

ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อจริยธรรมของผู้ประกอบการ Corporate Social Responsibility towards Entrepreneurial Ethics

ธัญญารัตน์ เจนชนบ^{1*} และ ภรณี หลาวทอง²

Thanyarat Jenkanob^{1*} and Poranee Loatong²

*Corresponding author, e-mail: pak.thanyarat@hotmail.com

Received: February 15th, 2021; Revised: April 18th, 2021; Accepted: April 19th, 2021

บทคัดย่อ

กระแสโลกาภิวัตน์นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องมองหาหนทางเพื่อปรับเปลี่ยนให้องค์กรอยู่รอดจากการแสวงหาผลกำไรโดยไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมที่ส่งผลโดยตรงต่อภาพลักษณ์และความยั่งยืนขององค์กร บทความนี้จึงมุ่งนำเสนอแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านจริยธรรมทางธุรกิจโดยการนำแนวคิดในเรื่องจริยธรรมมาประยุกต์เข้ากับการดำเนินธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดความศรัทธาสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และรวมไปถึงสาธารณชน โดยการทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งต่างๆ อาทิ ตำรา บทความวิชาการ บทความวิจัย เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และเพื่อศึกษาเชิงประจักษ์ในอนาคต ผลการทบทวนพบว่าตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญโดยตรงต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ และเป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อจริยธรรมของผู้ประกอบการในองค์กรธุรกิจอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม จริยธรรม ผู้ประกอบการ

Abstract

Globalization has led to a change in consumer behavior, which has resulted in businesses looking for ways to transform organizations to survive the pursuit of profit regardless of their social impact. It directly affects the image and sustainability of the organization. This article aims to present the concept of corporate social responsibility (CSR) in business ethics by applying the concept of ethics into business operations to create faith and build confidence among customers

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสมัยใหม่ คณะเทคโนโลยีการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

Student in Master of Business Administration Program in Modern Management, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

Lecturer in Major of Management, Faculty of Management Technology,

Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus

concept of ethics into business operations to create faith and build confidence among customers and the public. There is a systematic review of studies such as textbooks, academic articles, research articles for the benefit of application in corporate social responsibility work and for future empirical studies. The results of the review found that these variables are directly important to the success of business operations and represent the social responsibility of entrepreneurs in a sustainable business organization.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Ethics, Entrepreneurs

บทนำ

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจต่างๆ ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญต่อ “จริยธรรม” กันมากขึ้น เนื่องจากปัญหาต่างๆ อาทิ ปัญหาภาวะโลกร้อน ปัญหาการใช้แรงงานเด็ก ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางรายได้ เป็นต้น การดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นในสังคมแสดงให้เห็นถึงความบกพร่องในการดำเนินธุรกิจ และความเสื่อมโทรมทางศีลธรรม และจริยธรรมของธุรกิจได้อย่างเด่นชัด ทำให้องค์กรธุรกิจหันมาทบทวนบทบาททางด้านธุรกิจที่มีส่วนสร้างให้เกิดปัญหาดังกล่าว โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมาองค์กรทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน รวมไปถึงองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) ได้ออกมาเรียกร้องให้องค์กรธุรกิจต้องดำเนินงานโดยไม่หวังเพียงแค่ผลประโยชน์ทางการเงิน หรือการปฏิบัติตามกฎหมายเท่านั้น แต่ยังต้องให้ความสำคัญและแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกด้วย (Doh *et al.*, 2010 : 1465)

การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในยุคใหม่ต้องคำนึงถึงปัจจัยในการบริหารธุรกิจ โดยต้องคำนึงและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค มุ่งมั่นผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีความรับผิดชอบต่อพนักงานด้วยการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมและรับผิดชอบต่อลูกค้าสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ธุรกิจจะต้องแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการดำเนินธุรกิจด้วยความบริสุทธิ์ ตรวจสอบได้ แสดงให้เห็นถึงความมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อจริยธรรมของผู้ประกอบการ เพื่อให้องค์กรได้ตระหนักและมุ่งพัฒนาองค์กรธุรกิจไปในแนวทางแห่งจริยธรรมที่คำนึงถึงคุณประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอันจะนำพาธุรกิจรวมทั้งเศรษฐกิจและสังคมไทยสู่ความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

วิธีการศึกษา

บทความนี้เป็นการศึกษาวิจัยเอกสาร (documentary research) โดยใช้วิธีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล จากเอกสารโดยศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อจริยธรรมของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ ตำรา รายงานผลการวิจัย บทความจากวารสารสิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมตลอดไปถึงข้อมูลที่ได้จากเครือข่ายระหว่างประเทศ หรืออินเทอร์เน็ต (international network หรือ internet) ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และจัดลำดับข้อมูลในการนำเสนอข้อมูล โดยการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ (documentary systematic review) โดยการทบทวนวรรณกรรมจากบทความวิชาการ และบทความวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสอดคล้องกับความต้องการ

เพื่อให้ได้องค์ความรู้จากงานวิจัยที่ศึกษาตามวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับความต้องการนำมาซึ่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ โดยทำการศึกษาจากฐานข้อมูล Thaijo (<https://www.tci-thaijo.org/>) ผลการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมทำให้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการทบทวนมาทำการวิเคราะห์ และนำมาสรุปในเนื้อหาต่อไป

ความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม (corporate social responsibility) เกิดขึ้นในช่วงของการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ แต่ขาดการให้ความสำคัญในเรื่องของคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ (Iszatt-White and Sauanders, 2014 : 225) จึงก่อให้เกิดแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็นการต่อต้านการดำเนินธุรกิจที่มุ่งหวังแค่ผลกำไรทางการเงินในการประกอบธุรกิจ โดยไม่สนใจผลทางด้านลบที่จะเกิดขึ้นต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง (Mostovicz *et al.*, 2009 : 450) ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมีวิวัฒนาการมาอย่างยาวนานและไม่สามารถที่จะกำหนดความหมายที่แน่ชัดได้ เนื่องจากว่าความหมายเปลี่ยนแปลงไปตามแนวคิดที่เป็นจุดเน้นในแต่ละช่วงเวลาอันเกิดจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสามารถสรุปความหมายและสาระสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมตามทัศนะของนักวิชาการและองค์กร อาทิ

Dahlsrud (2010 : 9) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและการกำกับที่ดีควบคู่ไปกับการดูแลใส่ใจรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ (2555) เป็นนักวิชาการคนสำคัญได้จัดประเภทของงาน CSR ออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน คือ CSR-After-Process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่แยกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการหลักของกิจการ CSR-In-Process เป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการหลักของกิจการหรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม CSR-As-Process เป็นกิจกรรมที่ดำเนินงานโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรให้กับตนเอง ซึ่งจะว่าในแต่ละแนวคิดมีรูปแบบวิธีการดำเนินการและวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน

นพรัตน์ ทองเต็มดวง (2559 : 6) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม คือการดำเนินการด้านจริยธรรมเพื่อการดูแลและใส่ใจกับสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบตัวองค์กร ไม่ว่าจะป็นองค์กรภาครัฐ และภาคเอกชน

Carroll (2016 : 5) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจที่ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม และด้านการกุศล โดยคาดหวังว่าสังคมและองค์กรธุรกิจสามารถที่จะมีจุดยืนร่วมกันได้

ภรณ์ หลาวทอง (2562 : 68) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นกฎเกณฑ์ทางศีลธรรมหรือจริยธรรมที่ผู้บริหารพึงนำมาใช้ในการตัดสินใจ เพื่อดำเนินการบริหารองค์กรและการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจและสังคม ปฏิบัติตามกฎหมาย ดำเนินกิจการที่ถูกต้องชอบธรรม และหลีกเลี่ยงการกระทำที่เป็นอันตรายต่อสังคมควบคู่กับการดำเนินงานขององค์กร

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2564) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการเอื้อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนได้ทุกฝ่ายอย่างเหมาะสมโดยไม่เบียดเบียนฝ่ายใด

กล่าวได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ กระบวนการที่ผู้ประกอบการมุ่งนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรม เพื่อแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะป็นองค์กรภาครัฐ หรือเอกชน และก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ความสำคัญของจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการ

จริยธรรมมาจากคำว่า จริย กับ ธรรมะ จริย หมายถึง ความประพฤติ กิริยาที่ควรประพฤติ ธรรมะหมายถึง คุณความดี คำสั่งสอนในศาสนา หลักประพฤติปฏิบัติในศาสนา ความจริง ความยุติธรรม ความถูกต้อง กฎเกณฑ์ กฎหมาย สิ่งของทั้งหลาย เมื่อพิจารณาตามรูปคำจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้นิยามว่า “จริยธรรม” คือ ธรรมที่เป็น ข้อประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม กฎศีลธรรม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554 : 935)

จากการทบทวนวรรณกรรมมีนักวิชาการได้ให้คำจำกัดความถึงความสำคัญของจริยธรรมของผู้ประกอบการไว้ดังนี้

อนุศาสตร์ สระทองเวียน (2553 : 137) มองว่า หากการดำเนินธุรกิจที่ขาดจริยธรรมนอกจากจะมีผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภค คู่แข่งขันและสังคมแล้วยังครอบคลุมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อพนักงานในองค์กรอีกด้วย เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันเป็นธุรกิจที่เน้นการตอบสนองของลูกค้าและมุ่งผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง ด้วยบริการที่สะดวกรวดเร็ว

ทยากร สุวรรณปักษ์ (2556 : 50) กล่าวว่า การดำเนินการธุรกิจใด หากตั้งอยู่บนพื้นฐานของความซื่อสัตย์สุจริต มีการให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มีการแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับหุ้นส่วนทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม และมีการดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลักแล้ว สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง เมื่อลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการดำเนินการธุรกิจแล้ว ก็จะส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร และนำไปสู่ผลให้การดำเนินงานขององค์กรดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

หรรษมน เพ็งหมาน (2559 : 818) เห็นว่า จริยธรรมนับได้ว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องถือปฏิบัติ เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นการดำเนินกิจการภายใต้กรอบจริยธรรมทางธุรกิจในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและการตัดสินใจ สร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ช่วยปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ สร้างความจงรักภักดีต่อลูกค้า และเพิ่มผลประกอบการทางการเงิน ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายที่องค์กรต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

พิภพ วังเงิน (2559 : 78) กล่าวว่า การให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมของผู้ประกอบการนั้น ยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีส่งผลต่อตำแหน่งทางการค้าขององค์กรธุรกิจ และสร้างความจงรักภักดีที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าและบริการ ซึ่งความภักดีต่อสินค้าและบริการมีผลโดยตรงต่อยอดขายที่กระทบโดยตรงต่อผลกำไร จึงกล่าวได้ว่าจริยธรรมทางธุรกิจคือที่มาของรายได้และความมั่นคงของธุรกิจ

ภรณ์ หลาวทอง (2562 : 81) กล่าวว่า สังคมไทยในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทุกภาคส่วนได้รับประสบการณ์ทั้งในด้านบวกและด้านลบจากองค์กรธุรกิจ โดยทำให้สังคมมองเห็นถึงความเอาใจใส่เปรียบการกระทำที่ไร้ซึ่งจริยธรรมเนื่องจากระบบการบริหารหรือลักษณะการทำงานของผู้บริหารที่มองเห็นแต่การดำรงอยู่ได้ขององค์กรแต่เพียงฝ่ายเดียว ขาดความจริงใจในการดูแลและให้ความสำคัญกับชุมชนและสังคม

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า จริยธรรมทางธุรกิจเข้ามามีบทบาทสำคัญเปรียบเสมือนเส้นทางหลักที่ผู้ประกอบการองค์กรธุรกิจต้องยึดถือและปฏิบัติเพื่อนำพาองค์กรสู่ความมั่งคั่ง ภายใต้การปฏิบัติตามกฎหมายและบริหารงานโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ความสำคัญของจริยธรรมในการประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการ

จริยธรรมเป็นมาตรฐานความประพฤติของมนุษย์ ซึ่งจริยธรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่าง “จรรยา” คือ ความประพฤติ และ “ธรรม” คือ เครื่องจักรรักษาความประพฤติ ฉะนั้นในการประกอบธุรกิจใดก็ตาม ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่ดีจะต้องไม่ใช้ความรู้ความสามารถในทางที่ผิด หากผู้ประกอบการประกอบธุรกิจอย่างไร้จริยธรรม จะส่งผลให้ความเสียหายตกอยู่กับสังคมและประเทศชาติ อย่างไรก็ตามได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความสำคัญและความจำเป็นของการนำจริยธรรมไปประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

เนตร์พัฒนา ยาวีราช (2556 : 79) กล่าวว่า หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจมีหลายหน่วยงานได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) กระทรวงแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมสรรพากร กรมสรรพสามิต กรมศุลกากร ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ที่มีหน้าที่สอดส่องดูแลจริยธรรมของสังคม เป็นต้น

มรกต ศิริวัฒนาโรจน์ (2557 : 95) กล่าวว่า ในการประกอบธุรกิจสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจคือการปฏิบัติตามนโยบายของรัฐ ซึ่งนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ดังนี้ 1) เพื่อมุ่งส่งเสริม เสริมสร้าง จิตสำนึก และค่านิยม ให้ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ภายใต้การเคารพกฎหมาย และกฎระเบียบที่รัฐบาลได้ตั้งไว้ 2) เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการได้ประกอบธุรกิจในงานที่ถูกต้องเหมาะสม เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ 3) เพื่อช่วยควบคุมและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีความสำนึกใจหน้าที่และมีความรับผิดชอบในกิจการของตน 4) เพื่อส่งเสริมและควบคุมการผลิต และการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจได้ในเรื่องของปลอดภัยและการบริการที่ดี 5) เพื่อให้ผู้ประกอบการอาชีพไม่เอาัดเอาเปรียบผู้บริโภค และไม่เห็นแก่ตัว ทั้งนี้ต้องยึดหลักโดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดแก่ผู้บริโภคเสมอ และ 6) เพื่อให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และมีความเอื้อเฟื้อต่อสังคมส่วนรวมมากขึ้น

ภรณ์ หลาวทอง (2562 : 101) กล่าวว่า ในประเทศที่กำลังพัฒนาส่วนใหญ่ต่างประสบปัญหาการทุจริตและประพฤติมิชอบที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการถดถอยของมาตรฐานด้านจริยธรรม การตรวจสอบการกระทำผิด ดังนั้น เพื่อส่งเสริมจริยธรรมตามที่สมาคมการบริหารงานบุคคลระหว่างประเทศ จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) มาตรฐานทางจริยธรรมควรมีความชัดเจน 2) มาตรฐานทางจริยธรรมควรสะท้อนกรอบของกฎหมาย 3) ควรมีการชี้แจงในเรื่องจริยธรรมให้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐทุกคนและควรส่งเสริมการฝึกอบรมในเรื่องจริยธรรม 4) ลูกจ้างและบุคลากรควรรับทราบสิทธิ หน้าที่ และพันธกรณี เมื่อต้องประสบกับปัญหาการกระทำผิดจริง หรือต้องสงสัยว่ากระทำความผิด 5) ผู้ที่เป็นผู้นำทางการเมืองจะต้องประพฤติตนให้เป็นแบบอย่าง ควรส่งเสริมให้มีการออกกฎหมายและระเบียบ 6) กระบวนการตัดสินใจควรมีความโปร่งใส และเปิดให้องค์กรจากภายนอกเข้าไปตรวจสอบได้ 7) ควรมีบทแนะนำที่ชัดเจนสำหรับปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ในการร่วมมือกันปฏิบัติงานระหว่างทั้งสองฝ่าย 8) ฝ่ายผู้บริหารควรแสดงและส่งเสริมการประพฤติตามหลักจริยธรรม และควรกระตุ้นให้เกิดการประพฤติที่ได้มาตรฐานระดับสูง 9) กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ขั้นตอน และแนวปฏิบัติที่สะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจจริงขององค์กรในเรื่องจริยธรรม 10) สร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการประพฤติปฏิบัติตามหลักจริยธรรม การเคารพ

และทำตามหลักพื้นฐานของจริยธรรมในการทำงานจะช่วยให้องค์กรภาครัฐ เป็นองค์กรที่ดำเนินงานด้วยการยึดมั่นในหลักการอย่างจริงจังได้ 11) ควรสร้างกลไกในการตรวจสอบ และ 12) ต้องมีการวางขั้นตอน กระบวนการ และ บทลงโทษที่เหมาะสมสำหรับการจัดการต่อกรกระทำผิด

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างมาต้น สรุปได้ว่า การอยู่ร่วมกันในสังคมนั้น ล้วนแล้วแต่มีความต้องการ ความสันติ ความปลอดภัย ความมั่นคง สุขอนามัยสิ่งแวดล้อม การอาศัยความอุปถัมภ์ค้ำจุนเกื้อกูล ดูแลช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความโอบอ้อมอารีต่อกัน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันในสังคมระหว่างหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการ เพื่อให้สังคมธุรกิจเป็นสังคมที่มีคุณความดี ความยุติธรรม และมีความถูกต้อง สังคมจึงต้องกำหนดมาตรการปกป้องและรักษาให้คงเป็นสังคมที่ดีหรือเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมที่ดี โดยปลูกฝังจริยธรรม คือ ความประพฤติหรือปฏิบัติที่ถูกต้องชอบธรรม

องค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมนำมาซึ่งความเป็นมาตรฐานทางจริยธรรม โดยทั่วไปนั้นผู้ประกอบการมักจะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ พบว่า จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ สามารถจำแนกองค์ประกอบออกเป็น 6 ด้าน (ภรณ์ หลาวทอง, 2562 : 6; สมคิด บางโม, 2558 : 225) ดังนี้

1) ด้านความซื่อสัตย์ (honesty) เป็นการยึดหลักความจริง ตรงไปตรงมา แสดงถึงการเปิดเผยข้อมูล การไม่ลักลอบผลงานลิขสิทธิ์ของผู้อื่น การมุ่งมั่นปฏิบัติตามคำมั่นสัญญายึดกฎระเบียบความถูกต้องเป็นที่ตั้ง และการไม่ล่อลวงประพฤติดัดต่างๆ

2) ด้านความยุติธรรม (justice) ยึดความถูกต้องความเท่าเทียมกัน ครอบคลุมถึงความเสมอภาค การไม่เลือกปฏิบัติ การให้สิ่งที่ดีมีคุณภาพ สินค้าและบริการคุ้มค่าใช้จ่ายสมเหตุสมผล การแข่งขันทางธุรกิจอย่างตรงไปตรงมา

3) ด้านความรับผิดชอบ (responsibility) เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ ในการดำเนินการใดๆ ที่มุ่งประโยชน์สูงสุดต่อผู้ที่เกี่ยวข้องดังกล่าวให้ได้ตามวัตถุประสงค์ ไม่ทอดทิ้งทอดทิ้งภาระงาน รมัตระวังในการดำเนินการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความทุกข์ยากของผู้อื่น ต่อตนเอง องค์กร และสังคมที่เกี่ยวข้อง

4) ด้านความน่าเชื่อถือ (trust) เป็นการแสดงหรือสร้างความยอมรับนับถือในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะแสดงความน่าเชื่อถือต่อพนักงาน ลูกค้า และสังคม

5) ด้านการเคารพสิทธิของบุคคล (respect the rights) เป็นการคำนึงถึงผลประโยชน์และสิทธิของบุคคลอื่นเป็นสำคัญ ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น

6) ด้านการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อม (environment) คือการทำนุและบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมให้คงทน โดยไม่ดำเนินการใดๆ ที่จะทำลายสภาพแวดล้อมนั้นๆ

ภัชราพร ช่างแก้ว และคณะ (2558 : 113) กล่าวว่า การที่ผู้ประกอบการมีจริยธรรมเป็นองค์ประกอบในการบริหารงานนั้นมีส่วนสำคัญในการประกอบการตัดสินใจลงทุนจากผู้ถือหุ้นอย่างมาก ทั้งนี้องค์กรควรรักษา รูปแบบการปฏิบัติงานขององค์กรตามแนวทางจริยธรรมธุรกิจอยู่เสมอโดยต้องมีการประเมินผลการดำเนินงานและให้รางวัลเพื่อเป็นการยกย่องชมเชยและให้กำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงานดีเด่นที่พร้อมทั้งความสามารถและคุณธรรมจริยธรรม

ทั้งนี้ อนิวัช แก้วจางงค์ (2558 : 209) เห็นว่า หากผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอยู่ภายใต้กฎระเบียบที่ถูกต้องและชัดเจนแล้วนั้น จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง แต่ในการล่มสลายของหลายๆ องค์การธุรกิจ ล้วนแล้วแต่มีส่วนเกี่ยวข้องเนื่องกับการดำเนินธุรกิจที่ไม่โปร่งใส ขาดการนำหลักจริยธรรมมาใช้ แน่แน่นอนว่าหากผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจโดยไม่มีจริยธรรม ไม่มีการคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ที่มีส่วนร่วมในสังคมที่ธุรกิจตั้งอยู่ ก็จะทำให้หลายธุรกิจนั้นในที่สุดเช่นกัน

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ สุจริต เคารพสิทธิของผู้อื่น ดำเนินธุรกิจภายใต้กฎระเบียบที่ถูกต้องและชัดเจน รวมไปถึงการทำนุบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความยั่งยืนภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับที่รัฐบาลตั้งไว้

จริยธรรมของผู้ประกอบการ

ปัจจุบันหลายหน่วยงานได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการภายใต้หลักจริยธรรมมากขึ้น นักวิชาการได้อธิบายความหมายของจริยธรรมของผู้ประกอบการไว้หลากหลาย อาทิ

พรนพ พุกกะพันธ์ (2554 : 56) ได้ให้ความหมายของจริยธรรมทางธุรกิจ (business ethics) หมายถึง มาตรฐานทางศีลธรรมและจริยธรรมโดยทั่วไปของบุคคลในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม การสร้างความเชื่อใจให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะส่งผลให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน และการพิจารณาถึงความสัมพันธ์และผลกระทบของธุรกิจที่เกิดขึ้นกับผู้เกี่ยวข้องและสิ่งแวดล้อมจะนำไปสู่หลักปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งองค์กรธุรกิจที่มีจริยธรรมและความซื่อสัตย์จะนำประโยชน์สูงสุดสู่สังคมโลกอย่างแท้จริง (Thompson, 2017) โดยจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้ ความซื่อสัตย์ (honesty) ความยุติธรรม (justice) ความรับผิดชอบต่อสังคม (responsibility) ความน่าเชื่อถือ (trust) การเคารพสิทธิของบุคคล (respect the rights) และการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อม (environment) (ทยากร สุวรรณพิทักษ์, 2556 : 53)

จากความหมายของจริยธรรมของผู้ประกอบการที่กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า จริยธรรมของผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจ โดยการประพฤติตามหลักศีลธรรมอันดีงามเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้นๆ ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากสำหรับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณค่าและความเชื่อมั่นให้กับองค์กรและธุรกิจอันจะส่งผลให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมของผู้ประกอบการ มีข้อค้นพบ ดังนี้ (ประชา เทศพานิช, 2563 : 139) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นจริยธรรมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับโทรทัศน์ดาวเทียมในประเทศไทย พบว่าจริยธรรมเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในการกำหนดพฤติกรรมของผู้ประกอบการซึ่งส่งผลต่อการให้บริการสาธารณะส่วนหลักพุทธธรรมที่ในการพัฒนาจริยธรรมของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ดาวเทียมในประเทศไทยได้แก่ หลักพรหมวิหาร 4 หลักสัมมาทิฐิ หลักสัมมาสังกัปปะ หลักสัมมาวาจา และหลักวาจาสุภาสิต 4 ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาจริยธรรมด้านสื่อสารมวลชนของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ดาวเทียมในประเทศไทยเพื่อให้องค์กรหน่วยงานเป็นไปอย่างมีคุณธรรมและประสิทธิภาพควรวีดิถือหลักการจริยธรรมในทางที่ถูกต้อง (อำพล ชะโยมชัย, 2562 : 42) ศึกษาเปรียบเทียบตัวแบบผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้ประกอบการฐานชุมชน : การใช้ตัวแบบสมการโครงสร้างในจังหวัดร้อยเอ็ดและเพชรบูรณ์ พบว่า แบบสมการโครงสร้างของทั้งสองจังหวัดสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเรื่องผู้นำเชิงจริยธรรมได้ โดยเน้นการพัฒนาเครือข่ายความสัมพันธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคม และ

ความค้ำึงถึงสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ (Ginting, 2016 : 1030) พบว่า ผู้ประกอบการที่จะสร้างความสำเร็จในองค์กรและเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับพนักงานได้ ต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ภาครัฐ ชุมชน ผู้จัดท้าวัดดุติบ ผู้ส่งสินค้า ผู้ซื้อหรือลูกค้า สมาคมทางการค้า และองค์กรขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้อง (Dion, 2012 : 11) ศึกษาทฤษฎีทางจริยธรรม พบว่า ลักษณะผู้นำเชิงจริยธรรมมีความเชื่อมโยงอยู่กับหลักทางจริยธรรมหลายด้าน เช่น ความรับผิดชอบต้อผู้อื่น (Zheng *et al.*, 2011 : 651) ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นผู้นำเชิงจริยธรรม โดยประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องจะมุ่งเน้นในด้านความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ มุมมองสาธารณะ และผลประโยชน์ต้อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ (Amisano, 2017 : 109) กล่าวว่า ผู้นำเชิงจิตวิญญาณ มีแนวโน้มใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อม จะสร้างบรรยากาศให้พนักงานตระหนักและแสดงออกในการดูแลสิ่งแวดล้อมและเข้าใจผลกระทบของธุรกิจต้อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการร่วมมือกันรับผิดชอบการดำเนินงานทางธุรกิจที่มีผลต้อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Gao and He, 2017 : 299) พบว่า ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความรับผิดชอบต้อสังคมกับผู้นำเชิงจริยธรรม ดังนั้น จากการวิเคราะห์วรรณกรรมข้างต้นสรุปได้ว่า จริยธรรมของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่ส่งผลบวกต้อความรับผิดชอบต้อสังคม

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นสิ่งสำคัญต้อการบรรลุความสำเร็จของธุรกิจ หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต้อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้นคือ ผู้ประกอบการ เนื่องด้วยผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดทิศทางนโยบาย และเป็นผู้ขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ ผู้ประกอบการจึงควรมีแนวทางการดำเนินงานที่ดีมีความพร้อมในการพัฒนาและสร้างความก้าวหน้า นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (ปีทมา อินทรจันทร์ และพลูธิยา ธีระชัยศิริกุล, 2562 : 289) และเห็นว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเครื่องมือของผู้บริหารในการจัดลำดับความสำคัญในการตรวจสอบความแข็งแกร่งขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายที่สำคัญผู้ประกอบการธุรกิจมีโอกาสนในการเกิดความสำเร็จได้มาก เนื่องจากโครงสร้างขององค์กรเรียบง่ายทำให้ตัดสินใจได้ง่ายและรวดเร็ว การเสนอสินค้าหรือบริการที่ถูกใจลูกค้าเฉพาะราย ทำได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีคุณสมบัติทั้งด้านที่เป็นศิลป์และด้านความรู้ที่เป็นศาสตร์ เช่น ต้องมีแรงผลักดัน มีแรงจูงใจในการทำงานเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้นและรับผิดชอบงาน มีสติปัญญาดี มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีแนวคิดในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงธุรกิจให้ตรงต้อความต้องการของผู้บริโภค มีข้อมูลที่ทันสมัยสอดคล้องกับสภาวะปัจจุบันและมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล ซึ่งปัจจัยสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (ชุตภาพร สุวรรณวงษ์, 2556 : 28) ประกอบไปด้วย

1. สภาพความเป็นไปทางการเงิน โดยทั่วไปสภาพความเป็นไปทางการเงิน คือ กำไรจากการประกอบธุรกิจ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ดีที่สุดของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยผู้ประกอบการที่มุ่งหวังจะประสบความสำเร็จ ก็จะพยายามทำทุกวิถีทางให้ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. การตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ เนื่องจากลูกค้ามีความต้องการในแต่ละธุรกิจที่แตกต่างกัน ซึ่งการตอบสนองความต้องการจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยที่ส่งผลต้อการตอบสนองของลูกค้ามี 2 ด้าน คือ การมีความรู้ลึกต้อความไวต้อความต้องการของลูกค้า และความรวดเร็วทันท่วงทีในการสนองต้อความต้องการของลูกค้า

3. การสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและมีความแตกต่างจากคู่แข่ง จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตามแม้ว่าปัจจุบันธุรกิจจะมีการแข่งขันกันอย่าง

รุนแรง ผู้ประกอบการก็จำเป็นต้องพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว เพราะหากธุรกิจใดดำเนินการล่าช้าก็จะส่งผลทำให้ลูกค้าเปลี่ยนไปสนใจธุรกิจหรือคู่แข่งอื่นที่สามารถพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น

เนื่องจากปัจจัยแห่งความสำเร็จในปัจจุบัน การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรธุรกิจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ คู่ค้า ลูกค้า ผู้แทนจำหน่าย เป็นต้น รวมไปถึง ชุมชน รัฐบาล กลุ่มกิจกรรมสื่อมวลชน ตลอดจนองค์กรต่างๆ ซึ่งแต่ละกลุ่มล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้ประสบความสำเร็จ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ มีข้อค้นพบดังนี้ สิ่งสำคัญในการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อมุ่งมั่นในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นจะแสดงให้เห็นถึงความสำคัญต่างๆ ในการประกอบธุรกิจที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่ทำให้สังคมได้รับผลกระทบและได้รับความเดือดร้อน ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม (สมทบแก้วเชื้อ และคณะ, 2562 : 33) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล พบว่า ในการดำเนินธุรกิจออนไลน์ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาและค้นหาความต้องการของลูกค้า เมื่อทราบความต้องการของลูกค้าแล้วจะต้องตอบสนองความต้องการทันที ทั้งนี้เพื่อให้เกิดโอกาสทางการตลาดอย่างรวดเร็ว จะเห็นว่าเมื่อมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้กับกลยุทธ์ทางการตลาดตามภาวะตลาด จะช่วยให้เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และนำไปสู่การเพิ่มยอดขายและขยายตลาดมากขึ้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ธุรกิจตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เกิดการสื่อสารทางบวกแบบปากต่อปาก มีการบริโภคซ้ำ และมีความภักดีต่อแบรนด์ (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์, 2558 : 47) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ 5 ประการในการดำเนินกิจการโทรทัศน์ดิจิทัล คือ เงินทุน เนื้อหา พันธมิตรทางธุรกิจ พฤติกรรมผู้ชมและเทคโนโลยี ผู้ประกอบการจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบและต้องวางแผนกลยุทธ์ที่สามารถดึงดูดผู้ชมให้มาสนใจรายการของตนอย่างต่อเนื่อง (ปวีริชา จันทรอุดม และจรัญญา ปานเจริญ, 2562 : 141) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจออนไลน์: กรณีศึกษาของธุรกิจความงามและสุขภาพ พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ คือ ด้านชื่อเสียง และด้านความพึงพอใจ

บทสรุป

ในแง่ของการดำเนินธุรกิจสิ่งสำคัญที่สุดหรือเป้าหมายที่สำคัญที่สุด นั่นคือ การมุ่งหวังผลกำไร ผลตอบแทนและส่วนแบ่งทางการตลาด ด้วยการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างไรก็ตามรูปแบบกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่นำมาใช้นั้นต้องไม่นำมาซึ่งการเอาเปรียบเบียดเบียนผู้บริโภคและคู่แข่ง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรม เมื่อผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจภายใต้กฎระเบียบอย่างถูกต้องและชัดเจน การประกอบธุรกิจก็จะเกิดประสิทธิภาพและส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในทางกลับกันหากธุรกิจดำเนินธุรกิจที่ไร้ซึ่งคุณธรรม ไม่มีความโปร่งใส ขาดการนำหลักจริยธรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ดำเนินธุรกิจด้วยความเห็นแก่ตัวและเห็นแก่ประโยชน์ของตนเองและของธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งท้ายที่สุดแล้วธุรกิจเหล่านั้นอาจนำไปสู่การล่มสลายในที่สุด ดังนั้นปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็น

การแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อประเทศชาติ และต่อส่วนรวม หากผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อสังคมก็จะส่งผลให้ผู้ประกอบการนั้นมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ เป็นการแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อพื้นฐานของควมมีจริยธรรมและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ อีกทั้งยังสามารถลดความจำเป็นที่รัฐต้องออกกฎข้อบังคับและระเบียบต่างๆ เพิ่มขึ้น รวมทั้งยังช่วยลดการทำลายสิ่งแวดล้อม และช่วยปกป้องผู้ประกอบการเกิดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้มากขึ้น

นอกจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว จริยธรรมยังมีผลต่อการทุ่มเทของพนักงาน ความไม่ย่อท้อ ในการทำงาน ก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกที่เกิดจากการประเมินการทำงานธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็ทางด้านอารมณ์ จิตใจ ด้านกระบวนการคิดที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่ความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงาน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมโดยอยู่บนพื้นฐานของควมมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ เคารพสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภายใต้เงื่อนไขที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็ด้านสภาพ ด้านผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าของธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จเกิดความมั่นคงอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- ชูดาทพร สุวรรณวงษ์. (2556). *กลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจที่พักในเขตอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทยาการ สุวรรณปักษ์. (2556). จริยธรรมทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดมุกดาหาร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(1), 46 - 66.
- นพรัตน์ ทองเต็มดวง. (2559). *ความรับผิดชอบต่อสังคมของรัฐวิสาหกิจไทย : กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในภาคใต้ตอนล่าง*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2556). *จริยธรรมธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปวีรีสา จันทรอุดม และจรัญญา ปานเจริญ. (2562). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจออนไลน์: กรณีศึกษาของธุรกิจความงามและสุขภาพ. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 33(106), 141 - 153.
- ปัทมา อินทรจันทร์ และสุลลียา อีระธัญศิริกุล. (2562). ปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 11(1), 289 - 303.
- ประชา เทศพานิช. (2563). แนวทางการพัฒนาจริยธรรมของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ดาวเทียมในประเทศไทยเชิงพุทธบูรณาการ. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์*, 16(2), 139 - 153.
- พรนพ พุกกะพันธ์. (2554). *จริยธรรมทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ป. สัมพันธ์พาณิชย์.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2555). *ตั้งไข่ให้ CSR* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2564, จาก : https://www.pipat.com/2012/05/csr_10.html.
- พิภพ วังเงิน. (2559). *จริยธรรมทางธุรกิจ = Business ethics*. กรุงเทพฯ : รวมสาสน์.
- ภรณ์ หลาวทอง. (2562). *เอกสารประกอบการสอนวิชาจริยธรรมทางธุรกิจ*. สุรินทร์ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์.
- ภัชราพร ช่างแก้ว, จิตติเมธ โภคชัย, นภาพร ไชยขันแก้ว, สุภัทรา สุขชู. (2558). *8 เขียนหุ่นหมื่นล้านเขาทำได้...คุณก็ได้*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

- มรกต ศิริวัฒนาโรจน์. (2557). การทุจริตในการบริหารโรงพยาบาลภาครัฐของไทย : ศึกษาการบริหารยุทธศาสตร์ เพื่อป้องกันการทุจริต. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง*, 2(1), 83 - 97.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. (2558). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจโทรทัศนิจิทัล. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 32(1), 47 - 62.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2564). *บทนำ CSR* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2564, จาก : <https://www.sdperspectives.com/csr/csr-2564>.
- สมคิด บางโม. (2558). *จริยธรรมทางธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒนา.
- สมทบ แก้วเชื้อ, บัณฑิต ผังนิรันดร์, ธนพล ก่อฐานะ. (2562). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม*, 15(2), 33 - 44.
- หรรษมน เฟื่องหวาน. (2559). จริยธรรมทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(1), 815 - 828.
- อนิวัช แก้วจำนงค์. (2558). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). สงขลา : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อนุศาสตร์ สระทองเวียน. (2553). ธุรกิจค้าปลีกประเทศไทย. *วารสารนักบริหาร*, 30(3), 134 - 142.
- อำพล ชะโยมชัย. (2562). การศึกษาเปรียบเทียบตัวแบบผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้ประกอบการฐานชุมชน: การใช้ตัวแบบสมการโครงสร้างในจังหวัดร้อยเอ็ดและเพชรบูรณ์. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 33(106), 30 - 44.
- Amisano, D. (2017). *The Relationship Between Ethical Leadership and Sustainability in Small Businesses*. Doctoral Dissertation for Doctor of Business Administration. Walden University.
- Carroll, A. B. (2016). Carroll's Pyramid of CSR : Taking Another Look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 2016(1 : 3), 1 - 8.
- Dahlsrud, A. (2010). How Corporate Social Responsibility is Defined : an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, 1 - 13.
- Dion, M. (2012). Are Ethical Theories Relevant for Ethical Leadership?. *Leadership & Organization Development Journal*, 33(1), 4 - 24.
- Doh, J. P., Howton, S. D., Howton, S. W., Siegel, D. S. (2010). Does the Market Respond to an Endorsement of Social Responsibility? The Role of Institutions, Information, and Legitimacy. *Journal of Management*, 36(6), 1461 - 1485.
- Gao, Y. and He, W. (2017). Corporate Social Responsibility and Employee Organizational Citizenship Behavior : The Pivotal Roles of Ethical Leadership and Organizational Justice. *Management Decision*, 55(2), 294 - 309.
- Ginting, G. (2016). Modeling business responsibility of SMEs: A study based on the stakeholder approach. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 24(3), 1025 - 1038.
- Iszatt-White, M. and Saunders, C. (2014). *Leadership*. Oxford : Oxford Press.

- Mostovicz, I., Kakabadse, N., Kakabadse, A. (2009). CSR : The Role of Leadership in Driving Ethical Outcomes. *Corporate Governance International Journal of Business in Society*, 9(4), 448 - 460.
- Thompson, M. (2017). *Truth and Transparency : The Importance of Ethics in Finance* [Online]. Retrieved December 16th, 2020, Available : <https://www.business.com/articles/are-you-sending-clients-the-wrong-message-when-it-comes-to-ethics>.
- Zheng, Q., Wang, M., Li, Z. (2011). Rethinking Ethical Leadership, Social Capital and Customer Relationship. *Journal of Management Development*, 30(7/8), 663 - 674.