

ผลกระทบของจริยธรรมในการประกอบธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงาน
ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก
Effects of Business Ethics on Performance of Small and Medium Entrepreneurs in
Phitsanulok Province

ศุภนารี พิรส* จงกมล เพชรสุข² และชนเมศ เพชรประดิษฐ์³

Supanaree Piros* Jongkol Phetsuk² and Chonnamet Phetpradit³

Received : October 27, 2020 Revised : December 1, 2020 Accepted : December 16, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาจริยธรรมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก 2) เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของจริยธรรมในการประกอบธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก จำนวนทั้งสิ้น 311 คน โดยทำการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม 5-Likert Scales สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัย พบว่า จริยธรรมในการประกอบธุรกิจมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน โดยจำแนกองค์ประกอบของจริยธรรมในการประกอบธุรกิจมีผลการศึกษาดังนี้ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านการสร้างความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงควรให้ความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งการจัดจำหน่ายที่อยู่บนพื้นฐานของการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และให้ความสำคัญถึงการประกอบธุรกิจภายใต้การมีจริยธรรมในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจเกิดภาพลักษณ์ที่ดีและมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ผลการดำเนินงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

* อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

* Lecturer, Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

² Assistant Professor, Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

³ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

³ Bachelor Student, Bachelor Degree of Business Administration, Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The research objectives were 1) to study the business ethics of small and medium entrepreneurs in Phitsanulok province 2) to study performance of small and medium entrepreneurs in Phitsanulok province 3) to study the effect of business ethics on performance of small and medium entrepreneurs in Phitsanulok province. The samples were 311 entrepreneurs in Phitsanulok province by purposive sampling. The research tool was questionnaires that five likert's scales. The statistics employed percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis in data analyzing. The results found that business ethics influenced on firm performance. Integrity, and public spiritedness accountability positively influenced on firm performance. Therefore, the managers of small and medium business enterprises should concentrate on conducting their business by developing products, services, and distribution, based on professional ethics. Also, they should aware of business operation under operating ethics to make their businesses have a good image and efficient performance.

Keywords : Business Ethics, Performance, Small and Medium Business Enterprise

1. บทนำ

ภายใต้ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศไทย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise : SME) เป็นหน่วยธุรกิจที่ขับเคลื่อนภาคเศรษฐกิจของประเทศที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากปัจจุบันจำนวนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 99 ของธุรกิจในประเทศไทยทั้งหมด ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญต่อกลไกระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในเรื่องของการสร้างความเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ และการลดปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม (Beck, Demircuc-Kunt & Levine, 2005 : 52) โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นทำให้ประชาชนโดยทั่วไปมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดความต้องการของตลาดแรงงานในการจ้างแรงงานมาช่วยในการดำเนินการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อีกทั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังเป็นแหล่งปัจจัยการผลิตในการสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ด้วยเช่นกัน ในยุคของสังคมในปัจจุบันที่มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จึงเกิดการแข่งขันในภาคธุรกิจอย่างรุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการต้องแสวงหาโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างก้าวกระโดด เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

ในปี 2560 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) มีการขยายตัวเท่ากับ 15,452,882 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 เป็นจำนวน 919,407 ล้านบาท ซึ่ง GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในปี 2560 มีมูลค่า 6,551,718 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 5.10 เติบโตขึ้นจากปีก่อนที่ขยายตัวร้อยละ 4.90 และมีสัดส่วนต่อ GDP ในภาพรวมทั้งประเทศคิดเป็นร้อยละ 42.40 โดยพิจารณา มูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจ พบว่า วิสาหกิจขนาดย่อมมีมูลค่า GDP เท่ากับ 4,637,330 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30 อัตราการขยายตัวจากปี 2559 เท่ากับร้อยละ 5.60 และวิสาหกิจขนาดกลางมีมูลค่า GDP เท่ากับ 1,914,388 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 12.40 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวจากปี 2559 เท่ากับร้อยละ 3.90 ซึ่งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคาดว่าแนวโน้มในปี 2563 GDP จะมีการขยายตัวในอัตราร้อยละ 2.70 - 3.20 ในขณะที่การขยายตัวของ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะอยู่ที่ร้อยละ 3 - 3.0 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560 : เว็บไซต์)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากครอบคลุมทั้งภาคการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริการ ซึ่งภายในจังหวัดพิษณุโลกมีจำนวนธุรกิจดังกล่าวเป็นจำนวนมาก จังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการดำเนินการธุรกิจอย่างเข้มแข็งภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดเกี่ยวกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในเขตภาคเหนือตอนล่าง และยังเป็นศูนย์กลางของภาคเหนือตอนล่างเชื่อมโยงภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่สำคัญ จริยธรรมในการประกอบธุรกิจเป็นแนวทางในการปฏิบัติขององค์กรธุรกิจ เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการตัดสินใจผิดพลาด หากองค์กรธุรกิจมีการนำจริยธรรมในการประกอบธุรกิจมาใช้ในการดำเนินธุรกิจจะทำให้สามารถลดปัญหาที่องค์กรธุรกิจเผชิญ อีกทั้งสามารถลดภาระหน้าที่ของผู้บริหารในการจัดองค์กรอีกด้วย (Enofe, Ogbeide, & Julius, 2015 : 140) ภาคธุรกิจในยุคของการแข่งขันสูงนั้น ธุรกิจต่าง ๆ ต้องมีการบริหารจัดการที่ควรคำนึงถึงหลักจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ตลอดจนความรับผิดชอบต่อบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กร ความรับผิดชอบต่อในการรักษา และไม่ทำลายสภาพแวดล้อมของสังคม นอกจากนี้ ยังต้องให้ความสำคัญถึงการดำเนินการธุรกิจด้วยความโปร่งใส และพร้อมจะให้ประชาชนโดยทั่วไปเข้าไปตรวจสอบ หลักจริยธรรมในการประกอบธุรกิจจึงมีความสำคัญกับการดำเนินการของภาคธุรกิจเป็นอย่างมาก (Nuseir & Ghandour, 2019 : 594) การดำเนินงานภายใต้กระแสของเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่สามารถหลีกเลี่ยงในเรื่องของจริยธรรมในการประกอบธุรกิจได้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบต่าง ๆ ในเชิงลบซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ และขยายวงกว้างมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา ดังนั้นในการประกอบธุรกิจผู้ประกอบการธุรกิจจึงต้องมีหลักจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีความสำคัญที่ทำให้การประกอบธุรกิจเป็นไปได้อย่างดี และตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด จริยธรรมในการประกอบธุรกิจนั้นประกอบด้วยจริยธรรมในด้านต่าง ๆ หลายด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างค่านาเชื่อถือ ด้านการสร้างภาพโปร่งใส ภาคธุรกิจต้องนำมาพิจารณาและให้ความสำคัญ เนื่องจากความรู้สึกของผู้บริโภคในสังคมมีส่วนผลักดันให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ ในกรณีนี้ องค์กรธุรกิจจะดำรงอยู่ได้ในสถานการณ์ทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง จึงต้องมีส่วนในการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจในทิศทางที่ขัดกับหลักจริยธรรม และส่งเสริมให้มีการพัฒนาสังคมควบคู่กับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรธุรกิจเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจ จึงเป็นที่มาที่ทำให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับประเด็นของจริยธรรมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก

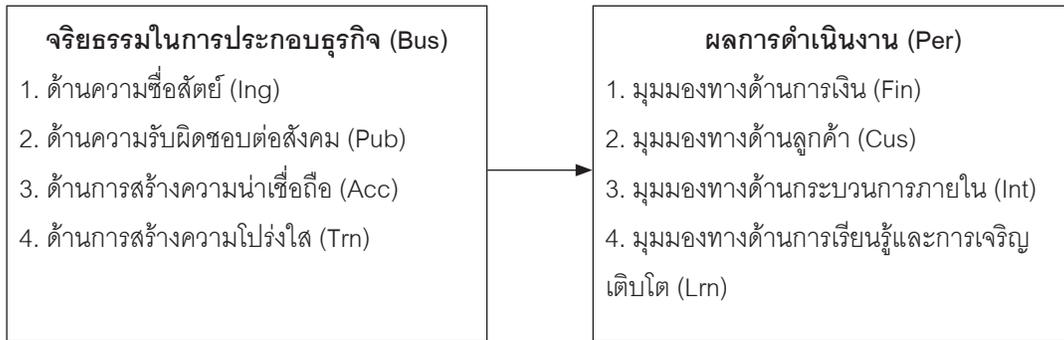
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาจริยธรรมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ จริยธรรมในการประกอบธุรกิจถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ในข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยจริยธรรมในการประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน



2.1 จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ (Business Ethics)

Sexty (2011) ได้ให้นิยามของคำว่า จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ (Business Ethics) หมายถึง กฎเกณฑ์ มาตรฐาน จรรยาบรรณหรือหลักการที่ให้แนวทางปฏิบัติตามหลักศีลธรรม พฤติกรรมที่มีความเหมาะสมในการตัดสินใจด้านการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร อีกทั้ง McMurrin (2006 : 16) กล่าวว่า จริยธรรมทางธุรกิจมีส่วนช่วยในการทำกำไรให้แก่องค์กรธุรกิจ โดยการลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางธุรกิจ โดยการสร้างรากฐานของความไว้วางใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีส่วนร่วมในพัฒนาและให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในการทำงานในรูปแบบที่มิให้ประสบความสำเร็จ และการรักษาทุนทางสังคมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์ขององค์กร

โดยสรุป จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ (Business Ethics) หมายถึง มาตรฐานทางศีลธรรม มาตรฐานทางจริยธรรมโดยทั่วไปของบุคคลที่นำไปใช้กับธุรกิจเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมความไว้นั้นเชื่อใจ กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้น ๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความมั่นคง และยั่งยืนขององค์กรธุรกิจในอนาคต

Ogbari และคณะ (2016 : 51-52) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ โดยในการศึกษานั้นได้ทำการแบ่งจริยธรรมในการประกอบธุรกิจออกเป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้

2.1.1 ด้านความซื่อสัตย์ (Integrity) หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่มีแนวทางปฏิบัติที่ยึดหลักความเป็นจริง การเปิดเผยข้อมูลที่ตรงไปตรงมา การไม่ขโมยผลงานหรือลิขสิทธิ์ การปฏิบัติตามภารกิจต่าง ๆ ตามคำมั่นสัญญา โดยการยึดกฎระเบียบและความถูกต้อง ไม่หลอกลวง ข้อฉล ในการผลิตจะต้องมีคำแนะนำอย่างเปิดเผยที่ตัวผลิตภัณฑ์ ทั้งการแสดงคุณสมบัติ ส่วนประกอบต่าง ๆ สรรพคุณ และประโยชน์ที่เป็นจริงต่อกลุ่มลูกค้าและผู้บริโภค อีกทั้งข้อห้ามข้อควรระวังต่าง ๆ ในการใช้ผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความอันตรายต่อทั้งผู้ใช้และผู้ที่อยู่ใกล้ชิด

2.1.2 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Public Spiritedness) หมายถึง การดำเนินงานหรือกิจกรรมใด ๆ ที่มุ่งประโยชน์สูงสุดต่อผู้ที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีการดำเนินการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความเดือดร้อนของผู้อื่น หรือสร้างความเสียหายต่อองค์กร สังคม ซึ่งองค์กรธุรกิจจะต้องแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้า พนักงาน และสังคมโดยมีการดำเนินงานที่อยู่บนพื้นฐานของการกระทำที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อทุกส่วนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน

2.1.3 ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ (Accountability) หมายถึง การสร้างเกียรติยศ และศักดิ์ศรีขององค์กรธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจควรสร้างความยอมรับนับถือในภาคธุรกิจ และสังคม ซึ่งจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผู้ประกอบการธุรกิจ

2.1.4 ด้านการสร้างโปร่งใส (Transparency) หมายถึง การดำเนินงานที่มีความถูกต้องและมีความเท่าเทียมกัน โดยยึดหลักของความยุติธรรมซึ่งจะครอบคลุมถึงความเสมอภาค การไม่เลือกปฏิบัติ การผลิต

ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสู่ผู้บริโภค การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสมเหตุสมผล และมีการแข่งขันทางธุรกิจอย่างตรงไปตรงมา

2.2 ผลการดำเนินงาน (Performance)

Kaplan และ Norton (1992) ได้เสนอแนวคิดพื้นฐานของการวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ที่มีการประเมินระบบการบริหารงานขององค์กรทั่วทั้งองค์กร ซึ่งเป็นการจัดหาแนวทางในการแก้ไขและปรับปรุงผลการดำเนินงาน โดยพิจารณาจากผลที่เกิดขึ้นของกระบวนการทำงานภายในองค์กร และผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร นำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีการพิจารณาวัตถุประสงค์ประกอบ 4 มุมมอง ได้แก่

2.2.1 มุมมองทางการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง ผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรเป็นผลลัพธ์จากการดำเนินงานตามกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งปัจจัยที่ใช้วัดผลสำเร็จทางการเงิน เช่น การเพิ่มของรายได้ การลดต้นทุนในการดำเนินงาน รวมถึงผลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ จากการลงทุน

2.2.2 มุมมองทางด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง การพิจารณาถึงคุณค่าของลูกค้าว่าสิ่งใดเป็นปัจจัยที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งทำให้ลูกค้าหันมาให้ความสนใจหรือใช้บริการกับองค์กร เช่น คุณภาพ ราคา การบริการ การตรงต่อเวลาในการส่งมอบ ดัชนีที่ใช้ในการวัดหรือประเมินด้านลูกค้า ได้แก่ จำนวนลูกค้า ปริมาณสินค้าที่ขายได้ รวมถึงการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และการรักษาลูกค้ารายเก่า

2.2.3 มุมมองทางด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Perspective) หมายถึง การพิจารณาการดำเนินงานภายในและห่วงโซ่แห่งคุณค่า เป็นการพิจารณาว่ามีกระบวนการภายในอะไรบ้างที่ก่อให้เกิดคุณค่าแก่องค์กร ซึ่งมุมมองทางด้านกระบวนการดำเนินงานภายในองค์กร ประกอบด้วย กระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญ ได้แก่ นวัตกรรม การดำเนินการ และการบริการหลังการขาย

2.2.4 มุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and Growth Perspective) หมายถึง การพิจารณาในด้านที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรหรือระบบซึ่งหากพบว่ายังมีจุดที่ไม่พร้อม องค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนา ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจของพนักงาน การธำรงรักษาพนักงาน และผลิตภาพและประสิทธิภาพของพนักงาน

จากการศึกษางานวิจัยโดยส่วนใหญ่ พบว่า การใช้ Balanced Scorecard มาใช้ในการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนน้อยมาก (Basuony, 2014 : 16) จึงเป็นที่มาของการใช้การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพมาเป็นตัวแปรตามในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ให้ความหมายของผลการดำเนินงาน (Performance) หมายถึง การประกอบธุรกิจที่ดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา โดยองค์กรธุรกิจสามารถกำหนดเป้าหมายและดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ เช่น รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ยอดขายเพิ่มขึ้น ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง กระบวนการจัดการภายในองค์กรมีประสิทธิภาพ และกระบวนการในการรักษาพนักงานในองค์กรให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว

จริยธรรมทางธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับวิธีการดำเนินงานที่องค์กรธุรกิจรวมค่านิยมหลักต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เช่น ความซื่อสัตย์ ความไว้วางใจ การแสดงความเป็นธรรมในนโยบายที่ใช้ในการปฏิบัติและตัดสินใจ โดยจริยธรรมทางธุรกิจเป็นหลักประกันในการกำหนดมาตรฐานในการดำเนินงาน และแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นขององค์กรธุรกิจที่จะไม่ปฏิบัติกรใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Turyakira, 2018 : 2) องค์กรธุรกิจมีกระบวนการสร้างความโปร่งใสเพิ่มมากขึ้นในการดำเนินงานจะนำไปสู่การปฏิบัติงานในแนวทางที่สมาชิกในองค์กรเกิดการยอมรับ และนำไปสู่กระบวนการในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานในทางที่ดีมากขึ้น จึงทำให้ผลลัพธ์ที่ได้

บรรลู่กับวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้ (Dabor et al., 2015 : 636-637) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการบริหารตามสถานการณ์ (Contingency Theory) ซึ่งกล่าวว่า ผู้บริหารจะบริหารจัดการองค์การขึ้นอยู่กับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยถือเป็นแนวคิดอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริหารองค์การในการกำหนดโครงสร้าง และระบบควบคุมขององค์การซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และสภาพแวดล้อมที่เข้ามาส่งผลกระทบต่อภารกิจดำเนินงานขององค์การ (Certo, 2000 : 551)

สมมติฐานงานวิจัย : จริยธรรมในการประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์ และมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน

3. วิธีกรวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 31,320 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 395 คน ซึ่งได้จากการคำนวณด้วยสูตรของ Taro Yamane ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยทำการใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 395 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง คณะผู้วิจัยได้ทำการนำแบบสอบถามให้แก่ผู้ประกอบการช่วยตอบโดยตรง ซึ่งได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ทั้งสิ้นจำนวน 311 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 78.73 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, และ Day (2001) ได้กล่าวว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามอย่างน้อยร้อยละ 20 เป็นที่ยอมรับได้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งถูกสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของธุรกิจ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ จำนวน 23 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาของจริยธรรมทางธุรกิจทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ และด้านการสร้างความโปร่งใส โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน จำนวน 16 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาของผลการดำเนินงานทั้ง 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองทางด้านการเงิน มุมมองทางด้านลูกค้า มุมมองทางด้านกระบวนการภายใน และมุมมองทางด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะโดยทั่วไป

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหาและทฤษฎี จากนั้น ได้ปรับแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคของอัลฟา ซึ่งจริยธรรมทางธุรกิจมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคของอัลฟาอยู่ระหว่าง 0.865 ถึง 0.959 และผลการดำเนินงานมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคของอัลฟาอยู่ระหว่าง 0.926 ถึง 0.952 ซึ่งมากกว่า 0.70 ดังตาราง 1 ซึ่งแสดงให้เห็นความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวัด (Nunnally & Bernstein, 1994)

ตาราง 1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha)
จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ (Business Ethics : Bus)	
ความซื่อสัตย์ (Ing)	0.959
ความรับผิดชอบต่อสังคม (Pub)	0.930
การสร้างความน่าเชื่อถือ (Acc)	0.884
การสร้างความโปร่งใส (Trn)	0.865
ผลการดำเนินงาน (Performance : Per)	
มุมมองทางการเงิน (Fin)	0.941
มุมมองทางด้านลูกค้า (Cus)	0.952
มุมมองทางด้านกระบวนการภายใน (Int)	0.935
มุมมองทางการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Lrn)	0.926

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานงานวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณในการทดสอบความสัมพันธ์ของจริยธรรมในการประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก โดยเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

$$Per = \beta_0 + \beta_1 Int + \beta_2 Pub + \beta_3 Acc + \beta_4 Trn$$

4. ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (54.02%) มีอายุระหว่าง 24 – 40 ปี ซึ่งถือว่าอยู่ในช่วงของเงินออเรชั่นวัย (53.05%) มีสถานภาพสมรส (63.03%) มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (51.45%) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี จนถึง 5 ปี (45.05%) ทุนในการจดทะเบียนต่ำกว่า 500,000 บาท (54.34%) จำนวนพนักงานไม่เกิน 15 คน (90.67%) และมีประกอบธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย (ค้าส่งหรือค้าปลีก) (43.74%) สามารถสะท้อนได้ว่ากำลังสำคัญในการประกอบธุรกิจในปัจจุบันนั้นโดยส่วนใหญ่เป็นเงินออเรชั่นวัย ซึ่งกลุ่มคนเงินออเรชั่นวัยเกิดมาพร้อมกับประเทศไทยได้มีการพัฒนายกระดับอุตสาหกรรมของประเทศอย่างต่อเนื่อง มีความพร้อมทางด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยี มีสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้นค่านิยมของเงินออเรชั่นวัยต้องการการยอมรับและความเข้าใจจากกลุ่ม ต้องการให้คนอื่นเห็นตนเองว่าสำคัญ และชอบความท้าทาย (เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล, 2552 : 16) จึงทำให้กลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเงินออเรชั่นวัย

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจในภาพรวมและรายด้านของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก

จริยธรรมทางธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความซื่อสัตย์	4.16	0.571	บ่อยครั้ง
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	4.25	0.541	เป็นประจำ
ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ	4.20	0.547	บ่อยครั้ง
ด้านการสร้างความโปร่งใส	4.28	0.599	เป็นประจำ
ภาพรวม	4.22	0.474	เป็นประจำ

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นปฏิบัติเป็นประจำ เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าด้านการสร้างความโปร่งใส ($\bar{X} = 4.28$) และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ($\bar{X} = 4.25$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมา ได้แก่ ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.20$) และด้านความซื่อสัตย์ ($\bar{X} = 4.16$) มีระดับความคิดเห็นปฏิบัติบ่อยครั้ง

ตาราง 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในภาพรวมและรายด้านของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก

ผลการดำเนินงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
มุมมองทางด้านการเงิน	3.90	0.690	มาก
มุมมองทางด้านลูกค้า	4.14	0.579	มาก
มุมมองทางด้านกระบวนการภายใน	4.08	0.607	มาก
มุมมองทางด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต	4.10	0.546	มาก
ภาพรวม	4.05	0.517	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถจัดเรียงตามลำดับ ดังนี้ มุมมองทางด้านลูกค้า ($\bar{X} = 4.14$) มุมมองทางด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ($\bar{X} = 4.10$) มุมมองทางด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X} = 4.08$) และมุมมองทางด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.90$)

ตาราง 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรในการศึกษา

ตัวแปร	Ing	Pub	Acc	Trn	Fin	Cus	Int	Lrn
Mean	4.16	4.25	4.20	4.28	3.90	4.14	4.08	4.10
S.D.	0.571	0.541	0.547	0.599	0.690	0.579	0.607	0.546
Ing								
Pub	0.684*							
Acc	0.556*	0.556*						
Trn	0.578*	0.676*	0.614*					
Fin	0.373*	0.305*	0.333*	0.179*				
Cus	0.435*	0.459*	0.400*	0.435*	0.653*			
Int	0.503*	0.450*	0.458*	0.445*	0.603*	0.686*		
Lrn	0.464*	0.426*	0.393*	0.358*	0.573*	0.644*	0.674*	

Note: * ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัว พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง ได้แก่ จริยธรรมในการประกอบธุรกิจด้านความซื่อสัตย์ (Ing) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Pub) ด้านการสร้างค่านาเชื่อถือ (Acc) และด้านการสร้างความโปร่งใส (Trn) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.179 ถึง 0.684 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 ดังนั้น ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010) ดังตาราง 4

ตาราง 5 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างจริยธรรมในการประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน

จริยธรรมทางธุรกิจ (ตัวแปรอิสระ)	ผลการดำเนินงาน (Per)		t	p-value
	(ตัวแปรตาม)			
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.503	0.219	6.862	.000
จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ (Bus)	0.605	0.555	11.729	.000**
Adjust R ₂ = 0.306, Maximum VIF = 1.000, Durbin-Watson = 1.705				
ค่าคงที่ (a)	1.479	0.219	6.746	.000
ด้านความซื่อสัตย์ (Ing)	0.262	0.061	4.272	.000**
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Pub)	0.150	0.070	2.141	.033*
ด้านการสร้างค่านาเชื่อถือ (Acc)	0.199	0.060	3.340	.001**
ด้านการสร้างความโปร่งใส (Trn)	0.003	0.060	0.049	.961
Adjust R ₂ = 0.314, Maximum VIF = 2.446, Durbin-Watson = 1.736				

Note: ** p < 0.01, * p < 0.05

จากตาราง 5 พบว่า ผลการทดสอบอิทธิพลของจริยธรรมในการประกอบธุรกิจมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า จริยธรรมในการประกอบธุรกิจมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($\beta = 0.605, p < 0.01$) ซึ่งมีความสามารถในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 30.60 ค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 และค่า Durbin-Watson มีค่าอยู่ในช่วง 1.50 – 2.50 ในการทดสอบจริยธรรมในการประกอบธุรกิจโดยจำแนกเป็นองค์ประกอบได้ผลการศึกษา ดังนี้ ด้านความซื่อสัตย์ และด้านการสร้างความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($\beta = 0.262, \beta = 0.199, p < 0.01$) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.150, p < 0.05$) มีเพียงแค่ด้านการสร้างความโปร่งใสที่ไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.605, p > 0.05$) ซึ่งมีความสามารถในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 31.40 ค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 และค่า Durbin-Watson มีค่าอยู่ในช่วง 1.50 – 2.50 (Hair et al., 2010)

5. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จริยธรรมในการประกอบธุรกิจมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($\beta = 0.605, p < 0.01$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ugoani (2019) พบว่า การมีจริยธรรมทางธุรกิจขององค์กรจะทำให้เกิดความสามารถและความเต็มใจที่จะให้ความสำคัญในกระบวนการตัดสินใจขององค์กร ซึ่งจะมีการพิจารณาถึงคุณค่าต่าง ๆ ขององค์กร และการตัดสินใจที่มีผลต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรทั้งหลาย เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบตามมา ซึ่งเป็นพื้นฐานของผลการดำเนินงานที่ดี และความยั่งยืนขององค์กร ในการทดสอบจริยธรรมในการประกอบธุรกิจโดยจำแนกเป็นองค์ประกอบได้ผลการศึกษา ดังนี้ ด้านความซื่อสัตย์มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน ($\beta = 0.262, p < 0.01$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Suparjo, Yohana, และ Akbar (2020) พบว่า ความซื่อสัตย์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการให้บริการซึ่งเป็นการศึกษาที่จากอาร์ตา เนื่องจากความซื่อสัตย์เป็นคุณลักษณะในเชิงบวกที่เป็นลักษณะพื้นฐานของตัวผู้นำ ดังนั้น ผู้นำต้องนำด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และมีค่านิยม สะท้อนถึงความรู้สึกรับผิดชอบของแต่ละบุคคลที่มีคุณภาพในการประกอบอาชีพซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ อีกทั้ง Pynes (2009) ได้กล่าวว่าความซื่อสัตย์เป็นการกระทำที่ปลูกฝังความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นซึ่งกันและกัน ยังช่วยสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมมาตรฐานทางจริยธรรมอันดี ก่อให้เกิดความประพฤติที่ยึดมั่นในความยุติธรรม และมีจริยธรรมต่อผู้อื่น ซึ่งแสดงถึงความรับผิดชอบต่อความมุ่งมั่นขององค์กรในการให้บริการสาธารณะชน ทำให้ผลการดำเนินงานในการทำงานมีประสิทธิภาพ ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($\beta = 0.199, p < 0.01$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Han และ Hong (2019) พบว่า ระบบกลไกการสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อระบบการรับพนักงาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการจ่ายค่าตอบแทนในมีผลกระทบในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร การที่องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีสามารถสะท้อนถึงกระบวนการในการบริหารจัดการขององค์กรที่เป็นระบบ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.150, p < 0.05$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhai และคณะ (2018) พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพของความรับผิดชอบต่อในทางสังคมของผู้ประกอบการจะช่วยเพิ่มความสามารถในการพัฒนาประสิทธิภาพของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีทำให้ประสิทธิภาพขององค์กรเพิ่มมากขึ้น มีเพียงแค่ด้านการสร้างความโปร่งใสที่ไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.605, p > 0.05$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Berggren และ Bernshsteyn (2007) พบว่า องค์กรไม่สามารถพัฒนาความโปร่งใสในการดำเนินงานได้ ซึ่งองค์กรต้องมีกลยุทธ์ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอาจไม่ได้มีการจัดการกลยุทธ์ใน

การดำเนินงานที่มีความชัดเจนหรือไม่มีการวางแผนในเชิงกลยุทธ์จึงทำให้การสร้างความปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต และประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

6.1.1 การศึกษางานวิจัยต่อไปในอนาคตควรทำการศึกษาเปรียบเทียบกับบริบทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในหลากหลายพื้นที่ ในเขตจังหวัดที่มีความใกล้เคียงกันในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง เพื่อตรวจสอบความเป็นสามัญการทางการวิจัย

6.1.2 เพิ่มการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เข้ามาช่วยเพื่อการได้องค์ความรู้ใหม่มาช่วยในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจให้ตรงประเด็นอย่างแท้จริง

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

จากผลจากการศึกษานี้ช่วยสะท้อนให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจภายใต้บริบทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจควรมีการพัฒนา และให้ความตระหนักถึงการประกอบธุรกิจภายใต้พื้นฐานของการมีจริยธรรมในการดำเนินงาน เพื่อส่งผลทำให้ธุรกิจเกิดภาพลักษณ์ที่ดี และมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมและพัฒนาให้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจบนพื้นฐานของการมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น ดังนี้

6.2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจควรให้ความสำคัญต่อการผลิตสินค้าและการให้บริการที่เป็นมาตรฐานตามโฆษณา ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและการบริการอย่างครบถ้วนชัดเจน กำหนดราคาโดยสมเหตุสมผล

6.2.2 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่ผลิตหรือจัดจำหน่ายสินค้าที่เกิดความเสียหายต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม

6.2.3 ผู้ประกอบการควรดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของการเป็นผู้ประกอบการ และดำเนินธุรกิจโดยไม่ทำลายหรือกลั่นแกล้งคู่แข่งในทางอ้อม

เอกสารอ้างอิง

เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล. (2552). การรับรู้คุณลักษณะของเจนเนอเรชั่นวายและแรงจูงใจในการทำงาน : มุมมองระหว่างเจนเนอเรชั่นต่าง ๆ ในองค์กร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 31(121), 1-25.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม*. ค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม 2563, จาก <https://ismed.or.th/insti.php>.

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York : John Wiley and Sons.

Basuony, M. A. (2014). The Balanced Scorecard in Large Firms and SMEs : A Critique of the Nature, Value and Application. *Accounting and Finance Research*, 3(2), 14-22.

Beck, T., Demircuc-Kunt, A., & Levine, R. (2005). SMEs, growth, and poverty: cross-country evidence. *Journal of Economic Growth*, 10(3), 199-229.

Berggren, E., & Bernshteyn, R. (2007). Organizational Transparency drives Company Performance. *Journal of Management Development*, 26(5), 411-417.

Certo, S. C. (2000). *Modern Management. 8th ed.* New Jersey : Prentice-Hall. Inc.

- Dabor, A.O., Isiauwe, D.T., Ajagbe, M.A., & Oke, O. A. (2015). Impact of Corporate Governance on Firm Performance in Nigeria. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(6), 634-653.
- Enofe, A.O., Ogbeide, O.L., & Julius, O.M. (2015). Business Ethics and Corporate Growth. *European Journal of Business and Management*, 7(15), 139-148.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*, 7th Edition. New Jersey : Person Education, Inc.
- Han, Y., & Hong, S. (2019). The Impact of Accountability on Organizational Performance in the U.S. Federal Government: the Moderating Role of Autonomy. *Review of Public Personnel Administration*, 39(1), 3-23.
- Kaplan, R.S., & Norton, D.P. (1992). The Balance Scorecard: Measures that Drive Performance. *Harvard Business Reviews*, 21-79.
- McMurrian, R. C. (2006). Building Customer Value and Profitability with Business Ethics. *Journal of Business and Economics Research*, 4(11), 11-18.
- Nunnally, J.C., & Bernstein, I.H. (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, 3, 248-292.
- Nuseir, M. T., & Ghandour, A. (2019). Ethical Issues in Modern Business Management. *International Journal Procurement Management*, 12(5), 592-605.
- Ogbari, M. E., Oke, A. O., Ibukunoluwa, A. A., Ajagbe, M. A., & Ologbo, A. C. (2016). Entrepreneurship and Business Ethics: Implications on Corporate Performance. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(3), 50-58.
- Pynes, J. E. (2009). *Human Resource Management for Public and Nonprofit Organizations (3rd ed.)*. San Francisco, California : John Wiley and Sons.
- Sexty, R. (2011). *Canadian Business and Society: Ethics and Responsibilities*. Toronto : McGraw-Hill Ryerson.
- Suparjo, Yohana, C., & Akbar, M. (2020). The Effect of Integrity, Professionalism, and Innovation on Service Performance. *Journal of Business and Behavioral Entrepreneurship*, 4(1), 26-42.
- Turyakira, P. K. (2018). Ethical Practices of Small and Medium-Sized Enterprises in Developing Countries: Literature Analysis. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 1-7.
- Ugoani, J. N. N. (2019). Business Ethics and its Effect on Organizational Sustainability. *Global Journal of Social Sciences Studies*, 5(2), 119-131.
- Zhai, Y., Sun, W., Tsai, S., Wnag, Z., Zhao, W., & Chen, Q. (2018). An Empirical Study on Entrepreneurial Orientation, Absorptive Capacity, and SMEs' Innovation Performance: a Sustainable Perspective. *Sustainability*, 10, 1-14.