

ชื่อวิทยานิพนธ์ จริยธรรมธุรกิจในการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์
 ผู้วิจัย พระมหาวิระเวส พาเจริญ
 ปริญญา อักษรศาสตรมหาบัณฑิต (จริยศาสตร์ศึกษา)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

ศุภกรลักษณ์กีมณฑลี ภาวภูตานนท์, ศศ.บ., อ.ม.

วริยา ชินวรรณ, อ.บ., M.A., Ph.D.

นรินทร์ พันทรกิจ, ค.บ., น.บ., อ.ม.

วันที่สำเร็จการศึกษา 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2540

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงประเด็นปัญหาทางจริยธรรมในการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยพบว่ามี 5 ประการ คือ (1) ให้ข้อมูลด้านเดียว (2) การโฆษณาสินค้าสร้างค่านิยมที่ไม่ถูกต้องแก่สังคม (3) นำเสนอข้อความหรือภาพกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกทางเพศ (4) ใช้เด็กเป็นผู้แสดง (5) โฆษณาแฝงยั่วหรือใช้กำลัง และพบว่า จริยธรรมธุรกิจที่ควรนำมาใช้กับธุรกิจการโฆษณาสินค้ามี 6 ประการ คือ (1) ธรรมซึ่งเป็นจรรยาบรรณในตัวเอง คือ ผู้ประกอบการต้องมองตัวเองใน 2 ฐานะ คือ ฐานะผู้ผลิตและฐานะผู้บริโภค (2) จรรยาบรรณด้านการวางแผนด้านการตลาด เช่นการโฆษณาว่าสินค้าดี ก็ต้องมีดีให้ผู้บริโภคอย่างที่เหมาะสมด้วย (3) สิทธิมนุษยชน คือไม่ฉวยโอกาสรุกรอนสิทธิในการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าต่อผู้บริโภคและสิทธิในความเป็นเจ้าของคลื่นอากาศ (4) ศีลธรรมและความรับผิดชอบ หมายความว่า นักธุรกิจไม่เพียงแต่ไม่ทำความชั่วหรือไม่ทำผิดศีลธรรมเท่านั้น ควรสร้างสรรค์ความดีแก่สังคมและต้องถอนตัวออกจากพฤติกรรมที่ฉาบฉวย (5) นักธุรกิจอยู่ในสังคมและอยู่ในสายตาของมหาชนจึงไม่เพียงแต่ผลิตสินค้าได้มาตรฐานเท่านั้น ควรมีพฤติกรรมที่ดีและควรมีเจตนาร่วมที่ดีต่อการสร้างความดีแก่สังคม โดยงดเว้นสิ่งที่สังคม

ไม่ยอมรับ (6) ความยุติธรรม นักธุรกิจต้องให้ความยุติธรรมแก่ผู้บริโภคเสมอเหมือนกับที่ให้แก่ธุรกิจของตน

นักธุรกิจ นักการโฆษณา ตลอดจนผู้ประกอบการทั้งหลาย ควรมีสำนึกทางจริยธรรมธุรกิจเหล่านี้ และที่สำคัญควรมีสำนึกว่าการทำธุรกิจนี้เป็นไปเพื่อสังคมส่วนรวม เมื่อนักธุรกิจมีสำนึกเช่นนี้ ย่อมสามารถสร้างสรรค์งานโฆษณาได้ ไม่ว่าจะเป็นการบอกข้อมูลด้านเดียวหรืออื่นๆ จนกระทั่งการโฆษณาแฝงยั่วหรือใช้กำลัง และสามารถนำไปออกอากาศผ่านสื่อโทรทัศน์ได้ทุกช่อง ทั้งจะได้ชื่อว่าเป็นการตอบสนองต่อธุรกิจของตน คือสามารถขายสินค้าและสร้างผลกำไรให้อย่างคุ้มค่า ทั้งไม่เป็นการทำลายสังคม โดยที่สังคมก็ได้รับประโยชน์ด้วย

การโฆษณาสินค้าในปัจจุบันส่วนใหญ่ก็ยังอยู่ในลักษณะนี้ แม้ในบางครั้งจะมีโฆษณาบางชิ้นเกินเลยไปบ้าง แต่ก็อยู่ในวิสัยที่ยอมรับกันได้ เพราะเกื้อกูลแก่ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย คือประโยชน์ทางธุรกิจและประโยชน์ทางสังคม

สำหรับการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ ช่อง 3 นั้น ถือว่าเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ ถูกต้องดีงาม เพราะไม่ผิดกฎหมาย อยู่ในขอบเขต ไม่ละเมิดสิทธิของผู้ชม และรักษาผลประโยชน์เชิงธุรกิจของตนไม่ให้สูญเสียไป ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งแก่เจ้าของรายการและอุตสาหกรรมการโฆษณาและผู้ชมก็ได้รับทั้งสาระและความบันเทิงจากการติดตามชมรายการทางช่อง 3