

วิเคราะห์ปัญหาและทางออกของธุรกิจแบบเครือข่ายเชิงพุทธจริยศาสตร์

An Analysis on Marketing Network's Problem and Solution in Buddhist Ethical Perspectives

ณิชนัน อุ่นดอนทอง, วิสิทธิ์ จิตวิสิทธิ์ และพูนชัย ปันธิยะ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงการดำเนินงานในธุรกิจเครือข่าย โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาอยู่ 3 ประการ คือ (1) เพื่อศึกษาหลักการในการทำธุรกิจแบบเครือข่าย (2) เพื่อศึกษาพุทธจริยศาสตร์ในการทำธุรกิจเครือข่าย (3) เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและทางออกธุรกิจเครือข่ายเชิงพุทธจริยศาสตร์ ซึ่งจากการศึกษาวิจัย พอจะสรุปได้ว่า

กลยุทธ์การบริหารที่ทรงประสิทธิภาพนั้น การกระตุ้นจากสิ่งเร้าแล้วทำให้เกิดพลังที่แสดงออกทางพฤติกรรม เพื่อจะนำไปสู่จุดประสงค์ของตนเอง หรือปัจจัยต่างๆ ที่เป็นพลังและเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกแต่เพียงอย่างเดียวหรือทั้งสองอย่างพร้อมกันก็ได้ “Networking” เป็นหัวใจที่ทำให้ประสบความสำเร็จ การสร้างเครือข่ายหมายถึง “การเชื่อมโยง” จุดมุ่งหมายธุรกิจเครือข่าย มีความอิสระในการทำงาน, มีรายได้ดี, มีความเป็นมิตรกับคนทั่วไป, มีความรู้รอบด้าน, ให้ประสบการณ์สูง, มีโอกาสก้าวหน้าเร็ว, ได้ใช้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่, ได้รับความสำเร็จในรูปแบบต่างๆ และให้คนมีงานทำ แผนการตลาดแบบหลายชั้นเป็นระบบการตลาดและโครงสร้างของธุรกิจเครือข่าย ที่มีแผนการดำเนินงานในรูปแบบตามแผนการตลาดต่างๆ แต่ในส่วนของกฎหมายมักมีการระบุที่ชัดเจนว่าอะไรผิดอะไรถูก

คำสำคัญ : ธุรกิจ, ธุรกิจแบบเครือข่าย และจริยศาสตร์

Abstract

The thesis entitled “An Analytical Study of the Buddhist Ethics in Business Networks” has 3 objectives : 1) to study principles and process of business network, 2) to study of Buddhist ethics in doing business network, and 3) to analyze Buddhist ethics in business network. This is a documentary research.

The result of the study is that strategy for effective administration is to encourage stimulation which will be expressed through behavior in order to reach the aim. Such stimulation can be either intrinsic, extrinsic or can be both. Networking is the core to the success. To build networking is to have connection. The aims of

business network are, freedom at work, good paid, be friendly with people, well informed, highly experienced, good chance to success, challenge to use one own's skill, open job opportunity for all. There are different levels for the market plan. In the term of law, it was mentioned clearly about right and wrong.

Keywords : Business, Marketing network and Ethical.

บทนำ

ในโลกยุคสมัยปัจจุบันประชากรบนโลกในทุกภาคส่วนทุกหัวระแหง มีแต่การแข่งขันกันทั่ว ทุก มิติทั้งภายในประเทศและนอกประเทศ โดยเฉพาะการแข่งขันกันทางด้านธุรกิจ ส่งผลสะท้อนให้เห็น ถึงการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดและเศรษฐกิจทำให้ความโลภของมนุษย์ที่เกิดการแสดงออกทาง พฤติกรรม คือ ทางกาย ทางวาจา และทางใจ เป็นผลสะท้อนให้มีความแข็งแกร่งทางจิตใจ อันจะ นำมาซึ่งการขาดถึงความรักความเมตตา ความสามัคคี ความสงบและสันติสุขในการดำเนินชีวิต ดังจะ เห็นได้ตามข่าวสารต่างๆ ในบริบทของการอยู่ร่วมกันที่ไม่มีความปกติสุขทั้งสุขภาพกายและจิตใจ

ดังนั้น การทำธุรกิจที่จะไปสู่ทิศทางที่ดี ในการปฏิบัติควรคำนึงถึงคุณธรรมและจริยธรรมที่มี อริยธรรมในทุกๆ ในหมู่เหล่าควรจะต้องมีและจะต้องเป็นพลังผลักดันไปสู่ความเจริญของกายและใจ ส่วนในภาคอุตสาหกรรม ในทางธุรกิจจะถือว่าเป็นกำลังสำคัญในการสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางด้าน เศรษฐกิจให้เกิดก่ออารยธรรมมนุษย์ เป็นพลังการขับเคลื่อนสังคมโลกให้เจริญก้าวหน้าไปอย่างไม่หยุด หยั้งแต่ในขณะเดียวกันการมุ่งแสวงหาผลประโยชน์สูงสุดของนักธุรกิจก็ได้สร้างปัญหาเป็นจำนวนมาก เช่นเดียวกันอาทิเช่น การเอารัดเอาเปรียบ การแข่งขันที่ปราศจากความเมตตาปรานี และการแสวงหา ผลประโยชน์อย่างไม่รู้จักรู้จักสิ้น จนก่อให้เกิดปัญหาแก่ผู้คนในสังคม และสิ่งแวดล้อมทำให้กลุ่มนักวิชา- การ นักการศาสนา และนักธุรกิจจำนวนหนึ่งเห็นพ้องต้องกันว่า จำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนกระ บวนทัศน์ในการดำเนินธุรกิจกระแสหลัก เพื่อให้ธุรกิจอำนวยประโยชน์และเกื้อกูลอารยธรรมมนุษย์ให้ มากยิ่งขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างปัญหาให้เกิดขึ้นน้อยที่สุดแก่คนในสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสร้างความสุขแก่สถานที่ทำงาน โดยพยายามเสนอให้นำคุณค่าทางศาสนา และจิตวิญญาณ เข้ามาเป็นรากฐานของกระบวนการทัศน์ในการดำเนินธุรกิจ

โดยรูปแบบของธุรกิจในการประกอบกิจการยุคปัจจุบัน ซึ่งก็มีอยู่หลากหลายลักษณะทั้งใน ภาคธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ตลอดจนมีการขยายสาขาออกไปทั่วประเทศเพื่อให้ เกิดความสะดวกในการควบคุมการประกอบกิจการทางธุรกิจในมิติต่างๆ ให้มีแนวทางการปฏิบัติตาม หลักกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ ด้วยการกำหนดรูปแบบธุรกิจออกเป็น ๕ ประเภท คือ

1. กิจการของคนเดียว (Sole or Single Proprietorship) เป็นการประกอบธุรกิจที่เป็นบุคคล คนเดียวเป็นเจ้าของกิจการและบริหารจัดการธุรกิจทุกเรื่องด้วยตนเอง การประกอบธุรกิจในรูปแบบนี้

จะใช้ต้นทุนต่ำ โดยมีวิธีดำเนินงานที่ง่ายไม่ยุ่งยาก การบริหารจัดการต่างๆ มีความคล่องตัวสูงและเป็นธุรกิจที่สามารถพบเห็นในชีวิตประจำวันเป็นจำนวนมากที่สุด เช่น หาบเร่ แผงลอย รถเข็น ร้านขายของชำ ร้านเสริมสวย และร้านขายเสื้อผ้า เป็นต้น

2. ห้างหุ้นส่วน (Partnership) เป็นรูปแบบของการประกอบธุรกิจที่มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป และสามารถทำนิติกรรมตามกฎหมายได้ โดยการทำสัญญาด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษรที่จะเข้าเป็นหุ้นส่วนกัน

3. บริษัทจำกัด (Corporation) เป็นการประกอบธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลจัดตั้งเพื่อวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไรจากธุรกิจพาณิชย์ ซึ่งจะแบ่งทุนออกเป็นหุ้นที่มีมูลค่าหุ้นละเท่าๆ กัน และมีผู้ถือหุ้นตั้งแต่ 7 คนขึ้นไปแต่ไม่ถึง 100 คน โดยผู้ถือหุ้นในแต่ละคนจะมีความรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนถือครองอยู่

4. สหกรณ์ (Cooperative) เป็นรูปแบบธุรกิจอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งมีคณะบุคคลตั้งแต่ 10 คนขึ้นไปที่มีอาชีพความต้องการ ความสนใจที่คล้ายคลึงกันมาร่วมกันจัดตั้งขึ้นและจดทะเบียนถูกต้องตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมอาชีพ การครองชีพของสมาชิกและครอบครัวให้มีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นวิธีที่ให้ประโยชน์ทั้งต่อสมาชิกของสหกรณ์และต่อส่วนรวม

5. รัฐวิสาหกิจ (State Enterprise) เป็นองค์กรของรัฐหรือหน่วยงานของรัฐบาลเป็นเจ้าของ รวมทั้งบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีหุ้นเกินกว่าร้อยละ 50 มีระบบบริหารงานอยู่ระหว่างราชการและเอกชนโดยคำนึงถึงหลักสำคัญทางการบริหารให้เป็นไปตาม ขั้นตอน เพื่อป้องกันการทุจริตตลอดจนถึงความสงบสุขของประชาชนในประเทศเป็นหลักสำคัญ

ธุรกิจเครือข่าย (Multi-Level Marketing) ซึ่งก็จัดให้อยู่ในรูปแบบธุรกิจประเภทที่ 3 คือ MLM ที่ย่อมาจากคำว่า Multi-Level Marketing ที่เรียกกันเป็นภาษาไทยว่า “ธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นหรือธุรกิจเครือข่าย” เป็นระบบธุรกิจการตลาดรูปแบบใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถได้เป็นเจ้าของธุรกิจที่จะมีโอกาสสร้างรายได้จำนวนมากขึ้น โดยไม่ต้องมีความเสี่ยงและไม่ต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมากเหมือนกับการทำธุรกิจทั่วไป เพียงเริ่มต้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดีและเมื่อเกิดความประทับใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ก็ทำการแนะนำบอกต่อกันไปให้คนที่รู้จักได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้น เหมือนกับตน ซึ่งก็เป็นการโฆษณาแบบปากต่อปาก (Word Mouth) เมื่อมีการซื้อผลิตภัณฑ์ใช้ตามคำบอกเล่าจากผู้แนะนำ ก็จะทำให้เกิดกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง โดยไม่ต้องผ่านกระบวนการโฆษณาและพ่อค้าคนกลางเหมือนกับการตลาดแบบเดิม การเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคจะต้องผ่านระบบพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่ได้รับกำไรสูงถึง 60 % แนวคิดการขายตรงแบบหลายชั้นนี้ เกิดขึ้นที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นครั้งแรกในช่วงปี ค.ศ. 1940 โดยแนวคิดนี้เป็นผลพวงมาจากการเกิดตามจากร้านลูกโซ่ (Franchise) ที่แพร่หลายกันอยู่ในขณะนั้น ในปี

ค.ศ.1940 วิธีการขายปลีกที่แพร่หลายที่สุด คือ การตั้งร้านลูกโซ่หรือบริหารแบบลูกโซ่ คือ การนำเอาธุรกิจหรือยี่ห้อหรือวิธีการค้าขายที่ประสบความสำเร็จในขณะนั้น (การสั่งซื้อสินค้าและโฆษณา) ตลอดจนรูปแบบการบริหารอื่นๆ ที่ถ่ายทอดให้แก่ร้านใหม่อีกร้านหนึ่งที่ตั้งขึ้นเพื่อขายสินค้าประเภทเดียวกัน ซึ่งต่อมาก็ได้มีการแก้ปัญหาโดยสมาคม F.T.C. (Federal Trade Commission) ได้เปิดโปงบริษัทขายตรงที่ดำเนินการผิดกฎหมายพาณิชย์ที่ละบริษัทในปี ค.ศ. 1975 บริษัทแอมเวย์ถูก F.T.C. ฟ้องและยังส่งผลให้บริษัทขายตรง ซึ่งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงปี ค.ศ. 1970 ต้องชะลอการเกิด ต่อมาในปี ค.ศ. 1979 บริษัทแอมเวย์ได้ใช้เวลาในการต่อสู้คดีความกับ F.T.C. อยู่เป็นระยะ เวลาถึง 4 ปี และใช้เงินไปในการสู้คดีความทั้งสิ้นสี่ล้านเหรียญสหรัฐฯ จนเป็นฝ่ายชนะคดีความไปได้ในที่สุดชัยชนะในครั้งนี้ก็เป็นบทพิสูจน์ได้ว่า การตลาดขายตรงแบบหลายชั้นนั้น มีความแตกต่างจากพวก “บริษัทต้มตุ๋น” อย่างสิ้นเชิง ภายหลังจากชนะคดีความแล้ว ธุรกิจขายตรงก็ทำให้สังคมต้องยอมรับในจุดนี้ คดีฟ้องร้องของบริษัทแอมเวย์ จึงได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไปเป็นอย่างยิ่ง และทำให้ธุรกิจต้องหันกลับมามองในระบบขายตรงแบบหลายชั้นด้วยสายตาแบบใหม่

นิตยสาร Fortune ได้ตีพิมพ์บทความเกี่ยวกับการตลาดขายตรงแบบหลายชั้น ดังนั้น จึงพอจะสรุปได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีเอกลักษณ์ของสหรัฐอเมริกา การขายสินค้าด้วยระบบขายตรงแบบหลายชั้น เริ่มจะมีแพร่หลายแล้ว แต่ก็ยังมีสาเหตุสำคัญอีก 2 ประการ ที่จะช่วยให้ธุรกิจแขนงนี้แพร่หลายอย่างรวดเร็ว คือ

- 1) โดยพื้นฐานการขายตรงแบบหลายชั้น มุ่งเน้นที่จะนำเอาสินค้าราคาถูกมาจำหน่ายให้ กับลูกค้า ก็หมายความว่าต้องตัดพ่อค้าคนกลางออกไปค่าใช้จ่ายต่างๆ จะได้ถูกลง และให้ลูกค้ารับบทบาทเป็นพ่อค้าคนกลางเสียเอง ระบบขายตรงแบบหลายชั้น คือระบบขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคในราคาที่ค่อนข้างถูกมีเหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้การตลาดขายตรงแบบหลายชั้นได้แพร่หลาย
- 2) ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและบริการ การซื้อสินค้าที่โฆษณา และไม่มีค่าคอมมิสชั่นให้ผู้ซื้อ ย่อมสูญเสียการซื้อสินค้าที่ตนเห็นว่าพอจะมีคุณภาพดีอีกทั้งซื้อแล้วก็ยังจะได้ส่วนลดในรูปแบบเป็นคอมมิสชั่น

ปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการบริโภคของผู้คนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2530 บริษัทแอมเวย์(ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้ามาจัดรูปแบบธุรกิจขายตรงในประเทศไทยและทำการตลาดด้วยระบบธุรกิจเครือข่ายอย่างเต็มรูปแบบ โดยจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งธุรกิจขายตรงในประเทศไทยก็มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงได้เกิดการรวมตัวของผู้ประกอบการและก่อตั้งสมาคมการขายตรงไทย(Thai Direct Selling Association หรือ TDSA) ขึ้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2526 และสมาคมได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาพันธ์ สมาคมการขายตรงโลก(World Fed) สมาคมนี้มีบทบาทสำคัญต่อวงการขายตรงของไทยเรื่อยมาตลอด ทั้งต่อภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่ายและผู้บริโภค โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมให้ข้อมูลและสนับสนุนให้เกิดพระราชบัญญัติการขายตรงและตลาด

แบบตรงในปี พ.ศ. 2545 ต่อมาจึงมีการนำเอาวิธีนี้ มาถ่ายทอดให้แก่การขายตรง เรียกวิธีนี้ว่า ขายตรงแบบหลายชั้น สมัยในปี ค.ศ. 1956 บริษัทขายตรงชาร์คเคิลได้ก่อตั้งขึ้น แม้ว่าในสมัยนั้นบริษัทนี้ยังไม่ใช้บริษัทขายตรงแบบหลายชั้นที่สมบูรณ์ แต่ในปี ค.ศ. 1934 ก็มีบริษัทแห่งหนึ่งชื่อว่า “วิตามินแคลิฟอร์เนีย” ได้นำเอาวิธีนี้มาใช้ โดยจำหน่ายวิตามินยี่ห้อ “นิวเทอร์รี่เทอร์” หลังจากในปี ค.ศ.1940 บริษัทขายตรงแบบหลายชั้น ก็เริ่มเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการ พอเข้าสู่ในปี ค.ศ.1960 บริษัทเหล่านี้ก็ผุดขึ้นจนทั่วประเทศสหรัฐอเมริกาารวกับดอกเห็ดในหน้าฝน แต่ในจำนวนนี้ก็มีบริษัทขายตรงประเภท “คิดจะโกยเอากำไรเท่าเดียวก็ตั้งขึ้นมาด้วย”

ในประเทศไทยเราก็ได้มีบริษัทหรือกลุ่มคนที่คิดจะโกยเอากำไรเกินความเป็นจริงเพราะว่าพยายามใช้รูปแบบธุรกิจเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจเพื่อหาสมาชิกเข้ามายังบริษัทให้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น ธุรกิจเครือข่ายที่ปรากฏเป็นประเด็นทางด้านสังคมไทย และเป็นปัญหาด้านจริยธรรมทางธุรกิจและทางกฎหมาย ที่มีเป็นกรณีสำคัญๆ ซึ่งจะขอยกขึ้นมาเป็นตัวอย่าง ดังกรณีต่อไปนี้

กรณีที่ 1 แชร่แม่ขม้อย คดีแชร่แม่ขม้อยหรือคดีนางขม้อย ทิพย์โส คดีนี้ได้กล่าวหานางขม้อย ทิพย์โส หรือประเสริฐศรีหรือที่ประชาชนเรียกกันติดปากว่า แม่ขม้อยกับพวกรวม 10 คน ผู้ต้องหาในข้อหาร่วมกันฉ้อโกงประชาชน และฝ่าฝืนพระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน แต่นางขม้อยกับพวกได้นำเงินกู้ยืมจากประชาชนและผู้เสียหายไปใช้ประโยชน์ส่วนตัว โดยได้นำไปซื้อทรัพย์สินที่มีค่าเป็นจำนวนมากและได้ปกปิดอำพรางซุกซ่อนไว้ และในที่สุดก็ได้ร่วมกันเอาเงินและทรัพย์สินดังกล่าวหลบหนีไปวิธีการในการจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนให้ประชาชนในอัตราร้อยละ 6.5 ต่อเดือน ใช้วิธีการจัดคิวเงินโดยการนำเงินไปฝากธนาคารไว้ แล้วเอาเงินต้นและดอกเบี้ยมาทยอยหมุนเวียนจ่ายเป็นผลประโยชน์ตอบแทนในอัตราร้อยละ 6.5 ต่อเดือน ถ้าหากมีผู้นำเงินมาลงทุนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพียงร้อยละ 5-6 เท่า นั้นก็จะสามารถหมุนเวียนจ่ายเป็นดอกเบี้ยได้ตลอดไป แต่ถ้าไม่มีผู้นำเงินมาลงทุนเพิ่มก็จะจ่ายดอกเบี้ยได้แต่ในช่วงระยะแรกๆ เท่านั้น ในที่สุดเงินต้นที่สะสมไว้ก็จะหมดและไม่สามารถคืนเงินต้นให้แก่ประชาชนได้ในที่สุด

กรณีที่ 2 แชร่ลูกโซ่ข้าวสาร บริษัท ไทยเน็ตเวิร์ค-ไทยมาร์ทอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ทั้งสองบริษัทได้ทำการโฆษณาให้บุคคลทั่วไปเพื่อชักชวนให้เข้าร่วมลงทุนกับบริษัท โดยใช้การขายตรงเป็นเครื่องบังหน้าและใช้เทคนิคในการหลอกลวงประชาชน ต่อมาบริษัททั้ง 2 ก็ไม่มีเงินจ่ายให้กับผู้ลงทุน จึงได้ปิดบริษัทและเปิดบริษัทใหม่ โดยใช้ชื่อบริษัทใหม่ว่า บริษัท สยามไลน์ เทรดิง จำกัด ซึ่งทำให้มีผู้หลงเชื่อมากกว่า 20,000 ราย รวมมูลค่าความเสียหายแล้วมากกว่า 72 ล้านบาท

ในสังคมปัจจุบันจึงเกิดกระแสการเรียกร้องถึงความมีคุณธรรมและจริยธรรมทางธุรกิจ ที่นับวันจะยังมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นองค์กรธุรกิจต่างๆ มากมายได้เผชิญกับปัญหาทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม จนถึงกับทำให้ต้องประสบกับภาวะล้มละลาย ทั้งยังส่งผลร้ายต่อประชาชนในวงกว้าง แต่ในขณะที่การแก้ไขปัญหาหรือการป้องกันประเด็นปัญหาทางด้านคุณธรรมและจริยธรรมทางธุรกิจที่

เกิดขึ้นเหล่านั้น ยังมิได้รับการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน แม้จะมีความพยายามจากฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับหนึ่งแล้วก็ตาม

การที่ได้มีโอกาสศึกษาในเนื้อหา หลักเกณฑ์ และประเด็นด้านคุณธรรมและจริยธรรมทางธุรกิจที่มากขึ้นประเด็นปัญหาด้านคุณธรรมและจริยธรรมทางธุรกิจจะมีความชัดเจนมากขึ้นในอนาคต การดำเนินธุรกิจใดๆ ก็ตามจะไม่สามารถบรรลุผลที่ยั่งยืนได้ หากการดำเนินธุรกิจนั้น ปราศจากการพัฒนาคนให้มีจิตสำนึกในการประกอบธุรกิจหรือเครือข่ายที่ต้องคำนึงถึงสังคม ประกอบกับการที่ทุกคนต่างพยายามอย่างเต็มที่ในการประกอบกิจการของตนให้ได้กำไรสูงที่สุด มีส่วนแบ่งตลาดในอันดับต้นๆ การที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตตามที่ตนใฝ่ฝันนั้น จะต้องมีการพัฒนาด้านคุณธรรมและจริยธรรมในทางธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งด้วย คุณธรรมและจริยธรรมเป็นส่วนหนึ่งของจริยศาสตร์ที่ว่าด้วยศาสตร์ในมิติของความประพฤติหรือลักษณะพฤติกรรมของมนุษย์ว่าควรเป็นไปหรือปฏิบัติอย่างไร ทั้งกล่าวถึงความถูกต้องดีชั่วของพฤติกรรมและอารมณ์นั้นๆ อะไรควรเว้น อะไรควรทำ อะไรผิด อะไรถูก อะไรดี อะไรชั่ว ที่ควรเว้นและควรทำ “จริยธรรม” จึงเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการชี้นำแนะแนวทางอุดมคติ ทางศีลธรรม นิสยอุปนิสัยและอริยาบถของมนุษย์ในการทำอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งทางดีและทางชั่ว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทการทำธุรกิจแบบเครือข่าย
2. เพื่อศึกษาพุทธจริยศาสตร์ในการทำธุรกิจแบบเครือข่าย
3. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและทางออกธุรกิจแบบเครือข่ายเชิงพุทธจริยศาสตร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยจะเน้นการวิจัยทางด้านเอกสาร (Documentary Research) ประกอบการวิจัยโดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เป็นในรูปแบบสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ รวมไปถึงประสบการณ์จริงในการเก็บข้อมูล มีดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลชั้นปฐมภูมิ (Primary Sources) โดยดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากบทความ หนังสือ ตำรา สื่อออนไลน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจแบบเครือข่าย
2. ข้อมูลชั้นทุติยภูมิ (Secondary Sources) ทำการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์เรียบเรียงผล งาน การวิจัยและเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจแบบเครือข่าย โดยทำการศึกษาค้นคว้า วิทยานิพนธ์และวิเคราะห์ไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้
3. สรุปผลการวิจัยโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่เรียบเรียงมานำเสนอแนะต่อไป

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยธุรกิจเครือข่าย พอจะสรุปได้ว่า ในระบบธุรกิจเครื่อข่ายนั้น จะมีความเป็นอิสระในการทำงานสูง มีรายได้ดี มีความเป็นมิตรกับคนทั่วไป มีความรู้รอบด้าน ให้ประสบการณ์สูง มีโอกาสก้าวหน้าเร็ว ได้ใช้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ ได้รับความสำเร็จในรูปแบบต่างๆและให้คนมีงานทำเป็นหลักเกณฑ์ในการเลือกธุรกิจเครือข่ายมีขั้นตอนที่สำคัญอยู่ 4 ด้าน คือ (1) การดูบริษัทที่มีการจดทะเบียนถูกต้องตามระบบและมาตรฐานสากล (2) การดูสินค้ามีการขึ้นทะเบียนสิน ค้าที่ชัดเจนถูกต้องตามมาตรฐาน (3) การดูแผนการตลาด มีรูปแบบและแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนและโปร่งใส (4) การดูทีมงานออนไลน์ ที่เน้นการตามหลักการของการประกอบธุรกิจแบบเครือ ข่ายที่ชัดเจน

แผนการตลาดแบบหลายชั้นเป็นระบบการตลาดและโครงสร้างของธุรกิจเครือข่ายที่มีแผนการดำเนินงานในรูปแบบตามแผนการตลาดต่างๆ ที่สำคัญ 6 แผน คือ (1) แผนสแตร์สเต็ป (2) แผนเบรอะเวย์ (3) แผนแมททริกซ์ (4) แผนยูนิเลเวล (5) แผนไบนารี ไตรนารี และ (6) แผนลูกผสม โดยแนวทางการเลือกแผนการทำธุรกิจเครือข่ายควรพิจารณาปัจจัยในหลายๆ อย่างประกอบกันเพื่อความชัดเจนและมีความเหมาะสมลงตัวกับการดำเนินการให้มากที่สุด

การทำธุรกิจเครือข่ายที่ดีนั้น ต้องมีปรัชญาในการทำธุรกิจที่มุ่งสร้างรายได้ที่สุจริตและเป็นธรรมธุรกิจเครือข่ายจึงจะเป็นธุรกิจที่มีคุณอนันต์ต่อทุกคนในระบบตลาด ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจผู้บริหารเครือข่ายรวมทั้งผู้บริโภคการสร้างเครือข่ายให้ประสบความสำเร็จ คือ (1) ต้องรู้จักออกไปพบปะคนอื่น (2) รู้จักอ่อนน้อมถ่อมตนเมื่อเข้าพบผู้อื่น (3) อย่าทำให้คนอื่นรู้สึกเกรงกลัวที่จะเข้ามาหาเรา และ(4) ต้องทำให้คู่สนทนารู้สึกดีกับตัวเรานั้นเอง การตลาดแบบเครือข่ายเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการนำระบบเครือข่าย หรือการสร้างเครือข่ายมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ การนำเสนอและการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคที่เติบโตเร็วที่สุด อันจะเห็นได้จาก ธุรกิจขายตรงที่เกิดขึ้นอย่างมากมายในประเทศไทย

การสร้างเครือข่ายต้องคำนึงเสมอว่า “เครือข่าย” เป็นกระบวนการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ ซึ่งการสร้างเครือข่ายต้องมี “การเชื่อมโยง” แนวคิดเชิงระบบ (1) เป้าหมายและทรัพยากร (2) องค์การและการประสานงาน (3) การแก้ไขปัญหาและแนวคิด สิ่งที่ทำให้ประโยชน์จะทำได้ย่อมรับความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับสภาพแวดล้อมภายนอก ข้อจำกัดไม่สามารถให้คำแนะนำที่เฉพาะเจาะจงในหน้าที่ และงานของผู้บริหารแนวคิดและทฤษฎีในยุคปัจจุบันธุรกิจเครือข่ายเป็นส่วนสำคัญในระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากการเปิดโอกาสให้บุคคล ได้ใช้ความคิดในการบริหารจัดการ เพื่อพัฒนาไปสู่ความมั่นคง โดยใช้ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ดำเนินธุรกิจอย่างเต็มที่ จนกล่าวได้ว่าอาจจะเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดใหญ่

จุดมุ่งหมายธุรกิจเครือข่าย มีความเป็นอิสระในการทำงาน มีรายได้ดี มีความเป็นมิตรกับคนทั่วไป มีความรู้รอบด้าน ให้ประสบการณ์สูง มีโอกาสก้าวหน้าเร็ว ได้ใช้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ ได้รับความสำเร็จในรูปแบบต่างๆ และให้คนมีงานทำ ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ในการเลือกธุรกิจเครือข่าย ที่มีขั้นตอนที่สำคัญอยู่ 4 ด้าน คือ (1) การดูบริษัทที่มีการจดทะเบียนอย่างถูกต้องตามระบบ และได้มาตรฐานสากล (2) การดูสินค้า มีการขึ้นทะเบียนสินค้าที่ชัดเจนถูกต้องตามมาตรฐาน (3) การดูแผนการตลาด มีรูปแบบและแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนและโปร่งใส (4) การดูทีมงานออนไลน์ ที่เน้นการตามหลักการของการประกอบธุรกิจแบบเครือข่ายที่ชัดเจน เป็นต้น

จรรยาบรรณวิชาชีพเกิดจากความสมัครใจ ของผู้อยู่ในวิชาชีพนั้น โดยผู้อยู่ในวิชาชีพเดียวกัน สร้างจรรยาบรรณสำหรับวิชาชีพของตนเองขึ้น ด้วยความสมัครใจ เพื่อควบคุมกันเอง ผู้ใดไม่เห็นด้วย และไม่สมัครใจ จะปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพก็สามารถทำได้ โดยไม่ทำงานวิชาชีพนั้น หยุดปฏิบัติวิชาชีพนั้น ต่างกับกฎหมายตรงที่บังคับว่า ทุกคนต้องปฏิบัติตามกฎหมาย อยู่ภายใต้กฎหมาย แม้ว่าจะไม่สมัครใจ ไม่เห็นด้วยกับกฎหมายนั้นๆ ก็ตามหลักการของระบบการตลาดหลายชั้นคือ การที่นักธุรกิจเครือข่ายได้รับผลตอบแทนทั้งจากรายได้เริ่มต้น ที่ตนเองขายปลีกและผลตอบแทนจากการขาย ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อนักขายในกลุ่มของตนชวนมาร่วมกันขาย จนมียอดขายรวมเป็นก้อนใหญ่ จากปัจจัยดังกล่าวมานี้ ทำให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและไม่มีขีดจำกัด ซึ่งเกิดจากการสポンเซอร์หรือชักชวนผู้อื่นมาเข้าร่วมธุรกิจ อันทำให้ระบบการตลาดหลายชั้นเป็นระบบที่มีศักยภาพสูงสุดในธุรกิจเครือข่ายปัจจุบัน

ความแตกต่างระหว่างจริยธรรมกับกฎหมายต่างก็เป็นเครื่องมือที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เพื่อที่จะควบคุมพฤติกรรมของบุคคลในสังคม ทั้งสองอย่างนี้มีความแตกต่างกันแต่มีบทบาทเสริมซึ่งกันและกัน ทั้งกฎหมายและจริยธรรมจะบอกว่าประชาชนมีความรับผิดชอบ ที่จะทำในสิ่งที่ถูกและหลีกเลี่ยงการกระทำในสิ่งที่ผิด ในด้านจริยธรรมอะไรผิดอะไรถูกเป็นเรื่องของวัฒนธรรมดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น แต่ในส่วนของกฎหมายมักมีการระบุที่ชัดเจนว่าอะไรผิดอะไรถูก

จริยธรรม คือ การชี้แนะ นำให้พยายามหาคำตอบที่ว่า ความดีความชั่ว ถูก ผิด คือ อะไร มีมาตรฐานหรืออะไรที่ไม่มีมาตรฐาน หรือชี้แนะและตัดสินว่า การกระทำหรือความประพฤติดีหรือชั่ว ถูก หรือผิด ชีวิตที่ดีนั้นเป็นอย่างไร อะไรคือความดีสูงสุดของมนุษย์ ควรใช้ชีวิตอย่างไรจึงคุ้มค่ากับการเกิดเป็นมนุษย์ พุทธจริยธรรมเป็นหลักการความประพฤติที่ดีงาม มีความเหมาะสมของผู้ประพฤติ ปฏิบัติ ซึ่งจะมีหลักศีลธรรม คุณธรรม แน่นอนตายตัว มีกฎเกณฑ์ชัดเจนตายตัว ผิดถูก บุญ-บาป แยกส่วนกันอย่างชัดเจน แต่ในขณะที่จริยธรรมนั้น เป็นการเน้นถึงเรื่องการโต้แย้งและแสวงหาเหตุผล อันว่าด้วยความประพฤติของมนุษย์ โดยมีปลายทางอยู่กับคำว่า “ควร-เหมาะสม” พุทธจริยศาสตร์เป็น จริยศาสตร์และจริยธรรมที่สอนให้คนดำรงชีวิตอยู่ด้วยปัญญาไม่ให้ดำรงชีวิตอยู่ด้วยความประมาท จึงสอนให้ตื่นอยู่เสมอและให้เป็นอยู่ด้วยความเบิกบานกายเบิกบานใจ ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในสถานะอย่างไร

กลุ่มแนวคิดสัมพัทธนิยม จึงมีทัศนะว่า ดีชั่วไม่ใช่สิ่งที่ตายตัว การกระทำหนึ่งจะดีหรือชั่ว ถูกหรือผิด ควรหรือไม่ควร ล้วนขึ้นอยู่กับสิ่งอื่นมากำหนด จากคำนิยามนี้จะหมายความว่า ในทัศนะของชาวสัมพัทธนิยม ค่าทางจริยธรรมและเกณฑ์ตัดสินจริยธรรมมิได้มีอยู่อย่างแน่นอนตายตัว แต่ขึ้นอยู่ กับบุคคลหรือสังคม เกณฑ์ที่จะใช้ตัดสินค่าทางจริยธรรมจึงแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลและสังคม ดังนั้นการกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดจะดีหรือชั่ว ถูกหรือผิด ควรหรือไม่ควร จึงขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและปัจจัยหลายอย่าง เช่น บุคคล เวลา สถานที่ สภาพแวดล้อม จารีตประเพณี สภาพทางเศรษฐกิจ เป็นต้น มนุษย์เอาตัวเองวัดทุกสิ่ง “มนุษย์เป็นเครื่องวัดสรรพสิ่ง” ซึ่งหมายความว่า มนุษย์แต่ละคนเป็นผู้ชี้ขาดหรือตัดสินว่า อะไรดี อะไรชั่ว ดี ชั่ว ถูก ผิด ควร ไม่ควร เป็นเรื่องต่างจิตต่างใจของแต่ละบุคคล ประโยชน์นิยมจะถือว่า การกระทำที่ก่อให้เกิดความทุกข์น้อยกว่า เป็นการกระทำที่ถูกการที่ประโยชน์นิยมถือว่า สิ่งที่ดีที่สุด คือสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์สุขมากที่สุด แก่คนจำนวนมากที่สุด ย่อมหมายความว่าประโยชน์นิยมถือเอาผลของการกระทำเป็นตัวตัดสินว่าการกระทำนั้น ถูกหรือผิด ดีหรือชั่ว ควรหรือไม่ควร ทุกสิ่งทุกอย่างไม่มีอะไรที่ตายตัว ถ้าจะมีอะไรที่ตายตัว ก็คงจะเป็นหลักความสุขที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินการกระทำของการกระทำ

บูรณนิยม คือ แนวคิดที่เชื่อว่า ค่าทางจริยธรรมเป็นสิ่งมีลักษณะแน่นอนตายตัว และมีอยู่เป็นอิสระจากความคิด ไม่ขึ้นกับบุคคล สังคม สถานที่ กาลเวลา สภาพแวดล้อม แต่มีอยู่หรือเป็นอยู่ด้วยตัวของมันเอง ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามเหตุปัจจัยภายนอก การกระทำอย่างหนึ่ง ถ้ามันดี มันก็ดีในตัวมันเอง เจตจำนงนิยม ที่ถือเอาเจตนา คือ ความจงใจหรือตั้งใจกระทำ เป็นเกณฑ์ตัดสินการกระทำของบุคคล และกรรมนิยม ที่ถือเอาตัวการกระทำ เป็นเกณฑ์ตัดสินการกระทำของบุคคลมนธรรมนิยม ค่าทางจริยธรรมเป็นสิ่งมีอยู่จริงตายตัว และมนุษย์ก็ใช้มนธรรม สำนักของตนเป็นเกณฑ์ในการตัดสินความดีหรือชั่ว ถูกหรือผิด ควรหรือไม่ควร ของการกระทำที่ตนจะทำหรือทำลงไปค่านิยมที่ใช้ชีวิตที่มีความสุข แต่เป็นชีวิตที่อยู่ภายใต้กฎศีลธรรม คืออยู่กับหน้าที่ มิใช่อยู่ความสุข หรือความ รู้สึก ศีลธรรมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความสำนึกในหน้าที่ชนะแรงผลักดันของอารมณ์ความรู้สึกได้ ชีวิตที่ดีคือชีวิตที่อยู่ภายใต้กฎศีลธรรมและคนดีก็คือคนที่ทำตามหน้าที่โดยไม่คำนึงถึงผลประโยชน์“ดี” เป็นคำพูด คำพูดเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้แทนอะไรบางอย่าง ปัญหา คืออะไรบางอย่าง คืออะไร นี่คือนิยามหลักของ จริยธรรม ประเด็นปัญหาทางจริยศาสตร์เกี่ยวข้องกับความดี และ ถูก นั้นเอง ในการพิจารณาเนื้อหาของจริยศาสตร์ มีวิธีมองได้ 3 ด้าน ด้วยกัน คือ (1) อะไรคืออุดมคติ หรือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิตสำหรับมนุษย์ ที่มนุษย์แสวงหา ในด้านการมีค่าในตัวเองและการมีค่านอกตัวและเพื่อผู้อื่น (2) อะไรคือสิ่งถูก เอาเกณฑ์อะไรตัดสินการกระทำของมนุษย์ว่าสิ่งนี้ถูกหรือผิด และ(3) ปัญหาเกี่ยวกับนิยามของค่าทางจริยเรียกว่าจริยศาสตร์สาขาที่ศึกษาปัญหานี้ว่า อภิจริยศาสตร์นั่นเองความสุขและสุขเท่านั้น เป็นสิ่งที่มนุษย์แสวงหาความสุขสบาย ทางร่างกาย และจิตใจเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุดของชีวิต เราเกิดมาพร้อมกับประสาทสัมผัสที่มีศักยภาพในการรับความสุข จึงควรแสวงหาความสุข ธรรมชาติของเราก็มีความโน้มเอียงไปหา

ความสุข เราจึงไม่ควรฝันธรรมชาติส่วนนี้ เป้าหมายสุดท้ายของทุกอย่าง คือ ความสุขความสุขสบาย ไม่ใช่เป็นจุดมุ่งหมายสูงสุด ชีวิตของเราประกอบด้วยร่างกายและจิตวิญญาณ แต่จิตวิญญาณเป็นส่วนสำคัญของมนุษย์ปัญญาหรือความรู้เป็นสิ่งที่ดีที่สุดของมนุษย์ ลักษณะเฉพาะที่ทำให้มนุษย์เป็นตัวของตัวเอง เป็นคุณสมบัติที่แยกมนุษย์ออกจากสัตว์อื่นๆ ในโลกนี้ คือ ปัญญา และปัญญา หมายถึงความสามารถในการใช้เหตุผลเพื่อแสวงหาความจริง เพื่อแก้ปัญหาในชีวิตคุณค่าสูงสุดของการใช้ชีวิตคือการเอาชนะตนเอง โดยการลดละกิเลสได้หมดสิ้น แล้วหลุดพ้นจากภาวะบีบที่คั้นทุกอย่าง ดำเนินชีวิตด้วยความสุข สงบ เย็น เต็มเปี่ยมกิเลส = ความรู้สึกด้านลบในจิตใจ เป็นความเร่าร้อนกระวนกระวาย อยากได้อะไรอยากเด่นเกินไปมองกว้าง มองไกล ไม่จำกัดคุณค่ามนุษย์ไว้ที่กฎเกณฑ์ใดกฎเกณฑ์หนึ่ง มนุษย์จึงมีความซับซ้อนเกินกว่าจะใช้เกณฑ์เพียงหนึ่งเดียวอธิบายได้มนุษย์คือผลผลิตจากวิวัฒนาการอันยาวนาน เราจึงควรตอบสนองทั้งด้านร่างกายและจิตวิญญาณ ทุกอย่างมีคุณค่าสำหรับชีวิตมนุษย์ชีวิตมนุษย์กลับซับซ้อนเกินไป ยากที่จะไปสรุปตามสูตรหนึ่งโดยอัตโนมัติ ถ้ามีคนถามว่าอะไรดีที่สุดในชีวิตสำหรับน้ำแข็ง ก็คงตอบได้ทันทีว่าตู้เย็น อะไรดีที่สุดในชีวิตสำหรับปลา สระน้ำ ส่วนอะไรดีที่สุดในชีวิตสำหรับคน คงตอบไม่ได้ง่ายๆ อย่างนั้น มนุษย์นั้นอาจจะถูกที่ยอมรับความซับซ้อนของมนุษย์ โดยไม่ทอนมนุษย์ลงไปเป็นสัตว์ และได้เชิดชูให้บริสุทธิ์ เหมือนพระเจ้า มนุษย์มิได้เป็นอย่างใดอย่างหนึ่งตายตัวลงไปอย่างนั้น ความสุขุม ความไม่วู่วาม การมองการไกล การหลุดพ้นจากประโยชน์ส่วนตัว และการพิจารณารอบๆ ด้านเท่านั้น ที่จะช่วยในการตัดสินใจโดยมีหลักต่างๆ เหล่านี้อยู่ในใจ มนุษย์เป็นผลผลิตของวิวัฒนาการอันกลับซับซ้อน ที่ไม่สามารถใช้ยาเพียงขนานเดียวเพื่อรักษาโรคทุกโรคได้ฉันใด ก็ไม่สามารถให้สูตรสำเร็จสูตรเดียวเพื่อเป็นหลักในการกระทำต่างๆ ได้ฉันนั้น

สิ่งที่มีค่าและมนุษย์ควรแสวงหาเพื่อความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์นั้น คือ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในทุกๆ ด้านได้ ทั้งในทางร่างกายและจิตใจ แต่ก็ต้องรู้จักควบคุมความต้องการให้อยู่ในระดับที่พอเหมาะพอดีและเหมาะสมด้วย ไม่เอนเอียงไปทางใดทางหนึ่ง จะต้องทำให้สมดุลกัน จึงจะเป็นการใช้ชีวิตที่รอบคอบและสมบูรณ์มากที่สุด เหมือนแก้วน้ำที่มีปริมาณน้ำในแก้วที่พอดี ไม่ล้นและไม่น้อยเกินไป ซึ่งอาจเทียบได้กับหลักมัชฌิมาปฏิปทาในพุทธศาสนา

ลักษณะของความสุขแบ่งออกเป็นความสุขที่เกี่ยวข้องกับวัตถุผูกพันกับเรื่องทางโลก จึงเรียกว่าเป็นความสุขระดับโลกีย์สุขคือความสุขที่อยู่ในโลก ส่วนความสุขจากธรรมะหรือโมกษะนั้นเป็นความสุข ความอิมเม็บ ความปิติทางด้านจิตใจล้วนๆ หลุดพ้นจากความยึดถือในวัตถุต่างๆ จึงเรียกว่าเป็นความสุขระดับโลกุตระสุข คือ ความสุขระดับเหนือโลก

อุดมคติชีวิต หรือการตอบคำถามว่าอะไรคือเป้าหมายสูงสุดในชีวิตมนุษย์ ซึ่งแต่ละคนก็มุ่งที่จะก้าวไปให้ถึงเป้าหมายที่วางไว้ และเป็นเป้าหมายสูงสุดหรือเป็นเป้าหมายสุดท้าย ที่มีใช่เป็นแค่เพียงเป้าหมายสั้นๆ หรือเป้าหมายระยะสั้นเพียงเฉพาะหน้าเป็นต้นว่า เรียนให้จบปริญญา หรือการมีงานทำ และได้เลี้ยงดูพ่อแม่ ฯลฯ เท่านั้น แต่ต้องเป็นเป้าหมายสูงสุดจริงๆ ที่เราคิดว่าอยากก้าวไปให้ถึงหรือ

อยากจะบรรลุถึงดังนั้น มนุษย์แต่ละคนควรมีการกำหนดเป้าหมายสูงสุดไว้ในชีวิตตนเองเพื่อจะได้มีเข็มมุ่ง หรือ “ธงคำตอบ” ในชีวิตจะได้มีกำลังใจในการแสวงหาวิธีการเพื่อฝ่าฟันปัญหาอุปสรรคจนก้าวไปถึงฝั่งฝันดังกล่าว การรู้จักกำหนดเป้าหมายในชีวิตและพยายามดำเนินไปสู่เป้าหมายดังกล่าวให้ได้เรียกว่าเป็นคนที่ “แผนที่ชีวิต” และมีชีวิตอย่างเป็นสาระ มิใช่แค่เพียงอยู่ไปวันๆ อย่างที่คนจำนวนมากน้อยปฏิบัติอยู่ในปัจจุบันการพัฒนาดน นับว่าเป็นบันไดขั้นแรก ถือเป็นปฐมบทในการเตรียมความพร้อมให้แก่ตนเองในการจะก้าวไปสู่ชีวิตขั้นต่อไป คือการทำงาน การสร้างตัว สร้างครอบครัว สร้างสังคม สร้างชาติและสร้างโลก “ที่นั้งที่สบายที่สุดคือนั่งอยู่ในหัวใจคน” การครองใจคนไว้ให้ได้จึงนับเป็นกุญแจสำคัญประการหนึ่งในการอยู่ร่วมกันในสังคม หลักจริยธรรมหรือจริยศาสตร์ที่ควรนำมาใช้เป็นหลักปฏิบัติในการทำงาน เพื่อให้งานหรือสิ่งที่ทำนั้นๆ บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพบริบูรณ์ และบรรลุเป้าหมายตามที่มุ่งหวังไว้ ซึ่งเป็นหลักที่นักปราชญ์ได้วางเอาไว้และเป็นที่ยอมรับเป็นอย่างมาก จะมีอยู่หลายอย่างที่ทำให้เลือกใช้ตามความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ

สรุป

การทำธุรกิจเครือข่ายที่ดี ต้องมีปรัชญาในการทำธุรกิจที่มุ่งสร้างรายได้ที่สุจริตและให้เป็นธรรมธุรกิจเครือข่ายจึงจะเป็นธุรกิจที่มีคุณอนันต์ต่อทุกคนในระบบตลาด ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจผู้บริหารเครือข่ายรวมทั้งผู้บริโภคการสร้างเครือข่ายให้ประสบความสำเร็จคือ (1) ต้องรู้จักออกไปพบคนอื่น (2) รู้จักอ่อนน้อมถ่อมตนเมื่อเข้าพบผู้อื่น (3) อย่าทำให้คนอื่นรู้สึกเกรงกลัวที่จะเข้ามาหาเรา และ(4) ต้องทำให้คู่สนทนารู้สึกดีกับตัวเรานั้นเอง การตลาดแบบเครือข่ายเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการนำระบบเครือข่าย หรือการสร้างเครือข่ายมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ การนำเสนอและการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคที่เติบโตเร็วที่สุด อันจะเห็นได้จากธุรกิจขายตรงที่เกิดขึ้นมากมายในประเทศไทย

การสร้างเครือข่ายต้องคำนึงถึงเสมอว่า “เครือข่าย” เป็นกระบวนการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ ซึ่งการสร้างเครือข่ายต้องมี “การเชื่อมโยง” แนวคิดเชิงระบบ (1) เป้าหมายและทรัพยากร (2) องค์การและการประสานงาน (3) การแก้ไขปัญหาและแนวคิด สิ่งที่ให้ประโยชน์ทำให้ยอมรับความสำคัญของความสัมพันธ์ ระหว่างองค์การกับสภาพแวดล้อมภายนอก ข้อจำกัดที่ไม่สามารถให้คำแนะนำที่เฉพาะเจาะจงในหน้าที่ และงานของผู้บริหารแนวคิดและทฤษฎีในยุคปัจจุบันธุรกิจเครือข่ายเป็นส่วนสำคัญในระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากจะเปิดโอกาสให้บุคคล ได้ใช้ความคิดในการบริหารจัดการ เพื่อพัฒนาไปสู่ความมั่นคงและใช้ความรู้ความสามารถประสบการณ์ดำเนินธุรกิจอย่างเต็มที่ จนกล่าวได้ว่าอาจจะเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดใหญ่ก็ได้

ข้อเสนอแนะ

1) ภาคการธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มี การศึกษาพุทธจริยธรรมในธุรกิจ เครือข่ายหรือในการดำเนินธุรกิจต่างๆ มาศึกษาอย่างเป็นระบบจัดลำดับความสำคัญให้เป็นระบบและ เผยแพร่ทางสื่อต่างๆ ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ ซึ่งควรมีการบันทึกหรือเพิ่มรายละเอียดและข้อมูล เนื้อหาสาระให้มากขึ้นทั้งนี้ “เพื่อให้ชาวพุทธได้รับความรู้อย่างเป็นระบบในบริบทของเรื่องจริยธรรม กับการดำเนินธุรกิจต่างๆ เพื่อเกิดความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนาอย่างยั่งยืน และเป็นข้อมูล การเผยแผ่พัฒนาพระพุทธศาสนาอย่างเป็นระบบตามมาตรฐานสากลในการนำเอาหลักการทาง พระพุทธศาสนาไปปรับใช้และแก้ไขสภาพปัญหาต่างๆ ทางด้านธุรกิจต่อไป”

2) รัฐและมหาเถรสมาคมควรร่วมกันกำหนดนโยบายให้พุทธศาสนิกชนมีการศึกษาหลักพุทธ จริยศาสตร์มากขึ้น เพื่อปลูกฝังให้คนไทยได้ใกล้ชิดศาสนธรรมและสามารถนำหลักศาสนธรรมไปปรับใช้ ในวิถีชีวิตประจำวันของตนได้ และควรให้สถาบันพระสงฆ์ทั่วประเทศพระสงฆ์ระดับพระสังฆาธิการ ได้ กำหนดนโยบายแผนและมาตรการในการพัฒนาศักยภาพของพระสงฆ์ให้เป็นผู้มีความพร้อมในด้านการ บริหารจัดการองค์กรที่เป็นวัด เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ เป็นแหล่งฟื้นฟูและพัฒนาจิตใจและพัฒนาตนให้ ถึงพร้อมในการปฏิบัติภารกิจของคณะสงฆ์ รวมทั้งเป็นกัลยาณมิตรของศาสนิกชน สามารถปลูกฝังและ ฝึกอบรมให้เยาวชนมีสัมมาทิฐิในการดำรงชีวิตที่งดงาม

3) วัดควรปรับเปลี่ยนบทบาทให้ทันกับสังคมในเชิงรุกคือจัดโครงการและกิจกรรมที่เป็น ประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมและมีบทบาทในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยดึงเอาศาสนิก ชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของวัด ให้พระเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาสังคมและชุมชนมี ภาครัฐสนับสนุนงบประมาณ เพื่อให้การยุติในระบพทุพพณิชนัยอันเป็นการลดการเสื่อมศรัทธาจาก ศาสนิกชนและการทำลายในระบพทุพพณิชนัยโดยวัดและพระสงฆ์มีส่วนอย่างรู้ตัว

4) ควรมีนโยบายให้พระสงฆ์นำแบบอย่างที่ดีในด้านศีลธรรมและจรรยา เพื่อปลูกศรัทธาให้ เกิดขึ้นกับประชาชนในท้องถิ่น โดยดึงเอาองค์ความรู้ในพุทธจริยธรรมในธุรกิจต่างๆ ที่มีบทบาทให้การ เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน พัฒนาเยาวชนและศาสนิกชน ตามบทบาทหน้าที่ ภารกิจคณะ สงฆ์ โดยมีการสนับสนุนด้านงบประมาณ การพัฒนาศักยภาพและเชิดชูยกย่องให้เป็นที่ยอมรับแก่คณะ สงฆ์ต่อไป

References

กัลยารัตน์ อธิสธชัยกุล. (2557). **จริยธรรมทางธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: ปัญญาชน.

คณาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2556). **พุทธจริยศาสตร์กับปัญหาสังคมร่วม-สมัย**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

- ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2552). **จริยธรรมทางธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: หจก.พรอสเพอร์ เซอร์วิสซัพพลาย.
- ชิษณุ ชาศรีสวัสดิ์. (2555). การรักดีต่อตราสินค้าในธุรกิจเครือข่ายกรณีศึกษา: บริษัท ยูนิ ซิตี. **วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีระศักดิ์ กำบรรณารักษ์, เทพฤทธิ์ วิษณุสิริ. (2546). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ระดับจริยธรรมทางธุรกิจกับในระดับความเครียดของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง. **รายงานการวิจัย**. ภาควิชาจิตวิทยาคณะศิลปศาสตร์: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรุทม์ บุญศรีตัน. (2556). **พุทธอภิปรัชญาความจริงเกี่ยวกับจักรวาลโลกมนุษย์และสังสารวัฏ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: วี. พรินท์.
- พิภพ วังเงิน. (2545). **จริยธรรมวิชาชีพ**. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.
- วศิน อินทสระ. (2529). **จริยศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: เจริญกิจ.
- ศักดิ์ชัย อนันต์ตรีชัย. (2550). **จริยศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจของพระพุทธศาสนานิกายเถรวาท**. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สุภาวดี นัมคณิสร์. (2539). **ธุรกิจกับพุทธจริยศาสตร์**. **วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาพร พิตลบุตร. (2545). **จริยธรรมทางธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด วี.เจ.พรินติ้ง.
- อาบิยะ บริพันธ์. (2539). **ธุรกิจเครือข่าย: พัฒนาการขายตรงที่ก้าวไกล**. **วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์.