

จริยธรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินเนอเธอร์แลนด์และเงินเนอเธอร์แลนด์ในจังหวัดพิษณุโลก

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 21 กุมภาพันธ์ 2565

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 4 มีนาคม 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 9 มีนาคม 2565

ศุภนารี พิรส^{*}

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ

ดร.ศรณวัตร ไชยเย็น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิษณุโลก

บทคัดย่อ

ภายใต้สถานการณ์ทางธุรกิจที่มีความไม่แน่นอนในปัจจุบันส่งผลทำให้เกิดความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจต่างๆ การประกอบธุรกิจบนพื้นฐานของการมีจริยธรรมทางธุรกิจ ถือเป็นบทบาทสำคัญที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความจงรักภักดีต่อลูกค้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนและอยู่รอดของธุรกิจได้ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินเนอเธอร์แลนด์และเงินเนอเธอร์แลนด์ในจังหวัดพิษณุโลก 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของจริยธรรมทางธุรกิจที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินเนอเธอร์แลนด์และเงินเนอเธอร์แลนด์ในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินเนอเธอร์แลนด์และเงินเนอเธอร์แลนด์ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวนทั้งสิ้น 261 คน โดยทำการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม 5-Likert Scales สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินเนอเธอร์แลนด์และเงินเนอเธอร์แลนด์มีจริยธรรมทางธุรกิจที่ไม่แตกต่างกัน รวมถึงจริยธรรมทางธุรกิจมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน โดยจำแนกองค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจในด้าน ผลการศึกษา ดังนี้ ด้านความซื่อสัตย์ ($\beta = 0.314$, $p < 0.01$) และด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ ($\beta = 0.191$, $p < 0.01$) มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจควรให้ความสำคัญต่อกระบวนการในการประกอบธุรกิจที่มีความตรงไปตรงมา และดำเนินการบนพื้นฐานที่สังคมยอมรับ เพื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือ จึงทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : จริยธรรมทางธุรกิจ ผลการดำเนินงาน ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เงินเนอเธอร์แลนด์ เงินเนอเธอร์แลนด์

* ผู้ประสานงานหลัก : supanareep@gmail.com

Business Ethics Affect to Performance of Small and Medium Generation X and Generation Y Entrepreneurs in Phitsanulok Province

Received: February 21, 2022

Revised: March 4, 2022

Accepted: March 9, 2022

Supanaree Piroos^{1*}

Lecturer of Business Administration

*Tatnawat Chaeyesh*²

Assistant of Professor of Business Economics

Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

Currently, under the uncertain business situation in technological change and social change affect the growth of businesses. Business operation with ethics is the important role that make a good image and customer loyalty. Also, business will be growth and sustain. The research objectives were 1) to study and compare the business ethics of small and medium generation X and generation Y entrepreneurs in Phitsanulok province 2) to study the influence of business ethics on performance of small and medium generation X and generation Y entrepreneurs in Phitsanulok province. The samples were 261 small and medium generation X and generation Y 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 generation X and generation Y small and medium business entrepreneurs have the same business ethics. Also, business ethics influenced on firm performance. Integrity ($\beta = 0.314$, $p < 0.01$) and accountability ($\beta = 0.191$, $p < 0.01$) positively influenced on firm performance. Hence, the entrepreneurs should pay more attention to honest business processes and operate on a socially acceptable basis. Likewise, the businesses will be a good image and credibility that make them more successful.

Keyword: Business Ethics, Performance, Small and Medium Business Entrepreneurs, Small and Medium Business Enterprises, Generation X, Generation Y

*Corresponding Author : supanareep@gmail.com

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือโควิด-19 ที่กระจายเป็นวงกว้าง และเป็นปัญหาในระดับสากลทั่วโลก การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 นั้นได้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่ติดเชื้อมากมาย อีกทั้งส่งผลเสียอื่นๆ ด้านในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากนั้นยังส่งผลกระทบต่อสถานการณ์เศรษฐกิจระดับโลกอีกด้วย เนื่องจากระบบเศรษฐกิจทั่วโลกต้องหยุดชะงัก โดยในภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างช้าๆ ค่อยเป็นค่อยไป (สมประวิณ มันประเสริฐ, 2564)

เมื่อวิกฤตการณ์โควิด-19 เกิดขึ้นนั้น กลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเป็นอันดับแรก และหนักที่สุดก็คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะเมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงและหายไป ประเทศไทยจึงได้รับผลกระทบค่อนข้างหนัก ในช่วงที่มีการปิดประเทศ และรัฐบาลประกาศหยุดกิจกรรมทางเศรษฐกิจทำให้ส่งผลกระทบแก่ทุกกลุ่มธุรกิจต่างๆ อย่างถ้วนหน้า จำนวนคนตกงานเยอะขึ้น ธุรกิจเล็กใหญ่เริ่มปิดตัวลง ซึ่งรัฐบาลก็มีนโยบายในการช่วยเหลือกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น มาตรการพักชำระหนี้ มาตรการปล่อยสินเชื่อให้ผู้ประกอบการ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังคงให้ความสำคัญแก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เป็นฟันเฟืองในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และรัฐบาลมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นหน่วยธุรกิจที่ขับเคลื่อนภาคเศรษฐกิจของประเทศที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี โดยมีจำนวนถึงร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมดที่อยู่ในประเทศไทย การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญต่อกลไกระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในเรื่องของการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจ และเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนในสังคม และถือเป็นนายจ้างรายใหญ่ที่ทำให้เกิดการจ้างงานมากที่สุด (Motilewa, Ogbari & Aka, 2015) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดความต้องการด้านแรงงาน เพื่อมาช่วยสนับสนุนการดำเนินการภายในของธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นแหล่งปัจจัยการผลิตในการสนับสนุนให้แก่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในการป้อนวัตถุดิบต่างๆ ให้ ปัจจุบันมีการพัฒนาทางด้านการสารสนเทศ เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด จึงเป็นที่มาของการเกิดการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ต้องแสวงหาโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของตนเอง เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น

จังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่กำลังขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดให้เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือตอนล่าง เชื่อมโยงภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยในจังหวัดมีจำนวนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากซึ่งครอบคลุมในส่วนของการผลิต การบริการ และการจัดจำหน่าย โดยการบริหารจัดการธุรกิจดังกล่าวต้องอาศัยจริยธรรมทางธุรกิจเป็นหลักการและแนวทางในการปฏิบัติในองค์กร เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการตัดสินใจผิดพลาด หากองค์กรธุรกิจให้ความสำคัญของการนำจริยธรรมไปใช้ในการประกอบธุรกิจจะทำให้องค์กรสามารถลดปัญหาที่มาส่งผลกระทบได้ อีกทั้งสามารถลดภาระหน้าที่ของผู้บริหารธุรกิจอีกด้วย รวมทั้งการใช้จริยธรรมทางธุรกิจเป็นกลยุทธ์ในการบริหารจัดการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดการรับรู้ในการบริหารจัดการในองค์กร (Enofe, Ogbeide & Julius, 2015; Baucus & Cochran, 2009) ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจสูงจึง

ทำให้ธุรกิจต่างๆ จะต้องมีการบริหารจัดการที่อยู่บนพื้นฐานของการคำนึงถึงหลักจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ตลอดจนความรับผิดชอบต่อบุคลากรที่ปฏิบัติงานให้แก่องค์กร และไม่ทำลายสภาพแวดล้อมที่อยู่โดยรอบ นอกจากนี้ยังต้องให้ความสำคัญถึงการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส พร้อมให้ประชาชนสามารถตรวจสอบได้ หลักจริยธรรมทางธุรกิจจึงมีความสำคัญกับการดำเนินการของภาคธุรกิจเป็นอย่างมาก (Nuseir & Ghandour, 2019) การดำเนินงานภายใต้กระแสของเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่สามารถหลีกเลี่ยงในเรื่องของจริยธรรมทางธุรกิจได้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบในเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นได้ และขยายวงกว้างมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา ดังนั้น ในการประกอบธุรกิจผู้ประกอบการจึงต้องมีหลักจริยธรรมทางธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่ทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างดี และตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด จริยธรรมทางธุรกิจนั้นประกอบด้วยจริยธรรมในด้านต่างๆ หลายด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความโปร่งใส (Ogbari, 2016) จริยธรรมเป็นเสาหลักสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของบริษัทต่างๆ (Albu, Mandru & Suciu, 2017) ธุรกิจต้องนำมาพิจารณาและให้ความสำคัญ เนื่องจากความรู้สึกของผู้บริโภคในสังคมมีส่วนผลักดันให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ ในการนี้องค์กรธุรกิจจะดำรงอยู่ได้ในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูง จึงต้องมีส่วนในการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจในทิศทางที่ขัดกับหลักจริยธรรม และส่งเสริมให้มีการพัฒนาสังคมควบคู่กับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรธุรกิจเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจต่อไป

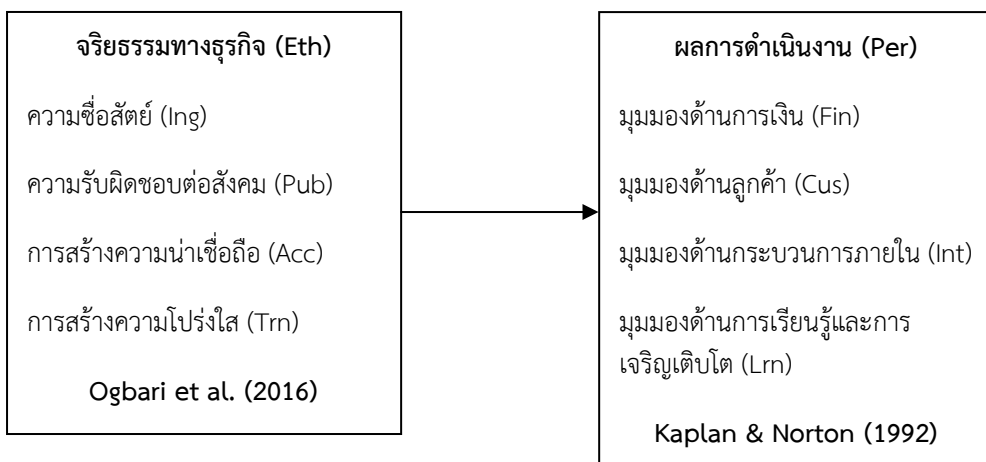
การที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องมีจริยธรรมทางธุรกิจนั้น เป็นบทบาทที่มีความสำคัญอย่างมาก ภายใต้สถานการณ์ทางสังคมที่มีการแข่งขันสูง และต้องเผชิญกับปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ยังคงแก้ปัญหาไม่ได้ การดำเนินธุรกิจที่มีความซื่อตรงต่อลูกค้า ไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการที่ดีที่สุดและมีคุณค่า จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องตระหนัก เนื่องจากการดำเนินธุรกิจในลักษณะนี้ส่งผลต่อภาพลักษณ์และความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ในปัจจุบันเงินเนอเรนซ์เอ็กซ์และเงินเนอเรนซ์วายเป็นเงินเนอเรนซ์ที่มีบทบาทสำคัญและกำลังในการพัฒนาประเทศชาติ กลุ่มเงินเนอเรนซ์วายในทางเศรษฐศาสตร์ ถือเป็นกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ของโลกที่มีกำลังซื้อมาก (Zabel et al., 2017) ส่วนใหญ่มีแนวคิดของความเป็นตัวเองสูง มีการปรับตัวในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ สูง เป็นประชากรกลุ่มใหญ่สุด และจะเป็นผู้นำรุ่นต่อไปในการพัฒนาโลกยุคดิจิทัล ส่วนกลุ่มเงินเนอเรนซ์เอ็กซ์มีลักษณะที่โดดเด่นคือ ทำงานหนัก มีความรับผิดชอบต่อการทำงานสูง และแสดงความภักดีต่อองค์กร (Saileela & Thiruchanuru, 2017) จึงเป็นที่มาที่ให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับประเด็นของจริยธรรมทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินเนอเรนซ์เอ็กซ์และเงินเนอเรนซ์วายในจังหวัดพิษณุโลก เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปปรับปรุงพัฒนาแก้ไขจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เจริญเนอเรนเบิร์กซ์และเจริญเนอเรนเบิร์กซ์ในจังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของจริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เจริญเนอเรนเบิร์กซ์และเจริญเนอเรนเบิร์กซ์ในจังหวัดพิษณุโลก

การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิด

ในการศึกษาครั้งนี้ จริยธรรมทางธุรกิจถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม จากวัตถุประสงค์ในข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยจริยธรรมทางธุรกิจและผลการดำเนินงาน

1. จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics)

จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics) หมายถึง กฎเกณฑ์ มาตรฐาน จรรยาบรรณหรือหลักการ ที่ให้แนวทางปฏิบัติตามหลักศีลธรรม พฤติกรรมที่มีความเหมาะสมในการตัดสินใจด้านการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร Sexty (2011) อีกทั้ง McMurrian & Matulich (2006) กล่าวว่า จริยธรรมทางธุรกิจมีส่วนช่วยในการทำกำไรให้แก่องค์กรธุรกิจ โดยการลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางธุรกิจ โดยการสร้างรากฐานของความไว้วางใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีส่วนร่วมในพัฒนาและให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในการทำงานในรูปแบบทีมให้ประสบความสำเร็จ และการรักษาทุนทางสังคมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์ขององค์กร

จากงานวิจัยผู้วิจัยได้นำนิยามของจริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics) หมายถึง มาตรฐานทางศีลธรรม มาตรฐานทางจริยธรรมด้านต่างๆ ของบุคคลที่นำไปใช้ในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ความไว้วางใจแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้นๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความมั่นคง และยั่งยืนในทางธุรกิจ

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดของ Ogbari et al. (2016) ซึ่งได้แบ่งองค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจออกเป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1.1 ด้านความซื่อสัตย์ (Integrity) หมายถึง การประกอบธุรกิจที่มีแนวทางปฏิบัติที่ยึดหลักความเป็นจริง การเปิดเผยข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างตรงไปตรงมา การไม่ขโมยผลงานหรือลิขสิทธิ์ของผู้อื่น การปฏิบัติตามภารกิจต่างๆ ตามคำมั่นสัญญา โดยการยึดกฎระเบียบและความถูกต้อง ไม่หลอกลวง ฉ้อฉล ในการผลิตสินค้าจะต้องมีคำแนะนำอย่างเปิดเผย ทั้งการแสดงคุณสมบัติของสินค้า ส่วนประกอบต่างๆ สรรพคุณ และประโยชน์ตามความเป็นจริงต่อกลุ่มลูกค้า รวมทั้งข้อห้าม ข้อควรระวังต่างๆ ในการใช้สินค้าไม่ให้เกิดอันตรายต่อทั้งผู้ใช้และผู้ที่อยู่ใกล้ชิด

1.2 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Public Spiritedness) หมายถึง การดำเนินงานหรือกิจกรรมใดๆ ในทางธุรกิจ ที่มุ่งประโยชน์สูงสุดต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจที่กำหนดไว้ โดยมีการดำเนินการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความเดือดร้อนของผู้อื่น หรือสร้างความเสียหายต่อองค์กร สังคม ซึ่งธุรกิจจะต้องแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้า พนักงาน และสังคม รวมถึงสิ่งแวดล้อมโดยมีการดำเนินงานที่อยู่บนพื้นฐานของการกระทำที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานทางธุรกิจ

1.3 ด้านการสร้างที่น่าเชื่อถือ (Accountability) หมายถึง การมุ่งพัฒนาสร้างเกียรติ และศักดิ์ศรีของธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจควรสร้างความยอมรับนับถือในภาคธุรกิจ และสังคมรวมถึงชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางในการช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผู้ประกอบการธุรกิจและองค์กร

1.4 ด้านการสร้างโปร่งใส (Transparency) หมายถึง การดำเนินงานในทางธุรกิจที่มีความถูกต้องและมีความเสมอภาค โดยยึดหลักของความยุติธรรมซึ่งจะครอบคลุมถึงความเท่าเทียมกันของทุกๆ คนภายในองค์กร ซึ่งไม่เลือกปฏิบัติ การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพส่งมอบแก่ลูกค้า รวมทั้งการกำหนดราคาสินค้าและบริการอย่างสมเหตุสมผล รวมถึงการแข่งขันทางธุรกิจอย่างตรงไปตรงมา ไม่กลั่นแกล้งหรือให้ร้ายคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม

จริยธรรมในการดำเนินงานในบริบทต่างๆ นั้น มีบทบาทที่สำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของบุคลากรที่มีต่อองค์กรที่จะนำไปสู่การพัฒนาการดำเนินงานในองค์กรด้วยความโปร่งใส ความซื่อสัตย์ ทำให้องค์กรมีชื่อเสียง และกระบวนการทำงานที่ดีขึ้น (Jamal, 2018) ดังนั้น จริยธรรมทางธุรกิจเป็นปัจจัยที่องค์กรควรยึดมั่นให้ความสำคัญในการดำเนินการในด้านต่างๆ ภายใต้สถานการณ์ที่มีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน (Musa, 2008) ดังนั้น จริยธรรมทางธุรกิจจึงสามารถเป็นปัจจัยที่ขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ทิศทางการประกอบธุรกิจที่สำเร็จได้ท่ามกลางวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความแข่งขันอย่างรุนแรง

2. ผลการดำเนินงาน (Performance)

ตามแนวคิดของ Kaplan and Norton (1992) ได้เสนอเกี่ยวกับแนวคิดในการวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ที่นำมาใช้ในการประเมินระบบการบริหารงานทั่วทั้งองค์กร ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้โดยมุ่งเน้นในสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร อีกทั้งเป็นการจัดหาแนวทางในการแก้ไขและปรับปรุงผลการดำเนินงาน โดยพิจารณาจากผลลัพธ์ขององค์กรที่เกิดขึ้นจากกระบวนการทำงานภายใน และผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอก นำไปสู่แนวทางการปฏิบัติโดยสร้างกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลซึ่งมีการพิจารณาวัตถุประสงค์ประกอบ 4 มุมมอง ได้แก่

2.1 มุมมองทางด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง ผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการดำเนินงานตามกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานของธุรกิจ โดยปัจจัยที่ใช้วัดผลสำเร็จทางด้านการเงิน เช่น การเพิ่มขึ้นของรายได้ ความสามารถในการลดต้นทุนในการดำเนินงาน รวมถึงผลตอบแทนในรูปแบบต่างๆ ที่ได้รับจากการลงทุน

2.2 มุมมองทางด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง การพิจารณาถึงคุณค่าของลูกค้าว่าสิ่งใดเป็นปัจจัยที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งทำให้ลูกค้าหันมาให้ความสนใจหรือใช้บริการ เช่น คุณภาพ ราคา การบริการ การตรงต่อเวลาในการส่งมอบ ดัชนีที่ใช้ในการวัดหรือประเมินด้านลูกค้า ได้แก่ จำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือมารับบริการ ปริมาณสินค้าที่จัดจำหน่ายได้ รวมถึงการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และการรักษาลูกค้าเดิม

2.3 มุมมองทางด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Perspective) หมายถึง การพิจารณาการดำเนินงานภายในและห่วงโซ่แห่งคุณค่า เป็นการพิจารณาว่ามีกระบวนการดำเนินงานภายในที่ก่อให้เกิดคุณค่าแก่องค์กร ซึ่งมุมมองทางด้านกระบวนการภายใน ประกอบด้วย กระบวนการทางธุรกิจที่มีสำคัญและสามารถขับเคลื่อนองค์กรได้ เช่น นวัตกรรม การดำเนินการขององค์กร และการบริการหลังการขาย

2.4 มุมมองทางด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and Growth Perspective) หมายถึง การพิจารณาในด้านที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรหรือระบบการดำเนินงานของธุรกิจซึ่งหากพบว่ายังมีจุดที่ไม่พร้อม ธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาและให้ความสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน การอํารงรักษานักงานให้อยู่ในองค์กร และผลิตภาพและประสิทธิภาพของพนักงาน

จริยธรรมทางธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจภายใต้หลักจรรยาบรรณในการเป็นผู้ประกอบการ เช่น ด้านความซื่อสัตย์ ความไว้วางใจ การแสดงความเป็นธรรมในนโยบายที่ใช้ในการปฏิบัติและการตัดสินใจ โดยจริยธรรมทางธุรกิจสามารถเป็นเครื่องมือการันตีในการกำหนดมาตรฐานในการดำเนินงานในด้านต่างๆ ของธุรกิจ และแสดงความเชื่อมั่นขององค์กรธุรกิจที่จะไม่ดำเนินการใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทางธุรกิจ (Turyakira, 2018) ธุรกิจมีกระบวนการสร้างความโปร่งใสเพิ่มมากขึ้นในการดำเนินงานจะนำไปสู่การปฏิบัติงานในแนวทางที่สมาชิกในองค์กรเกิดการยอมรับ และนำไปสู่กระบวนการในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานในทางที่ดีมากขึ้น จึงทำให้ผลลัพธ์ที่ได้บรรลุกับวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้ (Dabor et al., 2015) ในการศึกษาอิทธิพลของจริยธรรมทางธุรกิจและผลการดำเนินงานนั้นอาศัยการอธิบายโดยทฤษฎีการบริหารตามสถานการณ์ (Contingency Theory) ซึ่งกล่าวว่า ผู้บริหารองค์กรจะดำเนินงานบริหารจัดการองค์กรโดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์ต่างๆ ที่เข้ามามีผลกระทบต่อองค์กรทั้งภายในและภายนอก (Lawrence & Lorsch, 1967) โดยผู้บริหารจะค้นหาทางเลือกที่มีความเหมาะสมที่สุดในการบริหารจัดการ เช่น การกำหนดโครงสร้างองค์กร

และระบบควบคุมต่างๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และสภาพแวดล้อมที่เข้ามาส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Certo, 2000) ดังนั้น จริยธรรมทางธุรกิจถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพของผู้ประกอบการที่ต้องตอบสนองต่อแรงกดดันทางสังคม และพัฒนาประสิทธิภาพทางสังคมให้ดีขึ้น (Neville, 2005)

สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานวิจัยที่ 1 จริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการเงินเนอเรนเบิร์กซ์และเงินเนอเรนเบิร์กซ์แตกต่างกัน

สมมติฐานวิจัยที่ 2 จริยธรรมทางธุรกิจ (a. ความซื่อสัตย์, b. ความรับผิดชอบต่อสังคม, c. การสร้างความน่าเชื่อถือ, d. การสร้างความโปร่งใส) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 31,320 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินเนอเรนเบิร์กซ์และเงินเนอเรนเบิร์กซ์จำนวน 261 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง Hair et al. (2010) กำหนดวิธีการและเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์การถดถอย 2 ข้อ ดังนี้ 1. กลุ่มตัวอย่างต้องมีไม่ต่ำกว่า 100 คน และ 2. กลุ่มตัวอย่างต้องมีจำนวนประมาณ 20 คนต่อจำนวนตัวแปรอิสระ 1 ตัว ดังนั้น งานวิจัยนี้ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 160 คน และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ดีขึ้น และป้องกันการตอบกลับที่ไม่สมบูรณ์จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นอีกเป็น 2 เท่า เป็นจำนวน 320 คน แต่ขณะที่เก็บข้อมูลอยู่ในสถานการณ์โควิด-19 จึงได้รับแบบสอบถามกลับมาเพียงแค่ 276 ฉบับ ดังนั้น อัตราการตอบกลับเท่ากับ 81.56% ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar & Day (2001) ที่ได้กล่าวว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามอย่างน้อยร้อยละ 20 เป็นที่ยอมรับได้ โดยจำแนกเป็นผู้ประกอบการเงินเนอเรนเบิร์กซ์ จำนวน 101 คน และเงินเนอเรนเบิร์กซ์จำนวน 160 คน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งถูกสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความคิดเห็นเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ โดยมีความครอบคลุมเนื้อหาของจริยธรรมทางธุรกิจทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ และด้านการสร้างความโปร่งใส และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีความครอบคลุมเนื้อหาของผลการดำเนินงานทั้ง 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองทางการเงิน มุมมองทางด้านลูกค้า มุมมองทางด้านกระบวนการภายใน และมุมมองทางการเรียนรู้และการเจริญเติบโต โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตอนสุดท้ายเป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะโดยทั่วไป

ในการตรวจสอบเครื่องมือทางการวิจัยให้มีคุณภาพโดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้แก่ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหาและทฤษฎี จากนั้นได้ปรับแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคของอัลฟา ซึ่งจริยธรรมทางธุรกิจมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคของอัลฟาอยู่ระหว่าง 0.762 ถึง 0.787 และผลการดำเนินงานมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคของอัลฟาอยู่ระหว่าง 0.734 ถึง 0.876 ซึ่งมากกว่า 0.70 ดังตารางที่ 1 ซึ่งแสดงให้เห็นความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวัด (Nunnally & Bernstein, 1994) ในการศึกษาครั้งนี้สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากร 2 กลุ่มโดยใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบอิทธิพลของจริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินเนอเรนซ์แอ็กซ์และเงินเนอเรนซ์หน่วยในจังหวัดพิษณุโลก โดยเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

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

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคอัลฟา

ตัวแปร	Cronbach's Alpha
จริยธรรมทางธุรกิจ: Eth	
ความซื่อสัตย์ (Ing)	0.787
ความรับผิดชอบต่อสังคม (Pub)	0.774
การสร้างความน่าเชื่อถือ (Acc)	0.762
การสร้างความโปร่งใส (Trn)	0.780
ผลการดำเนินงานขององค์กร: Per	
มุมมองด้านการเงิน (Fin)	0.876
มุมมองด้านลูกค้า (Cus)	0.814
มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Int)	0.833
มุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Lrn)	0.734

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (57.50%) เงินเนอเรนเบิร์กซ์จำนวน 101 คน และเงินเนอเรนเบิร์กซ์จำนวน 160 คน มีสถานภาพสมรส (69.35%) มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (49.04%) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี จนถึง 5 ปี (45.59%) ทุนในการจดทะเบียนต่ำกว่า 500,000 บาท (54.40%) จำนวนพนักงานไม่เกิน 15 คน (91.57%) และมีประกอบธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย (ค้าส่งหรือค้าปลีก) (45.21%)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจริยธรรมทางธุรกิจโดยจำแนกตามเงินเนอเรนเบิร์กซ์

จริยธรรมทางธุรกิจ	Generation X		แปลผล	Generation Y		แปลผล
	(n = 101)			(n = 160)		
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
ความซื่อสัตย์ (Ing)	4.11	0.611	มาก	4.18	0.549	มาก
ความรับผิดชอบต่อสังคม (Pub)	4.21	0.579	มากที่สุด	4.26	0.547	มากที่สุด
การสร้างความน่าเชื่อถือ (Acc)	4.20	0.551	มาก	4.18	0.565	มาก
การสร้างความโปร่งใส (Trn)	4.24	0.642	มากที่สุด	4.28	0.593	มากที่สุด
Total	4.19	0.502	มาก	4.22	0.476	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการเงินเนอเรนเบิร์กซ์มีจริยธรรมทางธุรกิจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) ส่วนผู้ประกอบการเงินเนอเรนเบิร์กซ์มีจริยธรรมทางธุรกิจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) จากข้อมูลสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการเงินเนอเรนเบิร์กซ์มีจริยธรรมทางธุรกิจมากกว่าเงินเนอเรนเบิร์กซ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านผู้ประกอบการเงินเนอเรนเบิร์กซ์และผู้ประกอบการเงินเนอเรนเบิร์กซ์มีจริยธรรมทางธุรกิจด้านความซื่อสัตย์และด้านการสร้าง ความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและด้านการสร้างความโปร่งใสอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มของจริยธรรมทางธุรกิจโดยจำแนกตามเงินเนอเรนเบิร์กซ์

ตัวแปร	เงินเนอเรนเบิร์กซ์	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p-value
จริยธรรม	Generation X	101	4.19	0.502	-0.558	259	0.577
ทางธุรกิจ	Generation Y	160	4.22	0.577			

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการทดสอบความแปรปรวนของจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการเงินเนอเรนเบิร์กซ์ และเงินเนอเรนเบิร์กซ์ ได้ค่า $F = 0.461$ ($\text{Sig} = 0.498$) จึงสรุปได้ว่าความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มนั้นไม่แตกต่างกัน จึงได้ค่าสถิติทดสอบ $t\text{-test} = -0.558$, $df = 259$ และ $p\text{-value} = 0.577$ จึงสรุปได้ว่า จริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งสองเงินเนอเรนเบิร์กซ์โดยรวมไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปร	Ing	Pub	Acc	Trn	Per
Mean	4.15	4.24	4.19	4.27	4.04
S.D.	0.574	0.559	0.559	0.611	0.530
Ing					
Pub	0.702*				
Acc	0.557*	0.564*			
Trn	0.589*	0.698*	0.616*		
Per	0.539*	0.470*	0.466*	0.426*	

Note: * $p < 0.05$

จากตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัว พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเองของตัวแปรจริยธรรมทางธุรกิจโดยจำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านความซื่อสัตย์ (Ing) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Pub) ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ (Acc) และด้านการสร้างความโปร่งใส (Trn) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.557 ถึง 0.702 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 ดังนั้น ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของอิทธิพลจริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ

ตัวแปรอิสระ	ผลการดำเนินงาน (Per)			t	p-value
	β	Std.Error	Beta		
ค่าคงที่	1.453	0.237		6.128	0.000*
จริยธรรมทางธุรกิจ (Eth)	0.615	0.056	0.564	10.990	0.000*
Adjust $R^2 = 0.315$, Maximum VIF = 1.000, Durbin-Watson = 1.648					
ค่าคงที่	1.431			6.042	0.000*
ความซื่อสัตย์ (Ing)	0.314	0.314	0.069	4.558	0.000*
ความรับผิดชอบต่อสังคม (Pub)	0.087	0.087	0.078	1.110	0.268
การสร้างความน่าเชื่อถือ (Acc)	0.191	0.191	0.065	2.955	0.003*
การสร้างความโปร่งใส (Trn)	0.033	0.033	0.067	0.488	0.626
Adjust $R^2 = 0.326$, Maximum VIF = 2.632, Durbin-Watson = 1.718					

Note: * $p < 0.01$

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบอิทธิพลของจริยธรรมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินออเรชั่นเอ็กซ์และเงินออเรชั่นวายในจังหวัดพิษณุโลกด้วยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) พบว่า จริยธรรมทางธุรกิจมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($\beta = 0.615$, $p < 0.01$) ซึ่งมีความสามารถในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 31.50 ค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 และค่า Durbin-Watson มีค่าอยู่ในช่วง 1.50 – 2.50 (Hair et al., 2010)

ในการทดสอบจริยธรรมทางธุรกิจโดยจำแนกเป็นรายด้านด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษา พบว่า ด้านความซื่อสัตย์และด้านการสร้างความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($\beta = 0.314$, $\beta = 0.191$, $p < 0.01$) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านการสร้างความโปร่งใสไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.087$, $\beta = 0.033$, $p > 0.05$) ซึ่งมีความสามารถในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 32.60 ค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 และค่า Durbin-Watson มีค่าอยู่ในช่วง 1.50 – 2.50 (Hair et al., 2010) โดยด้านความซื่อสัตย์ (Ing) มีผลต่อผลการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ (Acc) โดยสามารถเขียนสมการถดถอยได้ ดังนี้ $Per = 1.431 + 0.314Ing + 0.191Acc$

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษางานวิจัยในเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษางานวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินออเรชั่นเอ็กซ์และเงินออเรชั่นวายในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 261 ราย ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการเงินออเรชั่นเอ็กซ์ จำนวน 101 คน และเงินออเรชั่นวาย จำนวน 160 คน โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินออเรชั่นเอ็กซ์และเงินออเรชั่นวายในจังหวัดพิษณุโลก 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของจริยธรรมทางธุรกิจที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินออเรชั่นเอ็กซ์และเงินออเรชั่นวายในจังหวัดพิษณุโลก สรุปผลการศึกษา ดังนี้ จริยธรรมทางธุรกิจในภาพรวมของเงินออเรชั่นวายมีค่าเฉลี่ยของจริยธรรมทางธุรกิจมากกว่าเงินออเรชั่นเอ็กซ์ เมื่อทดสอบความแตกต่างของจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งสองเงินออเรชั่นโดยรวมไม่มีความแตกต่างกัน ในการทดสอบอิทธิพลของตัวแปร พบว่า จริยธรรมทางธุรกิจด้านความซื่อสัตย์ และการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลกมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน แต่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และการสร้างความโปร่งใสไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน

อภิปรายผลการวิจัย

จริยธรรมทางธุรกิจในภาพรวมข้อเจเนเนอเรนซ์นายมีค่าเฉลี่ยของจริยธรรมทางธุรกิจมากกว่าเจเนเนอเรนซ์เอ็กซ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chatzopoulou & Kiewiet (2020) พบว่า คนรุ่นมิลเลนเนียลหรือเจเนเนอเรนซ์นายเป็นรุ่นที่มีจริยธรรมมากที่สุด จริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งสองเจเนเนอเรนซ์โดยรวมไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพิจารณาทางด้าน พบว่า ในทุกด้านของจริยธรรมทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างค่านาเชื่อถือ และการสร้างภาพโปรงใสไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐนันท์ ทรัพย์อินทร์ (2556) อายุที่แตกต่างกันของพนักงานไม่มีผลต่อการมีจริยธรรมในองค์กรของพนักงานในกระทรวงอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯ สะท้อนได้ว่าพนักงานในองค์กรที่มีอายุแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเจเนเนอเรนซ์เอ็กซ์หรืออายุนั้น จะมีจริยธรรมในการปฏิบัติงานในองค์กรไม่แตกต่างกัน รวมถึงงานวิจัยของ Zabel et al. (2017) พบว่า เจเนเนอเรนซ์ของประชากรไม่มีผลกระทบต่อจริยธรรมในการปฏิบัติงาน **ไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 1**

จริยธรรมทางธุรกิจมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเจเนเนอเรนซ์เอ็กซ์และเจเนเนอเรนซ์นายในจังหวัดพิษณุโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($\beta = 0.615, p < 0.01$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ugoani (2019) พบว่า ผู้บริหารที่มีจริยธรรมทางธุรกิจขององค์กรจะทำให้เกิดความสามารถและความเต็มใจที่จะมุ่งมั่นให้ความสำคัญในกระบวนการตัดสินใจขององค์กร ซึ่งจะมีการพิจารณาถึงคุณค่าต่างๆ ภายในองค์กร และการตัดสินใจที่มีผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบตามมา ซึ่งเป็นพื้นฐานของผลการดำเนินงานที่ดี และความยั่งยืนขององค์กร อีกทั้งจริยธรรมในการประกอบธุรกิจเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จที่นอกเหนือจากการใช้การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเท่านั้น (Dunham, McVea & Freeman, 2008) **สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 2**

ในการทดสอบองค์ประกอบของจริยธรรมทางธุรกิจโดยจำแนกเป็นรายด้าน ได้ผลการศึกษา ดังนี้ ด้านความซื่อสัตย์มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน ($\beta = 0.314, p < 0.01$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suparjo, Yohana & Akbar (2020) พบว่า ความซื่อสัตย์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ เนื่องจากความซื่อสัตย์เป็นคุณลักษณะที่ดีที่เป็นลักษณะพฤติกรรมพื้นฐานของตัวผู้นำที่พึงปฏิบัติ ดังนั้น ผู้นำต้องนำพาองค์กรด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และมีค่านิยมที่สะท้อนถึงความรู้สึกรับผิดชอบของแต่ละบุคคลที่มีคุณภาพในการดำเนินงาน และการประกอบอาชีพซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ อีกทั้ง Pynes (2009) ได้กล่าวว่าความซื่อสัตย์เป็นพฤติกรรมที่แสดงการกระทำที่ปลูกฝังด้วยความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นซึ่งกันและกัน ยังช่วยสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมมาตรฐานทางจริยธรรมอันดี ก่อให้เกิดความประพฤติที่ยึดมั่นในความยุติธรรม และมีจริยธรรมต่อผู้อื่น ซึ่งแสดงถึงความรับผิดชอบต่อความมุ่งมั่นขององค์กรในการให้บริการสาธารณะ ทำให้ผลการดำเนินงานในการทำงานมีประสิทธิภาพ **สนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยที่ 2a** ด้านการสร้างค่านาเชื่อถือมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($\beta = 0.191, p < 0.01$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Han & Hong (2019) พบว่า ระบบกลไกการสร้างค่านาเชื่อถือขององค์กรเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อระบบการรับพนักงาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการจ่ายค่าตอบแทนไม่มีผลกระทบในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร การที่องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีสามารถสะท้อน

ถึงกระบวนการในการบริหารจัดการขององค์กรที่เป็นระบบ สนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยที่ 2c ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.087$, $p > 0.05$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mongkolkachit (2016) พบว่า การรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไม่มีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ จึงทำให้ไม่สนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยที่ 2b และด้านการสร้างความโปร่งใสที่ไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.033$, $p > 0.05$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Berggren & Bernshteyn (2007) พบว่า องค์กรไม่สามารถพัฒนาความโปร่งใสในการดำเนินงานได้ ซึ่งองค์กรต้องมีกลยุทธ์ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน โดยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอาจไม่ได้มีการจัดการกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่มีความชัดเจนหรือไม่มีการวางแผนในเชิงกลยุทธ์จึงทำให้การสร้างความโปร่งใสไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน อีกทั้งในระบบที่มีการจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานที่เท่ากัน จะยากต่อการเปลี่ยนแปลงในองค์กร และผลลัพธ์อาจจะลดประสิทธิภาพโดยรวมในการดำเนินงานขององค์กร และความสามารถในการประสบความสำเร็จดำเนินการตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยที่ 2d

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ผลการศึกษาวิจัย เรื่อง จริยธรรมทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินออเรชั่นเอ็กซ์และเงินออเรชั่นวายในจังหวัดพิษณุโลก สามารถสรุปข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ ความซื่อสัตย์ และการสร้างความน่าเชื่อถือ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรตระหนักในจริยธรรมทางด้านความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ดำเนินธุรกิจแบบมีความตรงไปตรงมา ไม่บิดเบือนความจริง มีการผลิตสินค้าและให้บริการที่เป็นมาตรฐานตรงตามการโฆษณา และให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจที่ถูกสะท้อนไปในสังคม
2. จริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการในยุคปัจจุบันนี้จะต้องมีคุณสมบัติ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ และด้านความโปร่งใส

ข้อเสนอแนะและการนำวิจัยไปประยุกต์ใช้

การศึกษานี้ช่วยทำให้เกิดการขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเงินออเรชั่นเอ็กซ์และเงินออเรชั่นวาย ซึ่งทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจรุ่นใหม่ควรมีการพัฒนา และให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของการมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจในทุกด้าน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม และมีผลการดำเนินงานในการดำเนินธุรกิจที่ดี องค์กรที่เกี่ยวข้องที่สามารถดำเนินการช่วยผลักดันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรผลิตสินค้า ให้บริการ และจัดจำหน่ายสินค้าที่เป็นมาตรฐานตรงตามสื่อโฆษณาที่ได้เผยแพร่ข้อมูลออกไปแก่สาธารณะชน
2. ผู้ประกอบการควรมีนโยบายในการกำหนดราคาสินค้าและบริการอย่างสมเหตุสมผล ไม่เอารัดเอาเปรียบ และไม่เอากำไรเกินควร กำหนดราคาเหมาะสมตามคุณภาพของสินค้าและบริการ

3. ผู้ประกอบการควรผลิต ให้บริการ หรือจัดจำหน่ายสินค้าที่ไม่ส่งผลให้เกิดความเสียหาย และมีความเสี่ยงต่อสภาพสังคม และสิ่งแวดล้อม ชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงทั้งผลกระทบทางตรงและทางอ้อม

4. ผู้ประกอบการควรดำเนินธุรกิจภายใต้พื้นฐานของการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่ดี และดำเนินธุรกิจของตนเองแบบสุจริต ไม่ทำลายหรือกลั่นแกล้งคู่แข่งทางธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม

5. หน่วยงานของภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันการศึกษา ที่มีสาขาเกี่ยวกับบริหารธุรกิจ ควรมีการณรงค์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ของการเป็นผู้ประกอบการที่มีทั้งคุณธรรม และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ เช่น จัดทำสื่อวิดีโอทางช่องทางออนไลน์ จัดสัมมนาอบรมหัวข้อจริยธรรมของผู้ประกอบการ มุ่งให้ความสำคัญในการทำธุรกิจภายใต้ความจริงใจที่มีต่อผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐนันท์ ททรัพย์อินทร์. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมในองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกระทรวงอุตสาหกรรม เขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *ครอบคลุม ตรงจุด และทันการณ์ : รวมมาตรการช่วยเหลือธุรกิจในช่วงโควิด 19*. สืบค้น 30 พฤศจิกายน 2564, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256403 TheKnowledge_Measures.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256403%20TheKnowledge%20Measures.aspx)
- สมประวิณ มั่นประเสริฐ. (2564). *ผลกระทบโควิด 19 ต่อเศรษฐกิจไทยและผู้ประกอบการ SME*. สืบค้น 30 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/covid19-newnormal-with-sme>
- Aaker, D.A., Kumar, V. & Day, G.S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons.
- Albu, R., Mandru, L. & Suci, T. (2017). Impact of Ethics Upon Business Success. In *Conference of ISI 30 th International Business Information Management Association Conference* (pp.203-211). Spain: Madrid
- Baucus, M.S. & Cochran, P.L. (2009). An Review of Empirical Research on Ethics in Entrepreneurial Firms within the United States. *African Journal of Business Ethics*, 4(2), 56-68.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Levine, R. (2005). SMEs, Growth, and Poverty: Cross-country Evidence. *Journal of Economic Growth*, 10(3), 199-229.
- Certo, Samuel C. (2000). *Modern Management*. (8th ed). New Jersey: Prentice-Hall. Inc.
- Dabor, A.O., Isiaevwe, 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.
- Chatzopoulou, E. & Kiewiet, A. (2020). Millennials' Evaluation of Corporate Social Responsibility: The Wants and Needs of the Largest and Most Ethical Generation. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(3), 521-534.

-
- Dunham, L., McVea, J.F., & Freeman, R.E. (2008). Entrepreneurial Wisdom: Incorporating the Ethical and Strategic Dimensions of Entrepreneurial Decision-making. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 6(1), 8–19.
- Enofe, A.O., Ogbiede, O.L. & Julius, O.M. (2015). Business Ethics and Corporate Growth. *European Journal of Business and Management*, 7(15), 139-148.
- Hair, Joseph F., Jr., Black, William C., Babin, Barry J., & Anderson, Rolph E. (2010). *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*, (7th ed). 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.
- Jamal, A.A. (2018). The Role of Business Ethics in Improving the Quality of Job Performance. *Journal of Entrepreneurship and Organization Management*, 7(1), 1-4.
- Kaplan, R.S. & Norton, D. (1992). The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance. *Harvard Business Reviews*, 36(1), 21-79.
- Lawrence, P.R. & Lorsch, J.W. (1967). *Organization and Environment: Managing Differentiation and Integration*. Boston, Massachusetts: Harvard University.
- McMurrian & Matulich (2006). Building Customer Value and Profitability with Business Ethics. *Journal of Business and Economics Research*, 4(11), 11-18.
- Mongkolkachit, P. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Performance: Empirical Study of Thai Public Listed Companies. *International (Humanities, Social Science and Arts)*, 9(5), 24-36.
- Motilewa, B.D., Ogbari, M. & Aka, D. (2015). A Review of the Impacts SMEs as Social Agents of Economic Liberations in Developing Economies. *International Review of Management and Business Research*, 4(3), 903-914.
- Musa, A.O. (2008), Perceived Role of Ethics and Social Responsibility in the Insurance Industry: Views from Developing Country. *Journal of Knowledge Globalization*, 1(2), 41-59.
- Neville, B. (2005). A Contingent Resource-Based View of the Corporate Social Performance and Financial Performance Relationship: The Effect of Institutional Pressures. *ANZMAC 2005 Conference: Corporate Responsibility*, 61-67.
- 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, CA: John Wiley and Sons.
- Saileela, K. & Thiruchanuru, S. (2017). Capturing the Nature of Generations at Workplace. *International Journal of Advance Research and Development*, 2(11), 95-106.
- 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 Behavioural 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*, 21(1), 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.
- Zabel, K.L., Biermeier-Hanson, B.J., Baltes, B.B., Early, B.J. & Shepard, A. (2017). Generational Differences in Work Ethic: Fact or Fiction?. *Journal of Business and Psychology*, 32(3), 1-16.