอร์รัปชัน การไม่เอาเปรียบกินแรงผู้ร่วมงาน เป็นต้น

6. ไม่เปิดเผยผู้ให้กู้ยืม ได้แก่ การไม่นำเงินที่กู้ยืมไปใช้ผิดข้อตกลง การไม่ยึดระยะเวลาชำระหนี้โดยไม่มีเหตุผลอันควร การไม่สร้างหลักฐานเท็จเพื่อหลอกลวงผู้ให้กู้ เป็นต้น

7. ไม่เปิดเผยคู่แข่ง ได้แก่ การไม่ปล่อยข่าวลือหรือสร้างหลักฐานที่เป็นเท็จหรือทำให้คู่แข่งเสียหาย การไม่ปลอมสินค้าคู่แข่ง การไม่ดิสเครดิตคู่แข่งเพื่อแย่งลูกค้าจากคู่แข่ง การปฏิบัติตามข้อตกลงหรือพันธะผูกพันอย่างเคร่งครัด การไม่นอกกลุ่มนอกทางหรือปฏิบัตินอกกติกา เป็นต้น

8. ไม่เปิดเผยราชการ ได้แก่ การไม่ดิสเครดิตข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐเพื่อหลีกเลี่ยงกฎหมาย การจ่ายภาษีถูกต้องตรงความเป็นจริง ไม่มีการทำบัญชี 2-3 ชุด ไม่หลีกเลี่ยงภาษีโดยวิธีการอาศัยช่องว่างทางกฎหมาย การไม่สร้างหลักฐานเท็จเพื่อหลอกลวงราชการ เป็นต้น

9. ไม่เปิดเผยสังคม ได้แก่ การไม่โฆษณาหลอกลวงหรือไม่โฆษณาชวนเชื่อเกินจริงหรือไม่โฆษณาให้หลงผิด การไม่ฉวยโอกาสขายของแพง การไม่ผลิตสินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้

10. การไม่เปิดเผยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ไม่สร้างมลภาวะให้กับชุมชน ไม่ทำให้น้ำเสีย ไม่ทำให้อากาศเป็นพิษ การจัดให้มีระบบการจัดการกับของเสียหรือสิ่งสกปรกที่ก่อให้เกิดมลพิษ เช่น จัดให้มีการจัดการกับกากอุตสาหกรรมที่เป็นพิษอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เป็นต้น

บทสรุปและข้อเสนอแนะของผู้ศึกษา

จริยธรรมในภาคธุรกิจนั้นเป็นสิ่งสำคัญและมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการดำเนินงานในทุกด้านของทุกองค์การทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ดังนั้นการดำเนินธุรกิจภายใต้ระบบทุนนิยมและกระแสเศรษฐกิจยุคใหม่ เช่นในปัจจุบัน จึงต้องคำนึงถึงเรื่องคุณธรรมจริยธรรมในการบริหารจัดการองค์การธุรกิจ ซึ่งหากมองข้ามในเรื่องดังกล่าวไปอาจสร้างผลกระทบทางลบในทุกด้านโดยเฉพาะต่อธุรกิจของตนเองได้อย่างรุนแรงและกว้างขวาง ด้วยเหตุนี้องค์การในภาคธุรกิจจึงควรมีการดำเนินงานทางธุรกิจอย่างมีจริยธรรม จำนวน 10 ประการ คือ 1) ไม่เปิดเผยข้อมูลลูกค้า 2) ไม่เปิดเผยข้อมูลผู้จัดส่งวัตถุดิบ 3) ไม่เปิดเผยพนักงาน 4) ไม่เปิดเผยข้อมูลผู้ถือหุ้น 5) ไม่เปิดเผยข้อมูลผู้ร่วมงาน 6) ไม่เปิดเผยข้อมูลผู้ให้กู้ยืม 7) ไม่เปิดเผยคู่แข่ง 8) ไม่เปิดเผยราชการ 9) การไม่เปิดเผยทางสังคม และ 10) ไม่เปิดเผยสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ จริยธรรมจึงถือเป็นหลักประพฤติ แนวทาง แบบแผน หรือหลักการที่ว่าด้วยความดีงาม ซึ่งมีพื้นฐานมาจากหลักการสำคัญของทุกศาสนาที่ควรยึดถือและปฏิบัติเพื่อประโยชน์ส่วนรวม และหลักจริยธรรมถือเป็นหลักการสำคัญในการพัฒนาประเทศที่จะส่งผลดีต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุขของคนในชาติ ดังนั้นการปลูกฝังจริยธรรมให้กับคนในสังคมทุกระดับจึงเปรียบเสมือนกับการพัฒนาคุณภาพจิตที่มีอิทธิพลต่อความประพฤติของมนุษย์ในสังคมอันจะส่งผลดีต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบและมีความสุขในที่สุด

จากความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องปลูกฝังความรู้ความเข้าใจในเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมให้แก่คนทุกระดับในชาติ คณะกรรมการปฏิรูปค่านิยม ศิลปะ วัฒนธรรม จริยธรรม และการศาสนา สถาปนาปฏิรูปแห่งชาติ จึงได้จัดทำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะไปยังกรมการยกย่องรัฐธรรมนูญในการร่างรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ โดยเสนอให้มีการบรรจุเนื้อหาต่อไปในรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ คือ “รัฐต้องส่งเสริมการเรียนรู้ค่านิยม คุณธรรม จริยธรรม จากการนำมาปฏิบัติในชีวิตจริงและจัดให้มีการศึกษาด้านศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ ทั้งในระบบตั้งแต่ชั้นเด็กเล็กไปจนถึงมัธยมศึกษา และนอกระบบ ด้วยศูนย์การเรียนรู้และสื่อส่งเสริม” และ “รัฐมีหน้าที่สนับสนุนการผลิตและจัดสรรเวลาในการเผยแพร่สื่อในการสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนมีคุณธรรม จริยธรรม อย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์”

บรรณานุกรม

- กิ่งดาว จินดาเทวิน. *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ*. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2558.
จาก <http://mng.uru.ac.th/mng/ebook/ethicbusiness.pdf>
- ชัยพร วิชชาวุธ. (2530). *จริยธรรมกับการศึกษา*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทยแลนด์อินดัสตรีต่อทคอม. (17 พฤษภาคม 2556) *จริยธรรมทางธุรกิจ : การพัฒนาคุณภาพจิตที่มีอิทธิพลต่อ
ความประพฤติของมนุษย์ในสังคม*. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2558.
<http://www.thailandindustry.com/guru/view.php?id=19517§ion=9>
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2555). *จริยธรรมธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ทริปเฟลด์ กรุ๊ป จำกัด.
- พงศ์สุภา เฉลิมกลิ่น. *การพัฒนาและการสร้างจริยธรรมในองค์การธุรกิจ*. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2558.
จาก http://home.npru.ac.th/pongsada/sheet_2.htm
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์.(2555). *การจัดการจริยธรรมธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผู้นำธุรกิจเพื่อสังคม.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. *ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะการยกย่องรัฐธรรมนูญของ
คณะกรรมการปฏิรูปค่านิยม ศิลปะ วัฒนธรรม จริยธรรม และการศาสนา สภาปฏิรูป
แห่งชาติ*. สืบค้น 5 สิงหาคม 2558.
จาก http://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/...