

การสร้างความสำเร็จในการขายอย่างมีพุทธจริยธรรม

Achieving Sales Success through Buddhist Ethical Principles

Received: September 21, 2024
Revised: October 08, 2024
Accepted: October 11, 2024

สุชาดา ธนาวิบูลเศรษฐ์¹
Suchada Tanaviboonsate
(Suchada.pw@gmail.com)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจะนำเสนอการสร้างความสำเร็จในการขายอย่างมีพุทธจริยธรรม เนื่องด้วยในปัจจุบันที่เศรษฐกิจเติบโตต่ำและธุรกิจมีการแข่งขันสูง การสำเร็จในการขายมักถูกวัดด้วยตัวชี้วัดทางธุรกิจ เช่น ยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด และผลกำไร ซึ่งอาจทำให้มาตรฐานทางจริยธรรมถูกละเลย บทความนี้มุ่งนำเสนอแนวทางในการสร้างความสำเร็จในการขายโดยใช้หลักพุทธศาสนา หลักจริยธรรม โดยอาศัยหลักหลักทฤษฎีธัมมิกัตถะ (หลักหัวใจเศรษฐี อุ อา กะ สะ) หลักอิทธิบาท 4 ทางแห่งความสำเร็จ มีฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา เมื่อพนักงานขายมีใจรักในงานขาย มีความเพียรพยายามอย่างมุ่งมั่น มีกัลยาณมิตรที่ดี มีความเอาใจใส่ในงานและลูกค้า มีความคิดวิเคราะห์ ไตร่ตรอง ปรับปรุงแผนงานขายอย่างสม่ำเสมอ ก็จะประสบความสำเร็จในการทำงาน สามารถสร้างยอดขายได้ตามเป้าหมาย ได้รับรายได้ที่ดีและมีโอกาสเลื่อนตำแหน่ง นอกจากนี้ความสำเร็จในการขายจะยั่งยืนได้ หากพนักงานขายมีความซื่อสัตย์สุจริตและปฏิบัติตามหลักจริยธรรม การที่จะกำกับตัวเองให้มีสติตระหนักรู้ถึงจริยธรรม จึงควรมีการฝึกสมาธิเพื่อสร้างสติ (การมีสติรู้ตัว) มีหิริ (ความละอายใจในทางที่ผิด) และ โอตตัปปะ (ความเกรงกลัวต่อผลกระทบทางศีลธรรม) เพื่อให้ไม่หลงผิด ฉะนั้นการบูรณาการทั้งหลักทฤษฎีธัมมิกัตถะ หลักอิทธิบาท 4 เพื่อสร้างความสำเร็จ การมีสติและใช้หลักหิริโอตตัปปะนี้ จะช่วยให้ผู้ขายสามารถรักษาความสำเร็จทางธุรกิจควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม การขายอย่างมีพุทธจริยธรรมช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของลูกค้าและสามารถรักษาคู่

¹ นักวิชาการอิสระ, 559/148 แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร
Independent Academic, 559/148 Kwang Chongnonsi, Yannawa, Bangkok

ฐานลูกค้าให้องค์กรได้ดีและทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน ทั้งในด้านธุรกิจและสังคม อีกทั้งยังส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในจริยธรรมและการรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

คำสำคัญ : การขาย, จริยธรรม, หลักทฤษฎีธรรมิกัตถะ, อิทธิบาท 4, หิริ, โอตตัปปะ

Abstract

This academic article presents the concept of achieving sales success through Buddhist ethics. In the current economic climate, where growth is slow and competition is intense, sales success is often measured by business metrics such as sales volume, market share, and profits. However, this focus can lead to the neglect of ethical standards. This article proposes a pathway to sales success based on Buddhist principles, particularly the Dithadhammikattha (the Four Treasures of Success: U, A, Ka, Sa) and the Iddhipada 4 (the Four Paths to Success: Chanda, Viriya, Citta, and Vimamsa). When sales representatives cultivate passion for their work, demonstrate persistent effort, maintain good relationships with colleagues and clients, focus on their tasks, and consistently analyze and refine their sales strategies, they are more likely to achieve success. This includes meeting sales targets, earning a good income, and securing opportunities for promotion. However, sustained success in sales can only be achieved if salespeople are honest and adhere to ethical principles. To maintain ethical awareness and mindfulness, it is important to practice meditation to cultivate sati (mindfulness), as well as hiri (moral shame) and ottappa (moral dread) to avoid wrongdoing. Therefore, integrating the principles of Dithadhammikattha and Iddhipada 4 for achieving success, along with mindfulness and the practices of hiri and ottappa, will help salespeople achieve business success while upholding ethical standards and social responsibility. Ethical sales based on Buddhist principles foster customer trust, enhance client retention, and ensure sustainable success in both business and societal aspects. Additionally, this approach promotes an organizational culture rooted in ethics and accountability to all stakeholders.

Keywords: Sales, Ethics, Dithadhammikattha, Iddhipada 4, Hiri, Ottappa

บทนำ

จากการคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจโลกในระยะ 3 ปีข้างหน้ามีแนวโน้มการเติบโตต่ำ เนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน ความเสี่ยงต่อภาวะถดถอยในยุโรป ภาวะภัยแล้งหรือปรากฏการณ์ El Nino ความไม่สงบในหลายภูมิภาคซึ่งกระทบต่อการค้าและวิกฤตพลังงาน โดยภาพรวมแล้วเศรษฐกิจโลกยังเสี่ยงที่จะซบเซา ซึ่งจากภาวะเศรษฐกิจโลกนี้ก็มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย และเมื่อรวมกับปัจจัยภายในของประเทศ มีการคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของประเทศไทยจะขยายตัวเฉลี่ย 3.4% ต่อปีในช่วงปี 2567-2569 (วิจัยกรุงศรี, 2567) ทำให้ธุรกิจต่างๆต้องมีการปรับตัวเพื่อเพิ่มยอดขาย แ่งชิงส่วนแบ่งการตลาด และครองใจกลุ่มลูกค้าเดิมให้ได้มากที่สุด มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้พัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ (New business model) เพื่อเพิ่มคุณค่าในสินค้าและบริการให้กับลูกค้า (Digitalization) มากขึ้น และลดต้นทุนการบริหารจัดการเพื่อให้ธุรกิจยังมีผลประกอบการและผลกำไรที่ดี

ในขณะที่องค์กรให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมายการขายเพื่อความสำเร็จขององค์กร ทีมพนักงานขายจึงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนยอดขายและสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ การบรรลุเป้าหมายของการขาย การสร้างยอดขายและประสิทธิภาพในการขายจึงถูกให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ภาวะแรงกดดันเพื่อให้ได้ยอดขายตามเป้าหมายที่กำหนดอาจทำให้พนักงานขายมีความเครียดและเผชิญกับความยากลำบากเพื่อสร้างยอดขายให้สำเร็จ การประยุกต์ใช้หลักธรรมอริยบท 4 หรือคุณธรรมแห่งความสำเร็จ คือ การรักในงานขาย การมีความเพียรพยายาม การเอาใจใส่ในงานขายดูแลลูกค้าอย่างจริงใจ และการใช้ปัญญาในการวางแผนการขายจะช่วยให้สามารถปรับตัวและประสบความสำเร็จได้ อย่างไรก็ตามความกดดันในการขายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการขาย อาจทำให้มาตรฐานทางจริยธรรมถูกละเลย ซึ่งจริยธรรมในการขายถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพราะเป็นสิ่งหนึ่งในคุณสมบัติที่ดีของพนักงานขาย จริยธรรมในพนักงานขายส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย ต่อผลิตภัณฑ์และต่อองค์กรเป็นอย่างมาก และยังมีผลต่อความไว้วางใจของลูกค้าอีกด้วย ปัจจุบันมีการศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมในการขายทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศจำนวนมาก เพราะในมุมมองธุรกิจการพัฒนาจริยธรรมของพนักงานขายมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรเป็นอย่างมาก

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการสร้างความสำเร็จในการขายอย่างมีพุทธจริยธรรม ซึ่งการขายอย่างมีพุทธจริยธรรมนั้นเป็นการขายโดยมีหลักพุทธศาสนาและการขายอย่างมีจริยธรรมมาประกอบกัน การขายอย่างมีพุทธจริยธรรม

เป็นการขายที่เป็นไปตามหลักสัมมาชีพ สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ได้กล่าวว่าสัมมาชีพในทางธรรมหมายถึงการทำหน้าที่ ความประพฤติ หรือการดำรงตนอย่างถูกต้องอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่ทำให้เป็นผู้สมควรแก่การได้ปัจจัยบำรุงเลี้ยงชีวิต ฉะนั้น การขายอย่างมีจริยธรรมจึงต้องเป็นไปด้วยความถูกต้อง ซื่อสัตย์ สุจริต เป็นไปด้วยศีลธรรมที่ดี ในพระไตรปิฎกมีเรื่องวนิชขสูตร ว่าด้วยเหตุให้การค้าขายขาดทุนหรือได้กำไร ที่ท่านพระสารีบุตรเข้าเฝ้าพระพุทธเจ้า ว่าอะไรเป็นเหตุเป็นปัจจัยให้บุคคลบางคนในโลกนี้ประกอบการค้าขายขาดทุน อะไรเป็นเหตุเป็นปัจจัยให้บุคคลบางคนในโลกนี้ประกอบการค้าขายไม่ได้กำไรตามที่ประสงค์ ซึ่งโดยสรุปที่พระพุทธเจ้าตรัสว่า ขึ้นกับกรรมเพราะว่าเรื่องกรรมมีความสลับซับซ้อน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการทำตามที่ได้พิจารณาหรือไม่มากนักน้อยแค่ไหน ทำให้ได้ข้อคิดว่าการมีสัจจะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ยิ่งการให้สัจจะกับสมณพราหมณ์ผู้มีศีล ยิ่งได้บุญมาก ทำให้ส่งผลถึงการค้าที่ได้กำไร เพราะแม้จะมีเงินทุนมาก มีทีมงานที่มีประสิทธิภาพ มีความคิดความกล้าที่จะลงมือทำ แต่ถ้ามีบุญไม่ถึงก็ไม่อาจจะประสบความสำเร็จได้

แนวทางการสร้างความสำเร็จในการขายอย่างมีพุทธจริยธรรมนี้เป็นการนำเสนอหลักการสร้างความสำเร็จในการขายโดยคาถาหัวใจเศรษฐี (อุ อา กะ สะ) คือทฎฐธัมมิกัตถประโยชน์ เป็นหลักธรรมในพุทธศาสนาหมายถึง ธรรมที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ในปัจจุบัน หลักธรรมอันอำนวยการประโยชน์สุขขึ้นต้น เพื่อประโยชน์สุขสามัญที่มองเห็นกันในชาตินี้ มี ทรัพย์ ยศ เกียรติ ไมตรี เป็นต้น ร่วมกับหลักศาสนาพุทธ คือ หลักอิทธิบาท 4 ซึ่งเป็นทางแห่งความสำเร็จ ควบคู่ไปกับการมีสติ พร้อมกับ หิริ (ความละอายต่อบาป) และ โอตตัปปะ (ความเกรงกลัวต่อบาป) การบูรณาการแนวพุทธจริยธรรมนี้จะทำให้พนักงานขายมีแนวทางทำงานอย่างมีพุทธจริยธรรม อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในอาชีพอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐานทางพุทธจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

ความสำเร็จในการขายของพนักงานขาย

การขาย (Selling) หมายถึง กระบวนการที่ผู้ขายนำเสนอสินค้าและบริการต่อผู้ซื้อด้วยการใช้ทักษะต่าง ๆ เช่น การสื่อสาร การเจรจาต่อรองและการจูงใจ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้ผู้ซื้อทำการซื้อสินค้าและบริการ การขายเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดที่เน้นการสร้างมูลค่าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (Jobber & Lancaster, 2006)

การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) หมายถึง กระบวนการที่พนักงานขายใช้ความสามารถและเทคนิคในการสื่อสารกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อเสนอสินค้าและบริการ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ให้ข้อมูลที่ชัดเจน และตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนี้ การขายโดยพนักงานขายยังเน้นที่การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจในระยะยาว (Churchill, Ford and Walker, 1997) ในส่วนของหน้าที่ของพนักงานขาย (Roles of a Salesperson) หมายถึง การปฏิบัติงานและความรับผิดชอบที่พนักงานขายต้องทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการขายและตอบสนองความต้องการของลูกค้า คนที่ทำหน้าที่ในด้านการขายอาจมีชื่อเรียกได้หลายๆ อย่าง เช่น พนักงานขาย (Sales people) ตัวแทนขาย (Sales representatives) ผู้จัดการฝ่ายลูกค้า (Account executives) ที่ปรึกษาการขาย (Sales consultants) วิศวกรการขาย (Sales engineers) ตัวแทนขายภาคสนาม (Field representatives) ตัวแทน (Agent) ผู้จัดการเขต (District managers) และตัวแทนการตลาด (Marketing representatives) เป็นต้น (ญาณเดช ทองสีมา และ จิระภา เอเมะสิทธิ์, 2523)

ความสำเร็จในการขาย ก็คือ การขายสินค้าหรือบริการได้ถึงตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนด ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในบริการของพนักงานขายและกลับมาใช้สินค้าหรือบริการกับบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง พนักงานขายสามารถตอบคำถามผลิตภัณฑ์และแนะนำแนวทางการใช้อุปกรณ์ของบริษัทให้กับลูกค้าอย่างถูกต้อง เช่น ผู้แทนเครื่องมือแพทย์ แนะนำการใช้งานของเครื่องมือให้กับแพทย์ เมื่อแพทย์มีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้นก็สามารถดูแลและรักษาผู้ป่วยได้อย่างปลอดภัยมากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัย ของสาวตรี ละครพล, ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์, ดุษฎี โยเหลา และเกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย (2563) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของพนักงานขายสำหรับองค์กรธุรกิจผลิตยาแผนปัจจุบันในประเทศไทย พบว่า ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย สิ่งสำคัญพื้นฐานที่ควรมีคือ ความรู้ด้านการขาย รวมทั้งบุคลิกภาพที่เหมาะสม เช่น บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก เป็นต้น เมื่อมีสิ่งพื้นฐานอยู่ในตัวบุคคล สิ่งเหล่านี้จะขับเคลื่อนให้พนักงานขายเกิดแรงจูงใจในการทำงาน รวมทั้ง ยังเกิดความสามารถในการทำงานเพิ่มมากขึ้น อันจะช่วยส่งเสริมให้พนักงานขายประสบความสำเร็จในการทำงานในที่สุด

หากพนักงานขายมีใจรักในงานขาย มีความขยัน รักการบริการ ดูแลลูกค้า และคิดวางแผนงานขายอย่างสม่ำเสมอก็ยังมีแนวโน้มที่จะทำให้พนักงานขายเหล่านั้นประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน Steer (1991) ได้เสนอว่า การตัดสินใจในเรื่อง

ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในอาชีพนั้นวิธีที่ดีที่สุด คือ ให้บุคคลที่ทำอาชีพนั้นเป็นผู้ตัดสินใจเองว่าต้องการประสบความสำเร็จในอาชีพนั้น ๆ เอง ซึ่งความสำเร็จในการปฏิบัติงานมีความสำคัญต่อการทำงานเพราะเป็นการตอบสนองความต้องการของบุคคล สร้างแรงจูงใจให้กับบุคคลเกิดความทุ่มเทเป้าหมายและความตั้งใจมุ่งมั่น เพียรพยายามในการปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความสำเร็จที่จับต้องได้ เช่น ค่าตอบแทน สวัสดิการ การได้โอกาสความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง ได้รับการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ หรือ ความสำเร็จที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความพึงพอใจในคุณค่าของตนเอง ความพึงพอใจในการทำงานร่วมกับผู้อื่น การได้รับการยกย่องจากเพื่อนร่วมงาน สอดคล้องกับ McClelland (1961) เชื่อว่า คนที่มีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อความสำเร็จ มักจะเป็นคนที่ทำให้สิ่งต่างๆ เกิดขึ้นและประสบผลสำเร็จและสิ่งนี้ยังส่งผลถึงความสำเร็จขององค์กร

หลักจริยธรรมในการขาย

จริยธรรมสำหรับวิชาชีพคือชุดของหลักการและมาตรฐานที่กำหนดขึ้นเพื่อควบคุมพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานในสาขานั้น ๆ เพื่อให้แน่ใจว่ามีการปฏิบัติตามอย่างเหมาะสมและรักษาความน่าเชื่อถือของวิชาชีพ จริยธรรมครอบคลุมคุณค่าที่สำคัญ เช่น ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความเป็นกลาง และการรักษาความลับ เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

หลักจริยธรรมในการขายในแต่ละสาขาวิชาชีพอาจแตกต่างกันไปตามลักษณะของอุตสาหกรรมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่โดยทั่วไปแล้วจะประกอบด้วยหลักการสำคัญ ดังนี้ ความซื่อสัตย์และความโปร่งใส ความเป็นธรรม การเคารพต่อความเป็นส่วนตัวของลูกค้า ความรับผิดชอบต่อสังคม การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ นอกจากนี้หลักจริยธรรมของพนักงาน อาจแบ่งเป็น จริยธรรมต่อองค์กร, จริยธรรมต่อลูกค้า, จริยธรรมต่อผู้ร่วมงาน, จริยธรรมต่อตนเองและสังคม และจริยธรรมต่อคู่แข่งทางการค้า (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2567) การปฏิบัติตามหลักจริยธรรมเหล่านี้ในกระบวนการขายจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือในวิชาชีพนั้นๆ และยังช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ขายและลูกค้าอีกด้วย

ตัวอย่างหลักจริยธรรมของพนักงานขายในธุรกิจเวชภัณฑ์ยาที่ใช้ในการควบคุม จริยธรรมในการประกอบอาชีพของผู้แทนขายเวชภัณฑ์ยารวมถึงฝ่ายการตลาด การวิจัย และผู้บริหารนั้น ต้องปฏิบัติตามเกณฑ์จริยธรรม (PREMA Code of Practice) ฉบับที่

12 พ.ศ. 2562 ของสมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ (Pharmaceutical Research and Manufacturers Association, PRMA) ซึ่งเกณฑ์จริยธรรมนี้ เพื่อให้ “ผู้แทนการขายผลิตภัณฑ์ยา” หรือ “ผู้แทนเวชภัณฑ์” มีคุณภาพอยู่ในระดับมาตรฐานในการปฏิบัติหน้าที่ โดยเน้นหลักการ 4 ข้อ คือ ความห่วงใย ความเป็นธรรม การให้ความเคารพ และความซื่อสัตย์ ในส่วนของบริษัทขายเครื่องมือแพทย์ก็มีการกำกับดูแลเรื่องจริยธรรมการขาย โดยผู้แทนขายเครื่องมือแพทย์จะต้องปฏิบัติตาม จรรยาบรรณด้านการขายและการตลาดของสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย (Thai Medical Device Technology Industry Association, THAIMED) โดย THAIMED เล็งเห็นถึงหลักปฏิบัติทางจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะในส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมและความก้าวหน้าของระบบบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย อีกตัวอย่างคือตัวแทนหรือนายหน้าประกันภัยมีจรรยาบรรณวิชาชีพ 10 ประการในการปฏิบัติหน้าที่เป็นไปตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต (วินาศภัย) พ.ศ.2535 (แก้ไขเพิ่มเติม 2551) และ พระราชบัญญัติ ประกันชีวิต (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562

แม้จะมีหลักจรรยาบรรณสำหรับงานขาย แต่หากพนักงานขายไม่ตระหนักหรือไร้จิตสำนึกทางจริยธรรม ก็อาจนำไปสู่การกระทำที่ผิดได้ ฉะนั้น พนักงานขายควรมีหลักพุทธจริยธรรมเพื่อกำกับตัวเองให้มีสติรู้และทำในสิ่งที่ถูกต้อง ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในการขายอย่างยั่งยืนต่อไป ปัจจุบันมีการศึกษาวิจัยเรื่องจริยธรรมในการขายในหลายธุรกิจ พบว่าการการขายอย่างมีจริยธรรมมีผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ความน่าเชื่อถือขององค์กร และ ความสำเร็จขององค์กร เช่น รัตนาและปริญ (2558) ได้ทำงานวิจัยจริยธรรมผู้แทนขายที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ ผลการวิจัยพบว่า จริยธรรมผู้แทนขายและคุณภาพการบริการหลังการขายส่งผลต่อคุณภาพ ความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ นอกจากนี้ Crosby, Evans and Cowles (1990) อธิบายว่า ผู้แทนขายสามารถสร้างความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้แทนขายกับลูกค้า

Lussier, Philp, Hartmann and Wieland (2021) ระบุถึงตัวอย่างของการละเมิดพฤติกรรมทางจริยธรรม ได้แก่ การไม่ซื่อสัตย์ การหลอกลวง และพฤติกรรมผิดปกตินอื่น ๆ เช่น การโกหกเพื่อปกปิดความผิดพลาด การให้สัญญาอันเป็นเท็จ การกล่าวอ้างคุณสมบัติหรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์โดยไม่มีมูลความจริง และการซ่อนโปรโมชันจากลูกค้า

สำหรับสาเหตุของการเกิดปัญหาจริยธรรมในการขาย ที่ส่งผลให้พนักงานขายมีแนวโน้มที่จะกระทำผิดจริยธรรม ประกอบด้วย 1) ภาวะการแข่งขันเพื่อสร้างยอดขาย 2) ลูกค้าเรียกร้องสิ่งตอบแทนจากผู้ขายในการที่จะให้คำสั่งซื้อ 3) นโยบายบริษัทที่มุ่งเน้นการสร้างยอดขายมากกว่าจริยธรรม 4) นโยบายของผู้บริหารมุ่งเน้นการสร้างยอดขาย 5) ระบบการจ่ายค่าตอบแทนพนักงานและโควต้ายอดขาย (พัชรา ตันติประภา, 2545)

DeTienne, Alessandri, Aleo and Agle (2022) พบว่า บริษัทที่มีมาตรฐานจริยธรรมสูงจะได้รับความรักดีและความพึงพอใจจากลูกค้ามากขึ้น ซึ่งเน้นย้ำถึงความสำคัญของวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร การละเลยจริยธรรมในงานขายสามารถนำไปสู่ผลกระทบเชิงลบ เช่น การลาออกของพนักงาน ความเหนื่อยล้า และความพึงพอใจลดลง แต่การปฏิบัติตามจริยธรรมสามารถเพิ่มยอดขาย ความพึงพอใจของลูกค้า และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานได้ การสร้างวัฒนธรรมการขายที่มีจริยธรรมเกี่ยวข้องกับการสร้างกลยุทธ์จริยธรรมการขายที่บูรณาการอย่างดี ในเรื่องของ การส่งเสริมจริยธรรม การฝึกอบรมพนักงาน การปรับแรงจูงใจให้สอดคล้องและรักษาวัฒนธรรมบริษัทที่มีจริยธรรม นอกจากนี้การขายที่มีจริยธรรมคือการสร้างคุณค่าที่เป็นธรรมและยั่งยืนสำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นที่ความสัมพันธ์ ค่านิยมร่วมกันและการมุ่งเน้นลูกค้าเพื่อป้องกันพฤติกรรมที่ไม่มีจริยธรรมและเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวม ดังนั้นจริยธรรมในการขายจึงเป็นเสมือนเกราะป้องกัน ไม่ให้ผู้ขายกระทำการที่ผิดจริยธรรมซึ่งอาจเป็นอันตรายต่ออาชีพและส่งผลกระทบต่อองค์กร

หลักพุทธศาสนาในการสร้างความสำเร็จของการขาย

นอกจากพนักงานขายต้องปฏิบัติตามหลักจริยธรรมในการขายของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ขององค์กร หรือสมาคมที่กำลังดูแลให้พนักงานขายแล้ว การที่พนักงานขายจะประสบความสำเร็จก็มีหลักพระพุทธศาสนาที่สำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จ คือ หลักทิวฐธัมมิกัตถประโยชน์ หรือ หลักหัวใจเศรษฐี (อุ อา กะ สะ) และหลักอิทธิบาท 4 เป็นหลักธรรมเพื่อสร้างความสำเร็จ นอกจากนี้ยังมีหลักธรรม หิริ โอตปปะ คือหลักธรรมที่ช่วยให้พนักงานขายมีความเกรงกลัวและละอายต่อบาป ช่วยทำให้พนักงานขายทำงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต

สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ได้เขียนถึงหลักทิวฐธัมมิกัตถะในหนังสือพุทธธรรม คือประโยชน์ในปัจจุบันเป็นประโยชน์สุขสามัญที่มองเห็นในชาตินี้ ที่คนทั่วไปปรารถนา มี ทรัพย์ ยศ เกียรติ ไม้ตรี เป็นต้น อันจะสำเร็จด้วยธรรม 4 ประการ

คือ 1 อุภูฐานสัมปทา ถึงพร้อมด้วยความหมั่น 2 อารักขสัมปทา ถึงพร้อมด้วยการรักษา 3 กัลยาณมิตตตา คบหาคนดีเป็นมิตร 4 สมชีวิตา เลี้ยงชีวิตให้พอดีแก่กำลังทรัพย์ที่หาได้ บ้างเรียกว่าหลักหัวใจเศรษฐี (อุ อา กะ สะ) หรืออาจเรียกเต็ม ๆ ว่า ทิฏฐธัมมิกัตถสังวัตตนิกัธธรรม 4 หมายถึง ธรรมที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ในปัจจุบัน หลักธรรมอันอำนวยประโยชน์สุขขั้นต้น เพื่อประโยชน์สุขสามัญที่มองเห็นกันในชาตินี้

พนักงานขายก็จะประสบความสำเร็จในการขาย โดยนำหลักธรรมนี้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ ซึ่งสามารถแจกในรายละเอียดเป็นข้อดังนี้

1. อุภูฐานสัมปทา ถึงพร้อมด้วยความหมั่น คือการขยันหมั่นเพียรในงานขาย ไม่เกียจคร้านในงานขาย ประกอบด้วยปัญญาเป็นเครื่องตรวจตรา รู้จักวิธีการขาย การปฏิบัติต่างๆในการขาย สามารถทำและจัดการงานขายได้อย่างดีก็จะสามารถทำงานขายให้สำเร็จ ลุล่วง มียอดขายถึงเป้าการขายได้ ลูกคามีความพึงพอใจ

2. อารักขสัมปทา ถึงพร้อมด้วยการรักษาโภคทรัพย์ที่หามาได้ด้วย ความขยันหมั่นเพียร โดยชอบธรรม เมื่อพนักงานขายได้รับเงินเดือน ค่าคอมมิชชั่นที่ได้จากการขายถึงเป้าการขายก็รักษาคุ้มครองโภคทรัพย์เหล่านั้นไว้ได้ เพื่อที่สามารถนำทรัพย์เหล่านั้นไปใช้เก็บออม หรือลงทุนเพื่อให้ได้ผลที่งอกงามขึ้น

3. กัลยาณมิตตตา คบหาคนดีเป็นมิตร เมื่อพนักงานขายนั้นไปทำงานที่องค์กร หรืออาศัยในบ้านหรือสังคมใด ย่อมดำรงตน เจริญ สันทนากับบุคคลที่ประกอบไปด้วย ศรัทธา ด้วยศีล ด้วยจาคะ ด้วยปัญญา เพื่อที่พนักงานขายจะได้เรียนรู้จากบุคคลนั้นๆ เพื่อให้พนักงานขายมีความเพียบพร้อมไปด้วยศรัทธา ศีล จาคะ ปัญญา ทำให้พนักงานขายนั้นมีความรอบรู้ มีความเก่งในการขาย มีความเป็นคนดีมีศีลธรรม ก็ย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จในการขายได้

4. สมชีวิตา อยู่อย่างพอเพียง ถ้าพนักงานขายเลี้ยงชีวิตอย่างพอเหมาะ ไม่ให้ฟุ่มเฟือยเกินไป ไม่ให้ฝืดเคืองเกินไป และสามารถบริหารจัดการฐานะทางการเงินให้มีรายได้มากกว่ารายจ่าย และมีเงินเก็บออม ก็จะประสบความสำเร็จในชีวิตได้ กล่าวโดยสรุปถ้าพนักงานขายปฏิบัติตามหลักหัวใจเศรษฐี อุ อา กะ สะ ก็จะเป็นนักขายที่ประสบความสำเร็จในการขาย ในการหาทรัพย์ สามารถเก็บสะสมทรัพย์ที่มี เกิดการเรียนรู้จากกัลยาณมิตรให้เป็นคนที่เพียบพร้อมทั้งศรัทธา ศีล จาคะ ปัญญา และใช้ชีวิตอย่างพอเหมาะ ก็จะเป็นผู้ประสบความสำเร็จได้

หลักพุทธศาสนาที่สำคัญในการสร้างความสำเร็จในการขาย คือ อหลักอิทธิบาท 4 เป็นทางแห่งความสำเร็จมี 4 ประการ คือ ฉันทะ ความพอใจรักใคร่สิ่งนั้น วิริยะ ความพยายามทำสิ่งนั้น จิตตะ ความเอาใจฝักใฝ่สิ่งนั้น และวิมังสา ความพิจารณาใคร่ครวญหา

เหตุผลในสิ่งนั้น หลักธรรมนี้ทำให้พนักงานประสบความสำเร็จกล่าวคือถ้าพนักงานขายมีใจรักในงานขาย เห็นคุณค่าในงานขาย มีความพากเพียรในงานขายของตนทั้งด้านการพัฒนาความรู้ ทักษะ ไม่ย่อท้อ เอาจิตฝึกฝนในงานขาย ดูแลลูกค้าอย่างดี และใช้ปัญญาในการวางแผน วัดผลและปรับปรุงวิธีและแผนงานขายอย่างต่อเนื่อง ก็จะสามารถประสบความสำเร็จในงานขายได้

สอดคล้องกับ พระไพศาล วิสาโล (2553) สรุปเมื่อครั้งไปบรรยายแก่เจ้าหน้าที่บริษัทวัน ทุ คอล ในทางพระพุทธศาสนา งานจะสำเร็จได้ต้องประกอบด้วยสี่อย่าง คือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา ในการทำงานอย่างแรกที่ต้องมี คือ ฉันทะหรือความรักในงาน ฉันทะจะทำให้มีวิริยะ คือ ความเพียร ไม่กลัวความลำบากหรืออุปสรรค จิตตะ คือ การจดจ่อ มีสติและสมาธิกับปัจจุบัน ส่วน วิมังสา คือ การไตร่ตรองใคร่ครวญว่างานที่ทำนั้นมีอะไรบ้างที่ต้องปรับปรุงแก้ไขบ้าง พร้อมเปิดรับคำวิจารณ์ ขณะเดียวกันควรมองแง่บวก เพื่อเปิดใจเรียนรู้ความล้มเหลว ดังนั้น ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา คือหนทางสู่ความสำเร็จ หรือ อิทธิบาท ถ้าเรามีครบทั้งสี่ตัวนี้ ความสำเร็จในงานก็เกิดขึ้นได้

นอกจากหลักอิทธิบาท 4 ความสำเร็จในการขายยังต้องมีความซื่อสัตย์ สุจริต ปฏิบัติตามจริยธรรมของอาชีพด้วย จึงจะประสบความสำเร็จในระยะยาว ดังนั้นแล้วจึงควรบูรณาการหลักธรรมเพิ่มเติมได้แก่ สติ (การมีสติ), หิริ (ความละอายใจในทางที่ผิด), และ โอตตัปปะ (ความเกรงกลัวต่อผลกระทบทางศีลธรรม) ภูาว แสงวัฒน.(2559) ศึกษาพบว่า สุขภาวะทางจิตของกลุ่มพนักงานในองค์กรได้รับอิทธิพลจาก สติ การกำกับอารมณ์แบบปรับเปลี่ยนความคิด และการกำกับอารมณ์แบบเก็บกด หากพนักงานมีสติ และการกำกับอารมณ์ที่เหมาะสม จะทำให้เข้าใจต่อการรับรู้ กระบวนการความคิดและอารมณ์ของตนเอง โดยไม่นำเอาประสบการณ์ส่วนตัวมาตัดสิน และตีความสิ่งต่างๆที่พนักงานกำลังเผชิญอยู่ ซึ่งจะช่วยให้พนักงานมีสภาพจิตใจในการทำงานที่ดี

สติ (Mindfulness) ตามความหมายของสมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป. อ. ปยุตฺโต) แปลว่า ความระลึกได้ นึกได้ ความไม่เผลอ การคุมใจไว้กับกิจ หรือคุมจิตไว้กับสิ่งที่เกี่ยวข้อง จำการที่ทำและคำที่พูดแล้วแม่นยำได้ ซึ่งสติ หรือ Mindfulness ในปัจจุบันได้มีการอ้างอิงถึงอย่างแพร่หลายทางตะวันตก และการฝึกสติเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมมากในการประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบุคคล การมีสติหมายถึงการมีสติปัญญาและการตระหนักรู้ในขณะปัจจุบัน ความมีสติถือเป็นความสามารถทางธรรมชาติของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลและสามารถพัฒนาได้ผ่านการฝึกฝน ซึ่งมีความสำคัญต่อการกระทำอย่างมีจริยธรรม เพราะมันเกี่ยวข้องกับการให้ความสนใจกับการตัดสินใจของเราและผลกระทบที่ตามมา Li, Wei, Zeng and Zhu, J. (2021) พบว่า เมื่อผู้คนมีสติ

มากขึ้น พวกเขาจะรู้สึกเชื่อมโยงกับธรรมชาตินมากขึ้นและพัฒนาการควบคุมตนเองได้ดีขึ้น ซึ่งช่วยให้พวกเขาเลือกสินค้าที่มีจริยธรรมมากขึ้นและด้านทานการบริโภคอย่างฟุ่มเฟือย และไม่มีเหตุผลได้

ในบริบทของการขาย สติ ช่วยให้ผู้ชายสามารถรักษามาตรฐานจริยธรรมและตระหนักถึงผลที่อาจเกิดขึ้นจากการกระทำของตน ผู้ชายที่มีสติมักจะหยุดพิจารณา ก่อนตัดสินใจ การฝึกสติสามารถนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้หากมีการฝึกสติอย่างสม่ำเสมอ เช่น การนั่งสมาธิ เป็นต้น จะช่วยให้ผู้ชายพัฒนาสติได้ดี รู้วิธีการการฝึกหายใจ หรือการดูร่างกายอย่างมีสติ อีกทั้งองค์กรสามารถสนับสนุนการฝึกสติผ่านการจัดการอบรมหรือการสร้างพื้นที่สำหรับการผ่อนคลายจิตใจในที่ทำงาน

เมื่อนำการฝึกสติ มารวมกับความเข้าใจถึงหลักธรรมหิริโอตตัปปะ จะส่งผลดีต่อผู้ชายในด้านจริยธรรมมากขึ้น หิริโอตตัปปะ เป็นธรรมะที่ควบคุมจิตใจให้ตั้งอยู่ในความดี โดย หิริ (Moral Shame หรือ ความละอายต่อบาป) เป็นแนวคิดจากพุทธศาสนา หมายถึง ความรู้สึกผิดชอบชั่วดีส่วนบุคคล ซึ่งเป็นความรู้สึกภายในที่เกิดขึ้น หิริทำหน้าที่เป็นแนวทางทางศีลธรรม ช่วยให้บุคคลแยกแยะความถูกต้องจากความผิดและส่งเสริมให้หลีกเลี่ยงการกระทำที่อาจนำไปสู่ความผิดพลาดทางศีลธรรม ในทางพุทธศาสนา หิริ เป็นสิ่งสำคัญต่อการเจริญทางจิตวิญญาณ ช่วยรักษาความมุ่งมั่นในพฤติกรรมที่มีศีลธรรมและสนับสนุนการพัฒนาการดำเนินชีวิตที่มีคุณธรรม (Geiman, 2023) นอกจากนี้ หิริ เป็นเสมือนการป้องกันภายใน ไม่ให้ผู้ชายทำการกระทำที่อาจทำให้ตนเองรู้สึกผิด เช่น การหลอกลวงหรือการบิดเบือนข้อมูล ช่วยส่งเสริมความซื่อสัตย์และโปร่งใสในการทำธุรกิจ

โอตตัปปะ (Moral dread หรือ ความเกรงกลัวต่อบาป) เป็นแนวคิดทางพุทธศาสนาที่หมายถึงความกลัวต่อการกระทำผิดในที่สาธารณะหรือความหวาดกลัวทางศีลธรรม เป็นความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบของการกระทำของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งว่าการกระทำเหล่านั้นจะถูกมองโดยผู้อื่นอย่างไร โอตตัปปะช่วยให้ผู้ชายตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เช่น การสูญเสียความไว้วางใจจากลูกค้า ส่งผลทางกฎหมายถูกฟ้องร้อง หรือสร้างความเสื่อมเสียชื่อเสียงให้บริษัท

พระปลัดภักตร์วัฒน์ สีสเตโช (2564) คุณธรรมของพ่อค้าที่ดีใน เสรีวาทนิตยสาร: กระบวนการไปสู่ความสำเร็จของพ่อค้าจะต้องมีคุณธรรม 5 ประการ คือ 1) ด้านสัจจะ จริใจ ซื่อตรง ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า มอบบริการที่ดีเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ นำไปสู่การซื้อซ้ำได้ในอนาคต 2) ด้านหิริเกิดความละอายใจแก่ตนเองไม่คิดเอาเปรียบเบียดเบียนคดโกงลูกค้า 3) ด้าน โอตตัปปะ เกิดความกลัวว่าหากคิดเอาเปรียบเบียดเบียนคดโกงลูกค้า ใครรู้เข้าการค้าขายของตนต้องฉิบหาย 4) ด้านปิยวาจา การกล่าวคำสุภาพพูด

ด้วยความเมตตา ไม่ทำร้ายทำลายผู้อื่น ย่อมประสบความสำเร็จในการขายโดยง่าย และ 5) ด้านอโลกะ จิตใจของพ่อค้าที่ไม่ปล่อยให้ความอยากได้ครอบงำใจ จึงไม่ทำผิดศีลธรรมและ กฎหมาย

Geiman (2023) กล่าวว่า มักมีการกล่าวถึง หิริ-โอตฺตปปะ ว่าเป็นคู่ที่เชื่อมโยงกัน ซึ่งแสดงถึงจิตสำนึกที่เฉียบแหลมที่มุ่งเน้นทั้งภายในและภายนอก หิริโอตฺตปปะ ในฐานะ “ธรรมคัมภีร์ของโลก (Bright guardians of the world)” ความละเอียดใจทางศีลธรรมและความกล้าทางศีลธรรมทำหน้าที่เป็นจุดตรวจเพื่อตัดสินว่าสิ่งใดควรทำและสิ่งใดไม่ควรทำ ไม่ใช่เพราะผลที่ตามมาในแง่ลบที่อาจเกิดขึ้น (“ฉันอาจถูกตำหนิ”) แต่เพราะการกระทำนั้นเองไม่คู่ควรกับผู้ประเสริฐ (“ฉันกำลังทำสิ่งที่สมควรถูกตำหนิ”) หิริโอตฺตปปะมีพลังในตัวเอง เช่นเดียวกับศรัทธา ความเพียร และปัญญา

ดังนั้น หิริโอตฺตปปะจึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้ขายปฏิบัติตามมาตรฐานจริยธรรมแม้ในยามที่เผชิญกับแรงกดดัน การรักษาความประพฤติทางศีลธรรมและการพัฒนาจิตวิญญาณ จะช่วยให้บุคคลมีสติระลึกถึงการกระทำของตนและผลกระทบต่องานตัวเองและสังคม การพัฒนา หิริ สามารถทำได้โดยการสะท้อนความคิดและการตระหนักถึงความสำคัญของการประพฤติปฏิบัติที่เป็นธรรมในชีวิตประจำวัน รวมถึงทบทวนหลักจริยธรรมและการสะท้อนถึงการตัดสินใจในอดีตสามารถช่วยเสริมสร้างมาตรฐานทางศีลธรรมได้ ขณะที่การพัฒนาโอตฺตปปะสามารถทำได้โดยการสร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงความเชื่อมโยงระหว่างการกระทำและผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้น การศึกษาถึงผลกระทบทางจริยธรรมและกฎหมายของการกระทำที่ผิด รวมถึง การสนทนาเกี่ยวกับกรณีศึกษาที่แสดงถึงผลกระทบจากการกระทำที่ไม่เป็นธรรม องค์กรสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างความตระหนักถึงหิริโอตฺตปปะ ด้วยการสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรที่มีความรับผิดชอบทางศีลธรรมที่ชัดเจน สร้างนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับผลกระทบจากการกระทำที่ผิดศีลธรรม

การบูรณาการแนวคิดและการพัฒนาหลักจริยธรรมในการขาย

ในพระสุตตันตปิฎก เล่ม 23 หน้า 405 บทที่ 81 พระพุทธเจ้าสอนว่า การปฏิบัติธรรมนั้นเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงกัน เริ่มจากการมีสติและความรู้ตัว ซึ่งนำไปสู่การมีคุณธรรมอื่น ๆ ตามมา เช่น ความละเอียดและเกรงกลัวต่อบาป การควบคุมตนเอง การรักษาศีล การมีสมาธิ การเข้าใจความจริง จนถึงการหลุดพ้นจากกิเลสในที่สุด หากขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง จะส่งผลให้องค์ประกอบอื่น ๆ เสียไปด้วย เหมือนต้นไม้ที่

ส่วนหนึ่งเสียหาย ก็ส่งผลกระทบต่อส่วนอื่นๆ ของต้นไม้ด้วย ในทางกลับกัน หากเราพัฒนาคุณธรรมเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง ก็จะนำไปสู่การพัฒนาทางจิตวิญญาณที่สมบูรณ์เหมือนต้นไม้ที่ทุกส่วนเติบโตอย่างแข็งแรง (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539)

การพัฒนาจริยธรรมของพนักงานขายมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จที่ยั่งยืนขององค์กร โดยสามารถนำหลักธรรมที่พระพุทธเจ้าทรงสอนมาประยุกต์ใช้ได้ เริ่มจากการฝึกสติและความรู้ตัวในการทำงาน ซึ่งจะนำไปสู่การมีความละเอียดและเกรงกลัวต่อการทำผิดจรรยาบรรณ การควบคุมตนเองไม่ให้หลงไหลในผลประโยชน์ระยะสั้น การรักษาศีลหรือจรรยาบรรณวิชาชีพ การมีสมาธิในการทำงานอย่างซื่อสัตย์ จนเกิดปัญญาเข้าถึงคุณค่าของการทำงานอย่างมีจริยธรรม ทั้งต่อตนเอง ลูกค้าและองค์กร กระบวนการพัฒนานี้ต้องทำอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยองค์กรควรสนับสนุนผ่านการฝึกอบรม การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นจริยธรรม และการให้รางวัลแก่พนักงานที่ปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม เมื่อพนักงานขายพัฒนาจริยธรรมอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้เกิดความไว้วางใจจากลูกค้า สร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนและนำมาซึ่งความสำเร็จของทั้งพนักงานและองค์กรในระยะยาว

หลักธรรมทางพุทธศาสนา สติ หิริ และ โอตตัปปะ มีความเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งเป็นแนวทางให้เกิดพุทธจริยธรรมได้ ด้วยการฝึกการมีสติและรู้จักยับยั้งชั่งใจด้วยหิริและโอตตัปปะ ทำให้มีการควบคุมตนเองได้ดีขึ้น ส่งผลต่อการตระหนักในหลักจริยธรรมมากขึ้นสืบเนื่องจาก สติ เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ชี้นำพฤติกรรมที่มีจริยธรรมและวินัยทางจิต หากเรามีการตระหนักรู้ในปัจจุบันขณะสามารถควบคุมตัวเองเพื่อดำเนินชีวิตอย่างมีจริยธรรม, หิริ โอตตัปปะ มีบทบาทเสริมสติด้วยการส่งเสริมจิตสำนึกและจริยธรรม ทั้งสามแนวคิดนี้ร่วมกันสร้างกรอบการฝึกฝนสติอย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้เกิดการควบคุมตนเองอย่างมีจริยธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า การทำสมาธิแบบมีสติส่งผลในเชิงบวกต่อการควบคุมตนเองโดยเพิ่มการรับรู้ภายในและลดพฤติกรรมที่หุนหันพลันแล่นและเอาแต่ใจตัวเอง ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการฝึกสติเป็นเครื่องมือที่มีค่าสำหรับการปรับปรุงการควบคุมตนเองและการตัดสินใจทางศีลธรรม (Feruglio, Panasiti, Crescentini, Aglioti & Ponsi, 2023) การฝึกอบรมทางพุทธศาสนาให้นักศึกษามีความรู้และเข้าใจเรื่องสติและฝึกปฏิบัติสมาธิ ทำให้นักศึกษาสามารถควบคุมตนเองได้ ทั้งภายในตนเอง (หิริ) และควบคุมภายนอกตน(โอตตัปปะ) มีสติควบคุมกาย ใจและอารมณ์ ประพฤติปฏิบัติทุกอย่างอย่างระมัดระวัง ไม่ยอมพลาดโอกาสในการทำความดี และรักความเจริญก้าวหน้า สำนึกในหน้าที่ที่จะต้องรับผิดชอบ (ธานี กลิ่นเกสร, 2539)

ภาคิน สีสุธรรม (2561) ศึกษาการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจภูธรเมืองนนทบุรี ตามหลักพุทธบูรณาการ พบว่า หัวใจในการทำงานให้สำเร็จมิใช่อยู่ที่การสร้างคนให้มีความเชี่ยวชาญในการทำงานเท่านั้น แต่รวมถึงการสร้างเสริมให้ทุกคนอยู่ร่วมกันด้วยความรักและสามัคคี การพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพจะต้องยึดหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาบูรณาการใช้กับการปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง คือ หลักอิทธิบาท 4 หลักทริโอดตัปปะและหลักสติสัมปชัญญะ เป็นต้น หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาต่างๆเหล่านี้จะทำให้การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจมีการพัฒนาและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไปในปัจจุบันและอนาคต

การพัฒนาแนวทางเพื่อจริยธรรมการขาย วิชัย วนาพรรณ (2527) คุณลักษณะทางจริยธรรมของบุคคลเป็นลักษณะภายในของบุคคลที่จำเป็นต้องปลูกฝังและพัฒนาเพื่อให้เป็นบุคคลที่สมบูรณ์ สิ่งหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาระดับจริยธรรมของบุคคลได้เป็นอย่างมากคือการให้การศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัย DeTienne, Alessandri, Aleo and Agle (2022) ที่ดำเนินการกับผู้เชี่ยวชาญด้านการขายกว่า 2,000 คนใน 100 บริษัท ระบุแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในการรวมจริยธรรมเข้ากับการขาย แนวทางปฏิบัติเหล่านี้รวมถึงการฝึกอบรมที่ครอบคลุมและการสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนซึ่งพฤติกรรมทางจริยธรรมได้รับการยอมรับและให้รางวัล นอกจากนี้ ผู้นำสามารถส่งเสริมวัฒนธรรมที่แท้จริงของการขายโดยการฝังคุณค่าทางจริยธรรมลงในวัฒนธรรมองค์กร และกำหนดแนวทางจริยธรรมที่ชัดเจนและตรวจสอบให้แน่ใจว่าผู้เชี่ยวชาญด้านการขายทุกคนเข้าใจและปฏิบัติตามมาตรฐานเหล่านี้

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาจริยธรรมการขายให้กับพนักงานขาย ได้ดังนี้

โปรแกรมการฝึกสติ: การฝึกสติช่วยในการกำกับตนเองเบื้องต้น การจัดโปรแกรมการฝึกสติเป็นประจำสามารถช่วยให้พนักงานพัฒนาสติได้ Jon Kabat-Zinn (2021) ได้มีการพัฒนาโปรแกรมการฝึกสติ โปรแกรมนี้สามารถรวมถึงการนั่งสมาธิ การฝึกสติ และการสนทนาเกี่ยวกับการนำสติไปประยุกต์ใช้ในงานประจำวัน หรือใช้ตามหลักการฝึกสมาธิขั้นพื้นฐานตามแนวคำสอนสมเด็จพระญาณวชิโรดม (หลวงพ่อวิริยงค์ สิริธโร) ในรูปแบบการเดินจงกรมและนั่งสมาธิ

การสัมมนาเกี่ยวกับการสะท้อนจริยธรรม: การจัดสัมมนาที่มุ่งเน้นไปที่ ทิธี และ โอดตัปปะ จะช่วยให้พนักงานเข้าใจและซึมซับหลักการเหล่านี้ได้ การสัมมนาอาจรวมถึง การวิเคราะห์กรณีศึกษา การจำลองสถานการณ์ และการสนทนาเกี่ยวกับผลกระทบทางจริยธรรมของกลยุทธ์การขายที่แตกต่างกัน

วัฒนธรรมองค์กรและความเป็นผู้นำ: ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการปลูกฝังหลักการเหล่านี้ให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร โดยการแสดงพฤติกรรมที่มีจริยธรรมและการพูดคุยอย่างเปิดเผยเกี่ยวกับความสำคัญของ สติ หิริ โอตตปปะ ผู้นำสามารถส่งเสริมวัฒนธรรมที่ยึดถือจริยธรรมและรับมือกับการกระทำที่ไม่เป็นธรรมได้

การเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างต่อเนื่อง: การส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องผ่านการฝึกอบรมด้านจริยธรรมเป็นประจำ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติตามจริยธรรม จะช่วยเสริมสร้างการพัฒนาหลักการเหล่านี้ การให้ข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์เกี่ยวกับการตัดสินใจที่มีจริยธรรมจะช่วยให้ผู้ขายตระหนักถึงพื้นที่ที่ต้องพัฒนาและเสริมสร้างความมุ่งมั่นต่อการปฏิบัติที่มีจริยธรรม

การผสมผสานหลักพุทธศาสนา หลักทฤษฎีธัมมิกัตถะ (หลักหัวใจเศรษฐี อุ อา กะ สะ) หลักอทิบาท 4, สติ และหิริโอตตปปะเป็นแนวทางที่ชัดเจนสำหรับความสำเร็จในการขายอย่างมีจริยธรรม จากการค้นคว้าหลักธรรมในการสร้างความสำเร็จในการขายนั้น ผู้เขียนพบว่าหลักธรรม คำสอนของพระพุทธเจ้านั้น ยังใช้ประเพณีปฏิบัติได้จนถึงในปัจจุบัน แม้ว่าการอบรมเรียนรู้พนักงานขายใช้หลักการทางตะวันตกในการสอนงาน และเรียนรู้งานในองค์กรขาย การนำหลักธรรมทั้งหลักทฤษฎีธัมมิกัตถะ (หลักหัวใจเศรษฐี อุ อา กะ สะ) หลักอทิบาท 4, สติ และหิริโอตตปปะ มาเสริมในการอบรมพนักงานขายจะทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง และมีความสุขกับการดำรงชีพ ถ้ามีการสร้างค่านิยมจริยธรรมในวัฒนธรรมองค์กรเพิ่มด้วย ก็ไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ทางธุรกิจ แต่ยังเน้นการปฏิบัติตามจริยธรรมอย่างเท่าเทียม การฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการขายอย่างมีจริยธรรมนั้นควรทำอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้ง สนับสนุนช่องทางหรือเรื่องความลำบากใจทางจริยธรรมและให้รางวัลแก่พฤติกรรมที่มีจริยธรรมเพื่อกระตุ้นผู้ขายให้ปฏิบัติตามมาตรฐาน

สำหรับองค์กร บริษัท ผู้ประกอบการ ควรจัดการฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับหลักพุทธศาสนา หลักจริยธรรมในการขายจะช่วยให้พวกเขาดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างระบบสนับสนุนภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมคุณธรรมเหล่านี้ เช่น จัดกิจกรรมฝึกอบรมหรือเวิร์กช็อป เพื่อเรียนรู้หลักศีลธรรมและจริยธรรมในบริบทการค้า จะเป็นแรงขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงวงการค้าขายได้จริง หลักพุทธศาสนาทั้ง หลักทฤษฎีธัมมิกัตถะ (หลักหัวใจเศรษฐี อุ อา กะ สะ) หลักอทิบาท 4, สติ หิริ และ โอตตปปะ ในทางปฏิบัติ จะช่วยส่งเสริมให้องค์กรประสบความสำเร็จ มีพนักงานที่มีความมุ่งมั่น รักงานขาย มีความเพียรพยายามในการทำงาน มีปัญญาในการวางแผนงาน เพื่อสร้างยอดขาย ช่วยเหลือลูกค้า เป็นกัลยาณมิตรที่ดีต่อกัน อีกทั้งยังเป็นองค์กรที่มีวัฒนธรรมความซื่อสัตย์ภายในองค์กร

พัฒนาสติ มีความละเอียดใจ และเกรงกลัวต่อผลกระทบทางศีลธรรม ช่วยให้ประสบความสำเร็จระยะยาวด้วยคุณธรรม หากเราต้องรักษาความสมดุลระหว่างธุรกิจกับมาตรฐานเชิงคุณค่า ผู้ค้าควรเข้าใจว่าการขายแบบนี้ไม่เพียงแต่ถูกต้องตามหลัก แต่ยังสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและนำไปสู่ผลดีทั้งด้านธุรกิจและสังคม

บทสรุป

การสร้างความสำเร็จในการขายอย่างมีพุทธจริยธรรม เป็นการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนา คือ หลักทิวฐัมมิกัตถะ (หลักหัวใจเศรษฐี อุ อา กะ สะ) หลักอิทธิบาท 4 คือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา เพื่อให้พนักงานขายนำไปเป็นหลักในการปฏิบัติงานในการขายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการขายอย่างมีคุณธรรม โดยหลักธรรมทั้งสองมีความเกื้อหนุนกันให้พนักงานขายมีใจรักในการขาย มีความเพียรพยายาม มีปัญญาในการทำงาน การมีกัลยาณมิตรที่ดี มีเพื่อนร่วมงาน เจ้านายที่ดี ก็จะทำให้พนักงานขายมีต้นแบบที่ดีในการเรียนรู้ทั้งในด้านทักษะ ความรู้ในการขาย ยังรวมถึงการเป็นคนดี มีศีลธรรม ทำให้พนักงานขายไม่เลือกเดินทางผิด ถ้าพนักงานขายมีสติในการทำงาน เพื่อกำกับตัวเองให้มีความละเอียดและเกรงกลัวต่อบาป (hiriและโอตตปปะ) ด้วยแนวทางการพัฒนาจริยธรรมการขาย ได้แก่ โปรแกรมการฝึกสติ การจัดสัมมนาสะท้อนจริยธรรม พร้อมทั้งสร้างวัฒนธรรมองค์กรและผู้นำที่มีการกำหนดแนวปฏิบัติทางจริยธรรมที่ชัดเจน และส่งเสริมการเรียนรู้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านการฝึกอบรมด้านจริยธรรมอย่างต่อเนื่อง จึงควรมีการเสริมในหลักสูตรการฝึกอบรมพนักงานขายเพิ่มเติมจากหลักสูตรขององค์กรขาย ซึ่งการบูรณาการทั้งหมดนี้จะส่งผลให้พนักงานขายเกิดความตระหนักในการขายอย่างมีจริยธรรม ซึ่งจะส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ สร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า นำไปสู่ความสำเร็จในอาชีพการขายอย่างยั่งยืน และส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จมีภาพลักษณ์ที่ดีอีกด้วย

รายการอ้างอิง

คณะกรรมการกลุ่มผลิตคู่มือปฏิบัติงานสำหรับตัวแทนประกันชีวิต สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.). (2558). *คู่มือปฏิบัติงานสำหรับตัวแทนประกันชีวิต หลักสูตรขอต่อใบอนุญาตตัวแทนประกันชีวิต ครั้งที่ 2*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.).

- จารุวรรณ เมืองเจริญ, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และ จันทนา แสนสุข. (2565). การสังเคราะห์งานวิจัยด้านความสามารถในการพัฒนาสมรรถนะของพนักงานขาย. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 10(6), 2735-2748.
- ญาณเดช ทองลิมา และ จีระภา เอมะสิทธิ์. (2523). *การบริหารงานขาย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉวาท แสงวัฒน. (2559). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสติ การกำกับอารมณ์แบบปรับเปลี่ยนความคิดการกำกับอารมณ์แบบเก็บกดและสุขภาวะทางจิต* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2567). *จริยธรรมของพนักงาน EXIM*. สืบค้น 28 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.exim.go.th/th/About-Exim-Thailand/Corporate-Governance/Employee-Ethics.aspx>
- ธานี กลิ่นเกษร. (2539). ผลของการฝึกอบรมทางพุทธศาสนาเพื่อพัฒนาหิริ-โอตตัปปะและทัศนคติต่อพุทธศาสนาของนักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคพัทลุง. กรุงเทพฯ : *วารสารพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร*, 2(1), 109-117.
- พระปลัดภักตร์วัฒน์ สีลเตโช. (2564). วิเคราะห์คุณสมบัติของพ่อค้าในเสรีวานิชชาดก. *วารสารเสฏฐวิทย์ปริทัศน์*, 1(2), 13-26.
- พระไพศาล วิสาโล. (2553). *เป็นไทย เป็นพุทธและเป็นสุข*. กรุงเทพฯ : เครือข่ายพุทธิกา.
- พัชรา ตันติประภา. (2545). *ภาวะที่นำสู่ปัญหาด้านจริยธรรมในการขายและความแตกต่างในการรับรู้ของนักศึกษานักวิชาการ พนักงานขายและผู้บริหารหน่วยงานขาย* (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ภาคิน สีสุธรรม. (2561). การพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจภูธรเมืองนนทบุรีตามหลักพุทธบูรณาการ. *วารสารพุทธศาสนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 25(2), 49-64.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- “_____”. (2559). *อรรถกถาภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- รัตนา ชัยกัลยา และ ปริญ ลักขิตามาต. (2558). จริยธรรมผู้แทนขายที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 9(18), 49-59.

- วิจัยกรุงศรี. (2567). แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2567-2569. สืบค้น 24 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/industry-outlook-2024-2026>
- วิชัย วนาพรรณ. (2527). ระดับจริยธรรมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตการศึกษา 12 ปีการศึกษา 2526 (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป. อ. ปยุตโต). (2546). *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- “_____”. (2564). *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลศัพท์* (พิมพ์ครั้งที่ 35). กรุงเทพฯ : บริษัท สหธรรมิก จำกัด.
- “_____”. (2553). *พุทธธรรม ฉบับปรับขยาย* (พิมพ์ครั้งที่ 31). กรุงเทพฯ: มูลนิธิบรรจกสนธิและสำนักสหปฏิบัติพร้อมทั้งคณะผู้ศรัทธา.
- สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์หรือพรีม่า (PReMA). (2019). *The content handbook for medical representative accreditation program (MRAP) (Version 2)*. กรุงเทพฯ : สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์.
- สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย. (2565). *หลักจรรยาบรรณด้านการขายและการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย.
- สาวิตรี ละครพล, ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์, ดุษฎี โยเหลา และ เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของพนักงานขาย สำหรับองค์การธุรกิจผลิตยาแผนปัจจุบันในประเทศไทย. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(3), 39-53.
- Churchill, G. A., Ford, N. M., & Walker, O. C. (1997). *Sales Force Management* (5th edition). Chicago: Irwin McGraw-Hill.
- Crosby, L. A., Evans, K. R., & Cowles, D. (1990). Relationship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective. *Journal of Marketing*, 54(3), 68–81.
- DeTienne, K. B., Alessandri, A., Aleo, A., & Agle, B. R. (2022). Building Value through Sales Ethics. *Journal of Creating Value*, 8(1), 10–24.
- Feruglio, S., Panasiti, M. S., Crescentini, C., Aglioti, S. M., & Ponsi, G. (2023). Training the Moral Self: An 8-Week Mindfulness Meditation Program Leads to Reduced Dishonest Behavior and Increased Regulation of Interoceptive Awareness. *Mindfulness*, 14(11), 2757–2779.

- Geiman, S. K. (2023). Bright Guardians of the Way and the World: Penthos and Hiri-Ottappa. *Buddhist-Christian Studies*, 43(1), 127–137.
- Jobber, D., & Lancaster, G. (2015). *Selling And Sales Management* (10Th Edition). London: Pearson education.
- Jon Kabat-Zinn. (2021). *Mindfulness meditation for everyday life*. London: Piatkus Books.
- Li, Y., Wei, L., Zeng, X., & Zhu, J. (2021). Mindfulness in ethical consumption: the mediating roles of connectedness to nature and self-control. *International Marketing Review*, 38(4), 756–779.
- Lussier, B., Philp, M., Hartmann, N. N., & Wieland, H. (2021). Social anxiety and salesperson performance: The roles of mindful acceptance and perceived sales manager support. *Journal of Business Research*, 124, 112–125.
- McClelland, David C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, N.J. :Van Nostrand.
- Mulki, J. P., Jaramillo, J. F., & Locander, W. B. (2009). Critical Role of Leadership on Ethical Climate and Salesperson Behaviors. *Journal of Business Ethics*, 86(2), 125–141.
- Steers, R. M. (1991). *Introduction to organizational behavior* (4th edition). New York: HarperCollins Publishers.