

## บทคัดย่อ

179525

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงจริยธรรมทางธุรกิจกับปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจของนักธุรกิจในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นข้อมูลในการเสริมสร้างและพัฒนาจริยธรรมของนักธุรกิจ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ผู้ประกอบการ 2 กลุ่ม กลุ่มละ 400 คน รวม 800 คน และผู้บริหาร 2 กลุ่ม กลุ่มละ 400 คน รวม 800 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม 4 ชุด คือ แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ 2 ชุด ได้แก่ พฤติกรรมเชิงจริยธรรมทางธุรกิจของนักธุรกิจและปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจของนักธุรกิจ และแบบสอบถามสำหรับผู้บริหาร 2 ชุด ได้แก่ พฤติกรรมเชิงจริยธรรมทางธุรกิจของนักธุรกิจและปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจของนักธุรกิจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยคำนวณหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์ เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test และ F-test

จากการวิเคราะห์ผลปรากฏว่า

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงจริยธรรมของนักธุรกิจที่มีต่อลูกค้า คู่แข่งขัน หน่วยราชการ พนักงาน และสังคม ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริหาร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกกลุ่ม
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบขององค์การธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงจริยธรรมทางธุรกิจ ได้แก่ คุณธรรมส่วนบุคคล นโยบายบริษัท / หน่วยงาน พฤติกรรมผู้บังคับบัญชา กฎ ระเบียบ เจ้าหน้าที่ของรัฐ การศึกษา และการแข่งขัน ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริหารพบว่าอยู่ในอันดับที่เหมือนกัน

3. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงจริยธรรมของนักธุรกิจ  
จำแนกตามลักษณะของธุรกิจพบว่า ในส่วนของรูปแบบการประกอบธุรกิจมีความแตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนในประเภทธุรกิจและขนาดธุรกิจไม่มีความแตกต่างกันอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจของนักธุรกิจที่มีต่อ ลูกค้า คู่  
แข่งขัน หน่วยราชการ พนักงาน และสังคม ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค มีความแตกต่าง  
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกกลุ่ม

5. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่นำไปสู่ปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจ ได้แก่  
คุณธรรมส่วนบุคคล นโยบายบริษัท/หน่วยงาน พฤติกรรมผู้บังคับบัญชา กฎ ระเบียบ เจ้าหน้าที่  
ของรัฐ การศึกษา และการแข่งขัน ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค พบว่าอยู่ในอันดับที่  
เหมือนกัน

6. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจจำแนกตาม  
รูปแบบการประกอบธุรกิจ ประเภทธุรกิจและขนาดของธุรกิจ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเชิงจริยธรรมทางธุรกิจกับปัญหาจริยธรรม  
ทางธุรกิจของนักธุรกิจในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในทัศนะของผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีต่อ  
ลูกค้า คู่แข่งขัน หน่วยงานราชการ พนักงานและสังคม พบว่า มีความสัมพันธ์กันสูงและอยู่ใน  
อันดับใกล้เคียงกัน

This research aimed to study business ethical behaviors and business ethical problems of businesspeople Surat Thani Province. The information will be useful for promoting and developing ethics of businessmen. The research methodology was a survey research. Samples were four groups. There were two groups of entrepreneurs and two groups of consumers, 400 people each. The research used random sampling method, specified amount type. The study tools were 4 sets of questionnaires, two questionnaires for entrepreneurs and two for consumers. The questionnaires were about business ethical behaviors and business ethical problems of businesspersons. The data analysis methods were frequency, percentage, standard deviation, correlation, and differentiate averages by t-test and F-test.

The study found that :

1. Opinions about business ethical behaviors of businesspersons toward customers, competitors, government units, employees, and social, between entrepreneurs and consumers were statistically different at 0.05 for every group.
2. Opinions about business organization factors effecting business ethical behaviors such as personal moral, policy of company or department, administrators' behavior, rules and regulations, government officers, education, and competition between entrepreneurs and consumers were in the same level.
3. Opinions of entrepreneurs toward business ethical behaviors of businesspersons, divided by business features, were that business ways were significantly different at 0.05 and business types and business sizes were statistically indifferent at 0.05
4. Opinions of business ethical problems of businesspersons toward customers, competitors, government units, employees and social, between entrepreneurs and consumers were statistically different at 0.05 for very group.
5. Opinions about causes or department, administrators' behavior, rules and regulations, government officers, education, and competition between entrepreneurs and consumers were in the same level.
6. Opinions of businesspersons toward business ethical problems, divided by business way, business types, and business sizes, were statistically indifferent at 0.05 .
7. Relationship between business ethical behaviors and business ethical problems of businesspersons in Surat Thani Province in vision of entrepreneurs and consumers toward customers, competitors, government units, employees and social, were extremely correlated in the similar level.