



การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจ
ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี*
SECOND ORDER CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF
THE BUSINESS ETHICS MEASUREMENT MODEL OF MICRO BUSINESS
ENTREPRENEURS IN SURAT THANI PROVINCE

สุภาวดี สุธธีรักษ์^{1*}, สมนึก เลิศแก้ว¹, วราพร กาญจนคลอด²

Supawadee Sutthirak^{1*}, Somnuk Lirdkaew¹, Waraporn Kanjanaklod²

¹คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี สุราษฎร์ธานี ประเทศไทย

¹Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus, Surat Thani, Thailand

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช ประเทศไทย

²Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Nakhon Si Thammarat, Thailand

*Corresponding author E-mail: supawadee.su@psu.com

บทคัดย่อ

ความเป็นมาและวัตถุประสงค์: การพัฒนาเครื่องมือวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม สามารถใช้เป็นแนวทางส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม มุ่งพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและยกระดับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความมั่งคั่งด้วยผลกำไรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะยาว บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 2) ทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ วิธีการดำเนินการวิจัย: กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 494 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ผลการวิจัย: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 มีค่า น้ำหนักองค์ประกอบเรียงจากมากไปหาน้อยได้แก่ 1) ด้านความรับผิดชอบ 2) ด้านความยุติธรรม 3) ด้านความซื่อสัตย์ 4) ด้านเคารพสิทธิของบุคคล 5) ด้านการสร้างความเชื่อถือ และ 6) ด้านรักษาสีงแวดล้อม มีค่าเท่ากับ 0.856, 0.834, 0.812, 0.782, 0.732 และ 0.450 ตามลำดับ โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (CMIN/df=2.971, p-value=0.000, RMSEA=0.063, GFI=0.902, IFI=0.913, CFI = 0.912, RMR =0.029) สรุป: โมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวัดระดับจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดย่อมได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: องค์ประกอบเชิงยืนยัน, จริยธรรมทางธุรกิจ, ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

Abstract

Background and Objectives: The development of a tool to measure the business ethics of micro business entrepreneurs can be used as a guideline to encourage entrepreneurs to have the potential to operate ethically as well as aim to develop strategies for operating in order to gain a competitive advantage. and raise the level of ethics in business operations. This will lead to wealth creation with continuously increasing profits over the long term. This article aims to 1) analyze the second confirmatory component of the model for measuring business ethics of micro business entrepreneurs in Surat Thani Province and 2) test the consistency of the model for measuring business ethics of micro business entrepreneurs in Surat Thani province with empirical data. **Methodology:** The sample group consisted of 494 micro business entrepreneurs in Mueang District, Surat Thani Province. A quota sampling method was used. Use questionnaires to collect data. Statistics used to analyze the data were second order confirmatory component analysis. **Main Results:** The results of the data analysis at the statistical significance level are 0.01. The weight of the components in order from highest to lowest are 1) responsibility, 2) justice, 3) honesty, 4) respect for the rights of individuals, 5) creation trust and 6) environmental protection have values equal to 0.856, 0.834, 0.812, 0.782, 0.732 and 0.450, respectively. The model is consistent with empirical data. (CMIN/df=2.971, p-value=0.000, RMSEA=0.063, GFI=0.902, IFI=0.913, CFI = 0.912, RMR =0.029). **Conclusions:** A model for measuring business ethics of micro business entrepreneurs in Surat Thani Province, which can be used as a tool to appropriately measure the level of business ethics of micro business entrepreneurs.

Keywords: Confirmatory Factor Analysis, Business Ethics, Micro Business Entrepreneurs

บทนำ

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้รายงานผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในไตรมาสสุดท้ายของปี 2565 มีแนวโน้มชะลอตัวลง และฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องทุกขนาดวิสาหกิจในช่วงครึ่งแรกของปี 2566 มีมูลค่า 3,110,835 ล้านบาท ขยายตัวจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 4.2% คิดเป็นสัดส่วน 35.2% โดยมีปัจจัยส่งผลการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ รายได้จากการท่องเที่ยวทั้งจากคนไทยและชาวต่างชาติ ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้าและภาคการบริการขยายตัวต่อเนื่อง ได้แก่ ธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจสปาและธุรกิจเวลเนส (Wellness Business) รวมถึงการบริโภคภาคเอกชน และการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังคงขยายตัว โดยเฉพาะการจ้างงานในสาขาการบริการ ในขณะที่ดัชนีศักยภาพและโอกาสในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดย่อมที่เป็นบุคคลธรรมดา พบว่าวิสาหกิจขนาดย่อมมีศักยภาพและโอกาสในการเติบโตในระดับต่ำ ขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมมีศักยภาพและโอกาสในการเติบโตในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยของดัชนีศักยภาพและโอกาสในการเติบโตเท่ากับ 0.52 ในวิสาหกิจขนาดย่อม และ 0.57 ในวิสาหกิจขนาดย่อม ทั้งนี้พบว่าวิสาหกิจขนาดย่อมมีศักยภาพในระดับต่ำที่สุดในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการดำเนินงานของกิจการ ขณะที่ด้านปัจจัยพื้นฐานของกิจการและด้านผลประกอบการของกิจการมีศักยภาพระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่าปัญหาของวิสาหกิจขนาดย่อมคือผู้ประกอบการขาดความรู้และทักษะในการดำเนินงานจึงส่งผลให้สร้างผลประกอบการได้ในระดับปานกลาง (Office of Small and

Medium Enterprise Promotion, 2023) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแตกต่างจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากจ้างคนน้อยกว่า มีทรัพยากรทางการเงินและทรัพยากรบุคคลจำกัด ขาดความรู้ ขาดแคลนทรัพยากร ขาดมุมมองเชิงกลยุทธ์ มีโครงสร้างองค์กรที่ไม่เป็นทางการ (Mayanja, J., & Perks, S., 2017; Dvorsky, J., et al., 2020; Ibañez, J. C., & Fernandez, J. L., 2021) ส่งผลไปยังประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ทั้งในด้านการผลิตหรือแปรรูปที่ได้มาตรฐานการส่งมอบที่ตรงเวลา การกำหนดราคาและการให้ส่วนลดที่เสมอภาคกัน รวมถึงมาตรฐานในการบริหารจัดการ เช่น การปฏิบัติตามกฎระเบียบการจ้างงานและการเลิกจ้าง การจัดการสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานที่ถูกสุขลักษณะ การเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าและราคาที่ชัดเจน การรักษาข้อมูลของลูกค้า เป็นต้น ทั้งนี้กิจกรรมทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องไม่แยกออกจากการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมของธุรกิจ ซึ่งการดำเนินงานที่ขาดจรรยาบรรณจะทำให้ธุรกิจได้รับความเสียหายในระยะยาว (Syariati, A., 2022)

จริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในระยะยาว การดำเนินงานโดยยึดมั่นในหลักจริยธรรมช่วยส่งเสริมให้กิจการได้รับความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า และชุมชนในวงกว้าง ทั้งยังเป็นการรักษาขวัญกำลังใจของพนักงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อกระบวนการในการประกอบธุรกิจที่ตรงไปตรงมาและเพื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น (Piros, S. & Chaiyesh, T., 2022) การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมจึงจะทำให้ธุรกิจอยู่รอดและดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง ผู้ประกอบการต้องนำจริยธรรมมาใช้ทั้งในด้านการทำงานของพนักงาน งานด้านการตลาด การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดูแลสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (Sura, K., 2020) ปัจจุบันประเด็นความบกพร่องทางจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการเป็นประเด็นที่ถูกเปิดเผยขึ้นอย่างกว้างขวางด้วยสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลที่สามารถเผยแพร่ไปได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังเป็นประเด็นและช่องทางที่ใช้ในการทำลายคู่แข่งทางธุรกิจอีกด้วย แต่หากกิจการสามารถยับยั้งในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความมีจริยธรรมยังช่วยให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน ความสมดุลระหว่างจริยธรรมและผลกำไรกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิธีที่ธุรกิจดำเนินธุรกิจและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงซัพพลายเออร์ ลูกค้า และพนักงาน แม้ว่าผลกำไรมีความสำคัญต่อการอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจก็ตาม พฤติกรรมที่มีจริยธรรมก็มีความสำคัญไม่แพ้กันในการสร้างชื่อเสียงเชิงบวก การสร้างความไว้วางใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการมีส่วนร่วมต่อความสำเร็จในระยะยาวขององค์กร สำหรับธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยผลกำไรในระยะสั้นมากกว่าความพึงพอใจของลูกค้าในระยะยาว อาจนำไปสู่การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุก การดำเนินธุรกิจที่ผิดจรรยาบรรณและผลิตภัณฑ์หรือบริการคุณภาพต่ำ ลูกค้าอาจรู้สึกว่าคุณเอาเปรียบ ส่งผลให้สูญเสียความไว้วางใจและความภักดี พฤติกรรมที่ผิดจรรยาบรรณถือเป็นความเสี่ยงทางธุรกิจและอาจนำไปสู่ต้นทุนที่สำคัญในองค์กร ได้แก่ การลงโทษทางกฎหมาย การยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ความเสียหายต่อชื่อเสียงของแบรนด์ ระดับความพึงพอใจและการรักษาพนักงานที่ลดลง ระดับการรักษาลูกค้าและความภักดีของลูกค้าลดลง ในทางกลับกันการดำเนินธุรกิจที่มีจริยธรรมสามารถนำมาซึ่งข้อได้เปรียบทางธุรกิจ เช่น การได้รับเงื่อนไขพิเศษจากซัพพลายเออร์ การเข้าถึงตลาดที่ดีขึ้น ชื่อเสียงและความภักดีของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมจะสร้างเครือข่ายและนำไปสู่หุ้นส่วนทางธุรกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่ม เช่นเดียวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น คู่ค้าทางธุรกิจ และภาคประชาสังคม คาดหวังมาตรฐานการดำเนินงานของกิจการภายใต้กรอบจริยธรรมที่สูงขึ้น การดำเนินงานภายใต้กฎหมายไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังที่สูงขึ้นได้ ดังนั้นการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมทางธุรกิจจึงมีประสิทธิผลมากกว่าการดำเนินงานตามกฎหมายเพียงอย่างเดียวและในระยะยาวกิจการจะสามารถเพิ่มผลกำไรได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้กิจการอาจจะล้มเหลวได้ด้วยปัจจัยภายนอกบางประการถึงแม้กิจการจะ

ดำเนินงานภายใต้กรอบจริยธรรมอย่างเคร่งครัด เช่น สถานการณ์โรคระบาด ภัยพิบัติที่รุนแรง สงครามกลางเมือง เศรษฐกิจที่ตกต่ำ เป็นต้น (OECD, 2023)

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ดำเนินงานด้านกิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง หรือกิจการค้าปลีกที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 5 คนหรือรายได้ต่อปีไม่เกิน 1.8 ล้านบาท (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2020) ในปี 2565 จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 76,782 ราย มากเป็นอันดับ 2 ของภาคใต้ โดยมีผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำนวน 55,125 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.79 และมีการจ้างงานจำนวน 98,005 คน (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2023) ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีสัดส่วนที่สามารถสร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมให้แก่จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ จึงทำให้สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้กำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - พ.ศ. 2570) โดยมุ่งพัฒนาผู้ประกอบการให้มีทักษะในการวิเคราะห์ และมีองค์ความรู้ด้านการจัดการฐานข้อมูล สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ รวมถึงคำนึงการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อการวางแผนธุรกิจ ส่งเสริมการใช้ระบบประกันความเสี่ยงภัยของสินค้าและบริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โดยมีเป้าหมายในการยกระดับศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ (Industrial Office of Surat Thani Province, 2023) ทั้งนี้การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมนั้นต้องสามารถวัดระดับจริยธรรมในการดำเนินงานได้อย่างชัดเจนและครอบคลุม จึงจะสามารถส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการได้อย่างเหมาะสม

จากสภาพปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงพัฒนาเครื่องมือวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม โดยใช้แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจที่สำคัญ ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ การสร้างความเชื่อถือ (Ogbari, M. E., et al., 2016) ความยุติธรรม (Manulang, A., et al., 2022; De-Arteaga, M., et al., 2022) การเคารพสิทธิของบุคคล (Čertanec, A., 2020; Gutterman, A. S., 2022) การรักษาสิ่งแวดล้อม (Sura, K., 2020; Gutterman, A. S., 2022) ซึ่งเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปใช้วัดระดับจริยธรรมของผู้ประกอบการขนาดย่อมและยังใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการ การพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ยกย่องจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ สร้างชื่อเสียงและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในประเด็นความซื่อสัตย์ ความยุติธรรม ความรับผิดชอบ ความน่าเชื่อถือ การเคารพสิทธิส่วนบุคคล การรักษาสิ่งแวดล้อม และจะนำไปสู่การสร้าง ความมั่งคั่งด้วยผลกำไรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (The second order confirmatory factor analysis) มีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำนวน 55,125 ราย (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2023) ซึ่งการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรมีจำนวน 200 ตัวอย่างขึ้นไปและควรเป็น 10 - 20 เท่าของค่าพารามิเตอร์ (Hair, J. et al., 2014) จากการคำนวณค่าพารามิเตอร์ มีจำนวน 27 พารามิเตอร์ กลุ่มตัวอย่างควรจะเป็น 270 - 540 ตัวอย่าง จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 500 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยจังหวัดสุราษฎร์ธานีมี 11 ตำบล ซึ่งตำบลตลาดเป็นตำบลที่เป็นศูนย์กลางการค้าขายจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 50 ตัวอย่าง ที่เหลืออีก 10 ตำบล กำหนดกลุ่มตัวอย่างตำบลละ 45 ตัวอย่าง จากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลโดยตรงจากกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามมีความสมบูรณ์เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 494 ชุด คิดเป็นร้อยละ 98.80

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 10 ข้อ เป็นแบบตรวจสอบรายการและเติมคำในช่องว่าง ได้แก่ เพศ อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน/หน้าที่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการดำเนินงานต่อเดือน จำนวนบุคลากร ประเภทธุรกิจ และลักษณะของสินค้า/บริการ และตอนที่ 2 ประกอบด้วยแบบสอบถามระดับจริยธรรมในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาข้อคำถามจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาสังเคราะห์ได้ 6 องค์ประกอบได้แก่ 1) ด้านความซื่อสัตย์ (HON) มีข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ 2) ด้านความยุติธรรม (FAIR) มีข้อคำถามจำนวน 12 ข้อ 3) ด้านความรับผิดชอบ (RESP) มีข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ 4) ด้านการสร้างความเชื่อถือ (TRUS) มีข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ 5) ด้านเคารพสิทธิของบุคคล (RIGH) มีข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ และ 6) ด้านรักษาสีสิ่งแวดล้อม (ENVI) มีข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ รวมทั้งสิ้นจำนวน 63 ข้อ แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 5 คน มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) อยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 ทุกข้อ การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยกำหนดให้แต่ละปัจจัยของแบบสอบถามต้องมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาคมากกว่า 0.70 (Kline, R. B., 2015) ผู้วิจัยได้นำไปทดลองเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ปรากฏว่าทุกองค์ประกอบมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาคอยู่ระหว่าง 0.828 - 0.900 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดและถือว่าอยู่ในระดับดีมาก

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) พร้อมทั้งหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (Secondary - Order Confirmatory Factor Analysis: S-CFA) โดยเกณฑ์การพิจารณา ได้แก่ ค่า CMIN/df น้อยกว่า 3 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) อยู่ระหว่าง 0.05 - 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index: GFI) มากกว่า 0.90 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนของข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดลที่กำหนดขึ้น (Incremental Fit Index: IFI) มากกว่า 0.90 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (Comparative Fit Index: CFI) มากกว่า 0.90 ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (Root of Mean Square Residual: RMR) น้อยกว่า 0.05 (Hu, L.T. & Bentler, P.M., 1999; Diamantopoulos, A., et al., 2000; Schumacker, R. E., & Lomax, R. G., 2010; Kline, R. B., 2015) สำหรับการวิเคราะห์ความเหมาะสมเบื้องต้นของข้อมูล ประกอบด้วย

3.1 ตัวแปรสังเกตได้มีค่าเฉลี่ย (Mean) อยู่ระหว่าง 3.726 - 4.247 (ระดับมาก) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) อยู่ระหว่าง 0.510 - 0.855 ซึ่งค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานไม่เกิน 1 นั้นแสดงว่าข้อมูลมีการกระจายใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ย (Curran, P. J., et al., 1996)

3.2 ค่าความเบ้ (Skewness) อยู่ระหว่าง -2.363 ถึง -0.649 ค่าความโด่ง (Kurtosis) อยู่ระหว่าง -0.395 ถึง 7.314 ซึ่งค่าความเบ้อยู่ในช่วง -3 ถึง +3 และค่าความโด่งอยู่ในช่วง -10 ถึง +10 แสดงว่าข้อมูลมีแนวโน้มที่จะเข้าสู่การแจกแจงปกติ (Schumacker, R. E., & Lomax, R. G., 2010) ข้อมูลชุดนี้จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยใช้วิธีประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood ได้

3.3 ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติ Kaiser-Meyer - Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) เท่ากับ 0.906 ซึ่งมากกว่า 0.50 และเข้าใกล้ 1 (Hair, J. F., et al., 1998) แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับที่เหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันได้ และค่า Bartlett's test of Sphericity ใช้ทดสอบสมมติฐาน ซึ่งสถิติทดสอบพบว่า ค่าไคสแควร์มีค่าเท่ากับ 4243.258 และค่า Sig. เท่ากับ .000 มีค่าน้อยกว่า 0.05 (Hair, J. F., et al., 1998) แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ที่ได้นั้นไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณะ ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ตาม ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลลัพธ์การวิเคราะห์ค่า KMO และการทดสอบค่าทรงกลม

ค่าสถิติ	ผล
ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)	0.906
ค่า Bartlett's test of Sphericity	Chi-Square
	4243.258
	df
	210
	Significance
	.000
	n
	494

1. ตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรแต่ละตัว โดยใช้สถิติค่าความร่วมกัน (Communality: h²) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.525 - 0.726 มากกว่า 0.5 ทุกตัว (Hair, J. et al., 2014) แสดงว่าตัวแปรเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้

2. การวิเคราะห์ค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน (Autocorrelation) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 1.553 - 1.606 ซึ่งอยู่ในช่วง 1.5 - 2.5 (Hair, J. et al., 2014) แสดงว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง

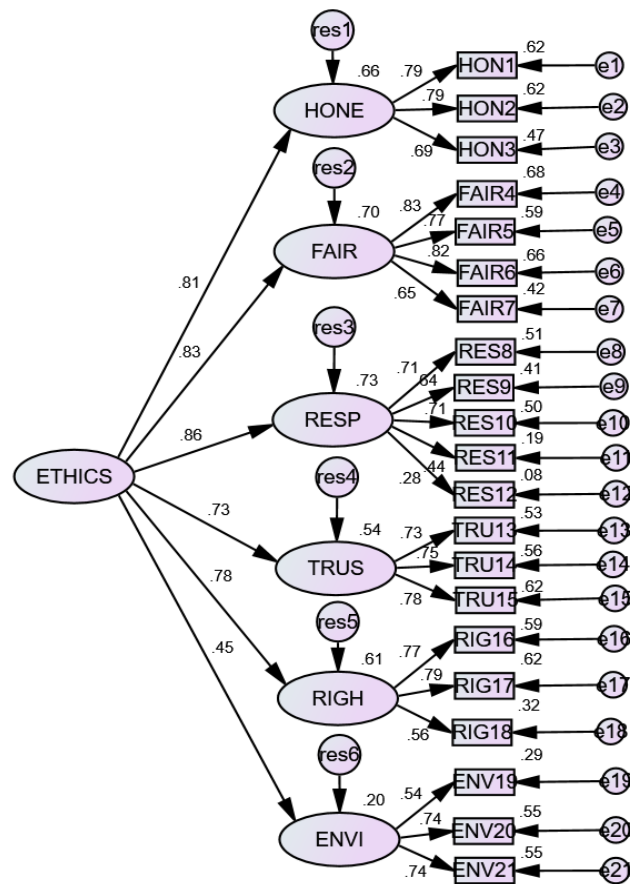
3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Correlation Pearson Product Moment) ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.105 - 0.661 ซึ่งไม่เกิน 0.8 (Field, A., 2009) ข้อมูลชุดนี้จึงเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันต่อไป

4. ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) ตรวจสอบโดยใช้ค่าสถิติ Tolerance และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่ามีค่าระหว่าง 0.235 - 0.455 และ 2.197 - 4.255 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 10 ทุกตัว (Schreiber-Gregory, D. & Jackson, H., 2017) จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์กัน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (Secondary – Order Confirmatory Factor Analysis: S-CFA) ของโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ETHICS) ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านความซื่อสัตย์ (HONE) 2) ด้านความยุติธรรม (FAIR) 3) ด้านความรับผิดชอบต่อ (RESP) 4) ด้านการสร้างความเชื่อถือ (TRUS) 5) ด้านเคารพสิทธิของ

บุคคล (RIGH) และ 6) ด้านรักษาสีสิ่งแวดล้อม (ENVI) ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองตามภาพที่ 1



Chi-Square=543.655, df=183, p-value=.000
RMSEA=.063, GFI=.902, IFI=.913, CFI=.912, RMR=.029

ภาพที่ 1 แบบจำลองการวิเคราะห์ปัจจัยยืนยันอันดับที่สอง

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อย พบว่ามีค่าไคสแควร์ (Chi-square) เท่ากับ 543.655 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 183 ค่า CMIN/df เท่ากับ 2.971 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.063 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.902 ค่าดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (IFI) เท่ากับ 0.913 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.912 ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (RMR) เท่ากับ 0.029 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (CMIN/df=2.971, p-value=0.000, RMSEA=0.063, GFI=0.902, IFI=0.913, CFI = 0.912, RMR =0.029) ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ดัชนีความเหมาะสมของแบบจำลอง

ดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าสถิติ	ผ่านเกณฑ์
CMIN/df	<3	2.971	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	0.05 – 1.00	0.063	ผ่านเกณฑ์
GFI	>0.90	0.902	ผ่านเกณฑ์
IFI	>0.90	0.913	ผ่านเกณฑ์

ตารางที่ 2 ดัชนีความเหมาะสมของแบบจำลอง (ต่อ)

ดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าสถิติ	ดัชนี
CFI	>0.90	0.912	ผ่านเกณฑ์
RMR	<0.05	0.029	ผ่านเกณฑ์

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (ETHICS) ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบในการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันอันดับสองที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเรียงจากมากไปหาน้อยได้แก่ 1) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (RESP) 2) ด้านความยุติธรรม (FAIR) 3) ด้านความซื่อสัตย์ (HONE) 4) ด้านเคารพสิทธิของบุคคล (RIGH) 5) ด้านการสร้างความเชื่อถือ (TRUS) และ 6) ด้านรักษาสภาพแวดล้อม (ENVI) มีค่าเท่ากับ 0.856, 0.834, 0.812, 0.782, 0.732 และ 0.450 ตามลำดับตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ผลลัพธ์ของการวัดแบบจำลอง

ตัวแปร		เมตริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²
		b	SE	t	
ด้านความซื่อสัตย์	HONE	0.812	0.023	15.123	0.659
ด้านความยุติธรรม	FAIR	0.834	0.021	16.767	0.696
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	RESP	0.856	0.023	14.248	0.732
ด้านการสร้างความเชื่อถือ	TRUS	0.732	0.025	12.785	0.537
ด้านเคารพสิทธิของบุคคล	RIGH	0.782	0.023	14.020	0.612
ด้านรักษาสภาพแวดล้อม	ENVI	0.450	0.026	6.887	0.202

CMIN/df=2.971, p-value=0.000, RMSEA=0.063, GFI=0.902, IFI=0.913, CFI=0.912, RMR=0.029

อภิปรายผล

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (RESP) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การควบคุมมาตรฐาน (RES8) การขึ้นราคาสินค้า (RES10) สินค้าปลอดภัย (RES9) ความรับผิดชอบต่อชุมชน (RES11) และ การแจ้งข้อมูลแก่ลูกค้า (RES12) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.711, 0.706, 0.644, 0.439 และ 0.277 ตามลำดับ โดย Karthikeyan & Sujeetha อธิบายว่าการเริ่มธุรกิจของผู้ประกอบการเกิดจากความต้องการให้ฐานะทางเศรษฐกิจของตนเองดีขึ้น ในส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นความจำเป็นเพื่อให้แน่ใจว่าสามารถอยู่รอดได้จากชื่อเสียงและลดผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงาน ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญทั้งประเด็นเศรษฐกิจของกิจการและประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมไปพร้อม ๆ กัน แม้ว่าผู้ประกอบการจะมุ่งเป้าหมายทางธุรกิจไปที่อัตรากำไรทางการเงินและการสร้างมูลค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ความรับผิดชอบต่อสังคมก็เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ โดยโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์ในการดำเนินงานขึ้นอยู่กับสมรรถนะของผู้ประกอบการที่จะไม่เพียงแต่มุ่งเป้าไปที่การเพิ่มกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว แต่ต้องสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์และทำประโยชน์เพื่อสังคมควบคู่ไปด้วย (Karthikeyan, T. & Sujeetha, S., 2019)

2. ด้านความยุติธรรม (FAIR) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สินค้าและบริการมีความเหมือนกัน (FAIR4) ความคุ้มค่า (FAIR6) การเปิดเผยข้อมูล (FAIR5) และ การไม่เอาเปรียบผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (FAIR7) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.826, 0.815, 0.766 และ 0.651 ตามลำดับ ซึ่งการดำเนินงานด้วยความยุติธรรมของผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค หาก



ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจข้อมูลของผลิตภัณฑ์และบริการน้อยมาก ส่งผลให้ผู้บริโภคลังเลที่จะกลับมาซื้อซ้ำและบอกต่อ หรือใช้วิธีการเผยแพร่ความรู้สึกไม่ยุติธรรมผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดเหตุการณ์ที่ไม่เป็นผลดีต่อการดำเนินงานของกิจการ โดยเฉพาะประเด็นด้านความโปร่งใส กิจการต้องยึดหลักของความยุติธรรมซึ่งจะครอบคลุมถึงความเท่าเทียมกันของทุกๆ คน ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพส่งมอบแก่ลูกค้า กำหนดราคาสินค้าและบริการอย่างสมเหตุสมผล แข่งขันทางธุรกิจอย่างตรงไปตรงมา ไม่กลั่นแกล้งหรือให้ร้ายคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม (Manulang, A., et al., 2022; Piros, S. & Chaiyesh, T., 2022)

3. ด้านความซื่อสัตย์ (HONE) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การให้ข้อมูลที่แท้จริง (HON1) การทำตามข้อตกลง (HON2) และ ความตรงไปตรงมา (HON3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.787, 0.786 และ 0.689 ตามลำดับ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กที่สามารถทำกำไรในการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องนั้น ต้องได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและพนักงาน มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา ต้องมีความซื่อสัตย์ทั้งในด้านการเงินและการทำธุรกิจ นำเสนอสถานการณ์ของธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ด้วยข้อเท็จจริงที่ไม่มีการโกหกทุกรูปแบบ ในบางสถานการณ์ผู้ประกอบการหรือพนักงานแสดงความไม่ซื่อสัตย์ในการดำเนินงานเพราะความโลภ มีนิสัยไม่ซื่อสัตย์ ความเกียจคร้าน ความกลัว และอิทธิพลของเพื่อนหรือคู่ค้าที่ไม่ดี ซึ่งจะส่งผลไม่ดีต่อชื่อเสียงและผลการดำเนินงานในระยะยาว (Onuoha, C.B., 2016; Sarokin. D. , 2019; Quain, S., 2019; Amesi, J. & Igberaharha, O.C., 2020) เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Piros & Chaiyesh พบว่าจริยธรรมทางธุรกิจด้านความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลกมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน (Piros, S. & Chaiyesh, T., 2022)

4. ด้านการพลีสิทธิของบุคคล (RIGH) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การไม่มีอคติต่อลูกค้า (RIG17) การให้ความสำคัญกับสิทธิส่วนบุคคล (RIG16) และ การไม่เปิดเผยข้อมูลของลูกค้า (RIG18) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.788, 0.770 และ 0.564 ตามลำดับ ซึ่ง Čertanec ได้นำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกันว่าการเคารพสิทธิมนุษยชนมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันและความมั่นคงทางธุรกิจในระยะยาว (Čertanec, A., 2020) ซึ่งธุรกิจต้องสร้างสมดุลระหว่างเป้าหมายทางเศรษฐกิจและการเคารพสิทธิของบุคคล หน่วยงานภาครัฐเล็งเห็นถึงความสำคัญในการ “รักษาข้อมูลส่วนบุคคล” จึงได้ออกพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 มุ่งเน้นไปที่การกำกับ/ควบคุมแนวทางการทำงานขององค์กร หน่วยงาน หรือนิติบุคคลให้มี “มาตรฐาน” ในการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเหมาะสมและเพียงพอ เมื่อมีความจำเป็นต้องขอใช้ข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะมีผลกระทบไปถึงการรักษาความลับ (Confidentiality) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Integrity) และความพร้อมใช้งาน (Availability) ของข้อมูลส่วนบุคคลที่ก่อให้เกิดแนวโน้มให้เกิดผลกระทบเชิงลบหรือความเสียหายในระดับบุคคลหรือองค์กร (Jiwawilaikarn, S. & Pakdeeronachit, S. , 2021)

5. ด้านการสร้างการเชื่อถือ (TRUS) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความเชื่อถือจากคู่ค้า (TRU15) ความเชื่อถือจากผู้ประกอบการรายอื่น (TRU14) และ ความไว้วางใจจากลูกค้า (TRU13) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.785, 0.750 และ 0.730 ตามลำดับ ซึ่งการได้รับความเชื่อถือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดจากการส่งมอบคุณค่าทั้งในรูปแบบของการจ่ายชำระเงินที่ตรงเวลา ความปลอดภัยที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าและบริการ ความเชื่อถือทำให้ธุรกิจเกิดความแข็งแกร่งและมีโอกาสดึงดูดลูกค้าเพิ่มขึ้น ลูกค้าบอกถึงคุณภาพของสินค้าและบริการต่อ ๆ กัน ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น โดยผู้ประกอบการต้องตระหนักว่าการได้รับความเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญในการลงทุน การตกลงทางธุรกิจ การเติบโตของธุรกิจ และยอดขายที่เพิ่มขึ้น ในทางกลับกันธุรกิจจะล้มเหลวหากต่างฝ่ายต่างไม่มีความเชื่อถือให้แก่กัน (Turyakira, P. K. , 2018; Abalala, T.S., et al., 2021)



6. ด้านรักษาสีสิ่งแวดล้อม (ENVI) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การประหยัด (ENV21) การจัดการขยะ (ENV20) และ การรักษาสีสิ่งแวดล้อม (ENV19) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.744, 0.739 และ 0.539 ตามลำดับ หากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนำแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการดำเนินงานจะได้รับประโยชน์มากมาย ซึ่งแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ 1) การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน เช่น การขจัดมลพิษทางอากาศและน้ำ การลดการใช้ไฟฟ้า 2) การจัดการของเสีย เช่น การลดบรรจุภัณฑ์พลาสติก 3) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การสร้างสรรค์นวัตกรรม และ 4) การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยใช้วัสดุที่ยั่งยืน ทั้งนี้การใช้แนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่หลากหลายสามารถสร้างชื่อเสียงและผลประโยชน์ระยะยาวเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างความแตกต่างในการแข่งขันด้วย ในขณะที่ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งยังมองว่าการรักษาสีสิ่งแวดล้อมเป็นการเพิ่มต้นทุนในการดำเนินงาน จึงดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมเฉพาะเรื่องที่กฎหมายได้กำหนดไว้ เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่เห็นถึงความสำคัญหรือขาดแคลนทรัพยากร ดังนั้นจึงเห็นได้ว่ากฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมจะถูกบังคับให้นำมาปฏิบัติมากกว่าถูกนำเสนอเป็นทางเลือกในการปฏิบัติ เนื่องจากสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นที่ส่งผลกระทบในวงกว้างต่อสังคมและชุมชนโดยรวม (Aboelmaged, M., 2018; Blasi, S., et al., 2021; Eweje, G., 2020; Ernst, R. A., et al., 2022; Tyler, B. B., et al., 2023)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีประกอบด้วยตัวแปรแฝง 6 องค์ประกอบ ตัวแปรสังเกตได้ 21 ตัว และข้อคำถาม 63 ข้อ โดยมีค่าน้ำหนักขององค์ประกอบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ด้านความรับผิดชอบ 2) ด้านความยุติธรรม 3) ด้านความซื่อสัตย์ 4) ด้านเคารพสิทธิของบุคคล 5) ด้านการสร้างความเชื่อถือ และ 6) ด้านรักษาสีสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติด้านจริยธรรมในการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อสร้างความเข้มแข็งและผลกำไรในระยะยาว ส่วนผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($CMIN/df=2.971$, $p\text{-value}=0.000$, $RMSEA=0.063$, $GFI=0.902$, $IFI=0.913$, $CFI=0.912$, $RMR=0.029$) สามารถนำโมเดลจากการศึกษาไปใช้ในการวัดระดับจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมได้อย่างน่าเชื่อถือ สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัย ในแง่ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาการดำเนินงานโดยให้ความสำคัญกับทุก ๆ องค์ประกอบโดยอ้างอิงการให้น้ำหนักความสำคัญตามลำดับของน้ำหนักองค์ประกอบ ส่วนนักวิจัยสามารถนำโมเดลวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีไปเป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัยในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานราชการสำหรับการนำโมเดลการวัดจริยธรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีไปใช้ในการวัดระดับจริยธรรมในการดำเนินงานและนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดย่อมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Abalala, T.S., et al. (2021). Impact of ethical practices on small and medium enterprises' performance in Saudi Arabia: An Partial Least Squares- Structural Equation Modeling analysis. South African Journal of Business Management, 52(1), a2551.

- Aboelmaged, M. (2018). The drivers of sustainable manufacturing practices in Egyptian SMEs and their impact on competitive capabilities: A PLS-SEM model. *Journal of Cleaner Production*, 175(2018), 207–221.
- Amesi, J. & Igberaharha, O.C. (2020). Perceived influence of honesty and integrity on small scale entrepreneurship businesses in university campuses in delta and rivers states. *Rivers State University Journal of Education*, 23(1-2), 109-119.
- Blasi, S., et al. (2021). Selling circularity: Understanding the relationship between circularity promotion and the performance of manufacturing SMEs in Italy. *Journal of Cleaner Production*, 303(2021), 127035.
- Čertanec, A. (2020). The impact of corporate respect for human rights on the competitiveness and long-term business stability. *International Journal of Contemporary Business and Economics*, 2(1), 13-37.
- Curran, P. J., et al. (1996). The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological Methods*, 1(1), 16-29.
- De-Arteaga, M., et al. (2022). Algorithmic fairness in business analytics: Directions for research and practice. *Production and Operations Management*, 31(1), 3749-3770.
- Diamantopoulos, A., et al. (2000). *Introducing LISREL: A Guide for the Uninitiated*. London: Sage Publications.
- Dvorsky, J., et al. (2020). Impact of selected economic factors on the business environment: The case of selected east european countries. *Polish Journal of Management Studies*, 22(2), 96-110.
- Ernst, R. A., et al. . (2022). SMEs' reluctance to embrace corporate sustainability: The effect of stakeholder pressure on self-determination and the role of social proximity. *Journal of Cleaner Production*, 335(2022), 130273.
- Eweje, G. (2020). Proactive environmental and social strategies in a small-to medium-sized company: A case study of a Japanese SME. *Business Strategy and the Environment*, 29(7), 2927-2938.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. (3th ed.). London: Sage Publications.
- Guterman, A. S. (2022). *Business and Human Rights. Businesses and Human Rights of Older Persons*. Retrieved December 25, 2023, from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4111601
- Hair, J. et al. (2014). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hair, J. F., et al. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hu, L.T. & Bentler, P.M. . (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Ibañez, J. C., & Fernandez, J. L. . (2021). Ethical infrastructure on small and medium enterprises: Actionable items to influence the perceived importance of ethics. *Business and Society Review*, 126(3), 339-361.



- Industrial Office of Surat Thani Province. (2023). Industrial development action plan of Surat Thani Province, 5 year (2023-2027). Surat Thani: Industrial Office of Surat Thani Province.
- Jiwawilaikarn, S. & Pakdeeronachit, S. . (2021). The awareness regarding personal rights protection from using privacy data in the business sector of Bangkok citizen. *Journal of Communication Arts Review*, 25(3), 35-53.
- Karthikeyan, T. & Sujeetha, S. (2019). Entrepreneurship and corporate social responsibility. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 6(1), 992-996.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: Guildford Press.
- Manulang, A., et al. (2022). Analysis Related to Fairness in Doing Business by Lona Furniture Shop Owners Towards Their Employees. *International Journal of Business and Applied Economics*, 2(1), 45-50.
- Mayanja, J., & Perks, S. (2017). Business practices influencing ethical conduct of small and medium-sized enterprises in Uganda. *African Journal of Business Ethics*, 11(1), 43-62.
- OECD. (2023). *OECD Guidelines for Multinational Enterprises on Responsible Business Conduct*. OECD Publishing, Paris. Retrieved December 20, 2023, from <https://doi.org/10.1787/81f92357-en>.
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2020). Defining the characteristics of small enterprises. Retrieved December 25, 2023, from <https://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER039/GENERAL/DATA0000/00000651.PDF>
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2023). MSME Outlook Q3/2023. Retrieved December 25, 2023, from https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20230929201320.pdf
- Ogbari, M. E., et al. (2016). Entrepreneurship and Business Ethics: Implications on Corporate Performance. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(3), 50-58.
- Onuoha, C.B. (2016). *Family Business Owing and Managing Generational Enterprises*. Port Harcourt: African Entrepreneurship and Leadership Initiative Enterprise Publisher.
- Piros, S. & Chaiyesh, T. . (2022). Business Ethics Affect to Performance of Small and Medium Generation X and Generation Y Entrepreneurs in Phitsanulok Province. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 4(1), 1-17.
- Quain, S. (2019). Why is Honesty Important in a Business? Retrieved December 20, 2023, from <https://smallbusiness.chron.com/honesty-important-business-22624.html>
- Sarokin. D. . (2019). Definition of Small Scale Enterprises. Retrieved December 10, 2023, from <https://www.smallbusiness.chron.com/definition-smallscale-enterprise-17652.html>
- Schreiber-Gregory, D. & Jackson, H. (2017). Multi-collinearity: What is it, why should we care, and how can it be controlled. Retrieved December 25, 2023, from <https://www.semanticscholar.org/paper/Multicollinearity-%3A-What-Is-It-%2C-Why-Should-We-Care-Schreiber-Gregory-Jackson/5a891e686fedc226942727b76ba568602ac94006>

- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). A beginner's guide to structural equation modeling (3rd ed.). London: Routledge/Taylor & Francis Group.
- Sura, K. (2020). The Ethical Practice in Organizational Business Operations to Strengthen the Business Survival. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University*, 15(3), 235-246.
- Syariati, A. (2022). SMEs' performance in Indonesia: The nexus of notable ethics-strategic Behavior Constructions. *Psychology Research and Behavior Management*, 15(2022), 3039-3052.
- 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.
- Tyler, B. B., et al. . (2023). Environmental practice adoption in SMEs: The effects of firm proactive orientation and regulatory pressure. Retrieved December 25, 2023, from <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/00472778.2023.2218435?needAccess=true>