

จริยธรรมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในเขตพื้นที่ภาคกลาง Ethics of rice mill operators in the central region

พชรมน บุญแสน

Pacharamon Boonsan

สาขาวิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์

General Education Faculty of Liberal Arts

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ

Rajamangala University of Technology Tawan-ok: Chakrabongse Bhuvanath campus

Email: Pacharamon9@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received) : 9 กันยายน 2564

วันที่แก้ไขบทความ (Revised) : 8 พฤศจิกายน 2564

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) : 5 ธันวาคม 2564

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับจริยธรรมด้านการบริหาร ระดับจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จริยธรรมด้านการบริหารที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวประชากรที่ทำการศึกษาคือ ผู้ประกอบการโรงสีข้าว ในเขตพื้นที่ภาคกลาง 21 จังหวัด จำนวน 134 แห่ง

ผลการศึกษา พบว่า (1) ระดับจริยธรรมด้านการบริหารอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหาร มีการคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กร มีความเป็นธรรม ยุติธรรม การเคารพในปัจเจกบุคคล มีความรับผิดชอบต่อความสำเร็จขององค์กรและมีการกำหนดนโยบายในการจ้างงานอยู่ในระดับมาก มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร มีการสร้างความเข้าใจให้พนักงาน มีการรับฟังความคิดเห็น มีความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของพนักงานและมีการกระจายอำนาจหรือการมอบหมายงานอยู่ในระดับปานกลาง (2) ระดับจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคสินค้าและมีการเคารพสิทธิมนุษยชนอยู่ในระดับมาก มีการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีการเลือกคู่ค้าและหุ้นส่วน มีความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง มีการคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัย มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม มีการสร้างนวัตกรรมและการเผยแพร่และมีการจัดการทรัพยากรอยู่ในระดับปานกลาง จริยธรรมด้านการบริหารส่งผลต่อจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวร้อยละ 65.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: จริยธรรม, ผู้ประกอบการ, ความรับผิดชอบต่อสังคม

Abstract

The purpose of this study was to study the level of management ethics. Social Responsibility Ethics Level Management ethics that affect the social responsibility of rice mill operators The study population was rice mill operators. in the central region, 21 provinces, 134 places

The results of the study found that (1) the level of management ethics was moderate. by using the principles of good governance in the administration The interests of the organization are taken into account. There is fairness, fairness, respect for the individual. There is a high level of responsibility for the organization's success and employment policies. The organization's rules and regulations are followed. There is an understanding of employees. opinions are heard There was an understanding of the rights and duties of the employees and the decentralization or assignment of work was at a moderate level. (2) The level of social responsibility ethics was moderate. with good corporate governance Responsibility to consumers of goods and respect for human rights at a high level There is participation in community and social development. Partners and partners are selected. Responsible for nearby communities Health and safety are taken into account. have to take care of the environment There was innovation and dissemination, and resource management was moderate. Management ethics affects the social responsibility ethics of rice mill operators by 65.00 percent with a statistically significant level of .01.

Keywords: Ethics, Entrepreneurship, Social Responsibility

1. บทนำ

ยุทธศาสตร์ข้าวไทย ปี 2563-2567 โดยมีวิสัยทัศน์ คือ ไทยเป็นผู้นำการผลิต การตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวคุณภาพของโลก ภายใต้ยุทธศาสตร์ ตลาดนำการผลิต โดยแบ่งข้าวออกเป็น 7 ชนิด ตามความต้องการของตลาด 3 ประเภท ดังนี้ 1. ตลาดพรีเมียม ได้แก่ ข้าวหอมมะลิและข้าวหอมไทย 2. ตลาดทั่วไป ได้แก่ ข้าวขาวพื้นนุ่ม ข้าวขาวพื้นแข็ง และข้าวเหนียว และ 3. ตลาดเฉพาะ ได้แก่ ข้าวเหนียว และข้าวสีหรือข้าวคุณลักษณะพิเศษ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการค้าข้าวและยกระดับกลไก การซื้อขายสู่มาตรฐานสากล เป้าหมาย เช่น 1) มีกระบวนการผลิตข้าวสารที่ได้รับการพัฒนาสู่มาตรฐานสากล และ 2) ผู้ผลิตและผู้ค้าข้าวไทยมีศักยภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มขึ้น กลยุทธ์ เช่น 1) การปรับปรุงกฎระเบียบการค้าข้าวและฐานข้อมูลผู้ประกอบการค้าข้าว 2) การจัดระบบการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพข้าวสารที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และ 3) การส่งเสริมและพัฒนากระบวนการผลิตข้าวของโรงสีสู่มาตรฐานสากล (ยุทธศาสตร์ข้าวไทย ปี 2563-2567, กรมการค้าข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2563)

ข้าวนับเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจสำคัญของประเทศ ทั้งในด้านการบริโภคและการเป็นสินค้าเกษตรส่งออกอันดับหนึ่งของประเทศไทย อีกทั้งยังมีความสำคัญต่อภาวะเศรษฐกิจภูมิภาค เนื่องจากเป็นพืชเกษตรหลักของประเทศ ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมข้าวไทย ประกอบด้วย ธุรกิจต้นน้ำ คือ เกษตรกรรายย่อยที่ทำการปลูกข้าว ธุรกิจกลางน้ำ คือ โรงสีข้าว เป็นการนำข้าวเปลือกมาสีเป็นข้าวสาร ปัจจุบันโรงสีข้าวในประเทศไทยมีปัญหากำลังผลิตส่วนเกินสูง มีกำลังสีข้าวรวมทั้งระบบถึงกว่า 100 ล้านตันหรือกว่า 3 เท่าของปริมาณผลผลิตข้าวของไทย โดยโรงสีข้าวขนาดใหญ่ ที่มีการลงทุนด้านเทคโนโลยีการสี ปรับสภาพข้าวและไซโลเพื่อเก็บสต็อกข้าว มักเป็นธุรกิจในเครือของผู้ส่งออกข้าวหรือรับจ้างสีหรือปรับปรุงคุณภาพข้าวให้กับผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ของประเทศ ส่งผลให้มีความได้เปรียบด้านตลาดและมีกำลังสีส่วนเกินต่ำกว่าโรงสีข้าวขนาดเล็ก ธุรกิจปลายน้ำ คือ ผู้ค้าข้าวสารที่ซื้อข้าวสารจากโรงสีเพื่อไปจำหน่ายต่อทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออก (วิจัยกรุงศรี, 2562)

ธุรกิจค้าข้าวในปัจจุบัน มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ซึ่งเป็นผลทำให้ผู้ประกอบการต้องหากลยุทธ์และวิธีการต่าง ๆ เขามาเพื่อใช้ในการแข่งขันกันทางธุรกิจ ทำให้หลายสถานประกอบการโรงสีข้าวมองข้ามจริยธรรม แต่การที่ธุรกิจให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลให้เกิดการยอมรับของสาธารณชน รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์การและเป็นที่น่าเชื่อถือสำหรับผู้บริโภคและผู้ลงทุนจากนานาประเทศ นำไปสู่ความไว้วางใจและการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจขององค์การ เกิดการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นตามทันคู่แข่ง เนื่องจากคุณภาพและความสามารถในการผลิตที่เพิ่มขึ้น ช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้นจากการขาย ผลประกอบการด้านการเงินเพิ่มขึ้น สิ่งสำคัญคือ เพิ่มความสามารถในการดึงดูดและรักษานักงานภาคอุตสาหกรรมเริ่มสนใจเรื่องจริยธรรมมากขึ้น ในการดำเนินงานระยะยาวนั้นจริยธรรมในการประกอบธุรกิจถือเป็นการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่เป็นประโยชน์กับภาคอุตสาหกรรมอย่างมากคือ การเติบโตและคงอยู่อย่างยั่งยืนควบคู่กับการช่วยสนับสนุนสังคมที่ภาคอุตสาหกรรมอยู่นั้นดียิ่งขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเรื่องจริยธรรมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในเขตพื้นที่ภาคกลาง เพื่อนำเสนอแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาจริยธรรมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในเขตพื้นที่ภาคกลางสามารถพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับจริยธรรมด้านการบริหารของผู้ประกอบการโรงสีข้าว
2. เพื่อศึกษาระดับจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว
3. เพื่อศึกษาจริยธรรมด้านการบริหารที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว

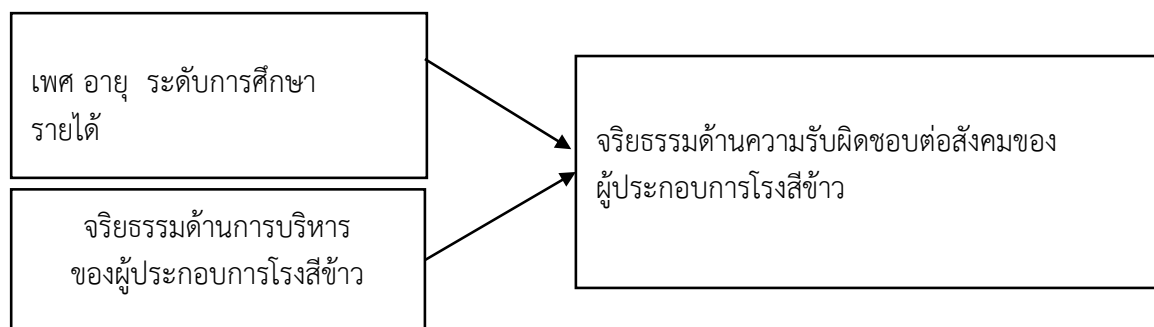
3. ขอบเขตการวิจัย

พื้นที่ที่ทำการวิจัย คือ โรงสีข้าวในเขตพื้นที่ภาคกลางทั้งหมด 17 จังหวัด ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการโรงสีข้าว หมายถึง ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการโรงสีข้าวในเขตพื้นที่ภาคกลาง 17 จังหวัด

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการศึกษาจะทำให้ทราบถึงระดับจริยธรรมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในเขตพื้นที่ภาคกลาง เพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบในการนำเสนอแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาจริยธรรมของธุรกิจให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนได้
2. ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อจริยธรรมและเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการโรงสีข้าวทั่วไปได้

5. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

6. สมมติฐานในการวิจัย

จริยธรรมด้านการบริหารส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว

7. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรมีจำนวนทั้งสิ้น 134 สถานประกอบการ (กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2562) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการ มีจำนวนทั้งสิ้น 134 คน ซึ่งกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ เครจซี มอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 100 คน การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ปัจจัยสภาพเศรษฐกิจและสังคมของผู้ประกอบการประกอบด้วย เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา อายุ รายได้ ส่วนที่ 2 จริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนที่ 3 จริยธรรมด้านการบริหาร ส่วนที่ 2 และ 3 ข้อคำถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิดที่ให้ผู้ตอบเลือกตอบตามระดับความคิดเห็นซึ่งคำตอบมี 5 ตัวเลือก และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง ปานกลาง 2 หมายถึง น้อย 1 หมายถึง น้อยที่สุด จากนั้นนำไปหาหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรการคำนวณค่าแอลฟาครอนบาค (Cronbach, 1951) ได้ 0.80 ถือว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและมีผู้ช่วยในการรวบรวมข้อมูลจำนวน 3 คน โดยวางแผนในการใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 3 เดือน ซึ่งผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนตามเวลาที่กำหนด จำนวน 100 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ การวิเคราะห์จริยธรรมด้านการดำเนินธุรกิจและจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต $\bar{x}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ใช้เกณฑ์ของเบสท์ Best (1981) ในการวัดระดับความเห็น การ วิเคราะห์จริยธรรมด้านการบริหารจริยธรรมด้านการบริหารที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว โดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

8. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในเขตพื้นที่ภาคกลาง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 90 และเพศหญิงจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อายุส่วนใหญ่ 55-60 ปี

จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67 ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 82 และส่วนใหญ่มีรายได้จากการประกอบอาชีพต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 78

ผลการศึกษาระดับจริยธรรมด้านการบริหารของผู้ประกอบการโรงสีข้าว พบว่า จริยธรรมด้านการบริหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 หมายถึง ผู้ประกอบการมีจริยธรรมด้านการบริหารอยู่ในระดับปานกลาง โดย (1) หลักธรรมาภิบาลในการบริหารมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.85 รองลงมาคือ (2) การคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์การมีค่าเฉลี่ย 3.64 (3) ความเป็นธรรม ยุติธรรม การเคารพในปัจเจกบุคคลมีค่าเฉลี่ย 3.58 (4) ความรับผิดชอบต่อความสำเร็จขององค์การมีค่าเฉลี่ย 3.54 และ (5) การกำหนดนโยบายในการจ้างงานมีค่าเฉลี่ย 3.50 หมายถึง มีจริยธรรมด้านการบริหารอยู่ในระดับมาก (6) การปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์การมีค่าเฉลี่ย 3.31 (7) การสร้างความเข้าใจให้พนักงานมีค่าเฉลี่ย 3.23 (8) การรับฟังความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ย 3.10 (9) ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของพนักงานมีค่าเฉลี่ย 3.02 และ (10) การกระจายอำนาจหรือการมอบหมายงานมีค่าเฉลี่ย 3.10 หมายถึง มีจริยธรรมด้านการบริหารอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาระดับจริยธรรมด้านการบริหารของผู้ประกอบการโรงสีข้าว

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D	ระดับจริยธรรมด้านการบริหาร
จริยธรรมด้านการบริหาร			
1. หลักธรรมาภิบาลในการบริหาร	3.85	.525	มาก
2. คำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์การ	3.64	.541	มาก
3. ปฏิบัติตามกฎหมายขององค์การ	3.31	.560	ปานกลาง
4. การกำหนดนโยบายในการจ้างงาน	3.50	.535	มาก
5. การรับฟังความคิดเห็น	3.10	.564	ปานกลาง
6. ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของพนักงาน	3.02	.561	ปานกลาง
7. เป็นธรรม ยุติธรรม การเคารพในปัจเจกบุคคล	3.58	.510	มาก
8. ความรับผิดชอบต่อความสำเร็จขององค์การ	3.54	.555	มาก
9. การสร้างความเข้าใจให้พนักงาน	3.23	.741	ปานกลาง
10. กระจายอำนาจหรือการมอบหมายงาน	3.10	.505	ปานกลาง
รวม	3.39	.560	ปานกลาง

ผลการศึกษาระดับจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว พบว่า จริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 หมายถึง ผู้ประกอบการมีจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง โดย (1) การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.90 รองลงมาคือ (2) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคสินค้ามีค่าเฉลี่ย 3.85 (3) การเคารพสิทธิมนุษยชนมีค่าเฉลี่ย 3.51 หมายถึง มีจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมาก (4) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมมีค่าเฉลี่ย 3.48 (5) การเลือกคู่ค้าและหุ้นส่วนมีค่าเฉลี่ย 3.45 (6) ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียงมีค่าเฉลี่ย 3.40 (7) การคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย 3.34 (8) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 3.31 (9) การสร้างนวัตกรรมและการเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ย 3.20 และ (10) การจัดการทรัพยากรมีค่าเฉลี่ย 3.10 หมายถึง ผู้ประกอบการมีจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาระดับจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D	ระดับจริยธรรมด้านความ รับผิดชอบต่อสังคม
จริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม			
1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี	3.90	.530	มาก
2. การเคารพสิทธิมนุษยชน	3.51	.521	มาก
3. การเลือกคู่ค้าและหุ้นส่วน	3.45	.581	ปานกลาง
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคสินค้า	3.85	.525	มาก
5. การจัดการทรัพยากร	3.10	.560	ปานกลาง
6. การคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัย	3.34	.570	ปานกลาง
7. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	3.48	.568	ปานกลาง
8. ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง	3.40	.575	ปานกลาง
9. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	3.31	.650	ปานกลาง
10. การสร้างนวัตกรรมและการเผยแพร่	3.20	.592	ปานกลาง
รวม	3.45	.567	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า จริยธรรมด้านการบริหารส่งผลต่อจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวร้อยละ 65.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์จริยธรรมด้านการบริหารที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.510	.112			11.540	.000
การบริหารของผู้ประกอบการโรงสีข้าว	.623	.020	.711		18.321	.000

Adjusted R² = .650 F = 1123.090 SEE = .20502 Sig. = .000** α = .05

9. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ระดับจริยธรรมด้านการบริหารอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารอยู่ในระดับมาก มีการคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กร มีความเป็นธรรม ยุติธรรม การเคารพในปัจเจกบุคคล มีความรับผิดชอบต่อความสำเร็จขององค์กร และมีการกำหนดนโยบายในการจ้างงานอยู่ในระดับมาก ส่วนการปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร มีการสร้างความเข้าใจให้พนักงาน มีการรับฟังความคิดเห็น มีความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของพนักงาน และมีการกระจายอำนาจหรือการมอบหมายงานอยู่ในระดับปานกลาง ระดับจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคสินค้า และมีการเคารพสิทธิมนุษยชนอยู่ในระดับมาก ส่วนการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีการเลือกคู่ค้าและหุ้นส่วน มีความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง มีการคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัย มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม มีการสร้างนวัตกรรมและการเผยแพร่และมีการจัดการทรัพยากรอยู่ใน

ระดับปานกลาง จริยธรรมด้านการบริหารส่งผลต่อจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าวร้อยละ 65.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผลการวิจัย

จริยธรรมด้านการบริหาร (1) หลักธรรมาภิบาลในการบริหารผู้ประกอบการโรงสีข้าวมีความซื่อสัตย์ คุณธรรม จริยธรรม และศีลธรรม เป็นองค์ประกอบหลักในการดำเนินธุรกิจ การผลิตข้าวคุณภาพเพื่อผู้บริโภค มีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุจริต และเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นทั้งรายใหญ่และรายย่อย และเพื่อผลประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องโดยรวม (สุวัฒนา ตั้งสวัสดิ์, 2561) โดยระบบการทำงานยึดมั่นในความถูกต้อง และหลักความโปร่งใส การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา และสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้ (2) การคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์การ ผู้ประกอบการมีความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มทั้งภายในและภายนอกองค์การ ให้ได้รับผลประโยชน์อย่างเหมาะสมและมีความยุติธรรม (Hasnas, 2020) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องมีระดับจริยธรรมที่เท่าเทียมกัน เพื่อความก้าวหน้าที่ของธุรกิจของเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น (3) ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบขององค์การ สถานประกอบการมีจรรยาบรรณทางธุรกิจ โดยไม่สนับสนุนให้พนักงานทุจริตและคอร์รัปชัน ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม มุ่งมั่นและรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืนและเป็นธรรม เข้าร่วมและสนับสนุนกิจกรรมเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Baden et al., 2009) ทั้งนี้ผู้จัดการต้องเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของปฏิบัติตามกฎระเบียบในการมีส่วนร่วมกับความรับผิดชอบต่อสังคม (4) การกำหนดนโยบายในการจ้างงาน มีการสรรหา การจัดจ้างโดยมีการระบุสถานที่ปฏิบัติงาน เงินเดือน หน้าที่ความรับผิดชอบ คุณสมบัติ สวัสดิการ เป็นต้น (อมรรัตน์ ถนอมแก้ว, 2559) พนักงานของโรงสีต้องมีการจัดฝึกอบรมและศึกษาดูงานในการพัฒนาความรู้เรื่อง กฎหมาย กฎระเบียบ การปฏิบัติตนภายในโรงงานด้านสุขลักษณะ วิธีการใช้เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ ที่ถูกต้อง เพื่อให้มีมาตรฐานในการปฏิบัติงานของโรงสีให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (5) รับฟังความคิดเห็น เป็นการให้เกียรติบุคคลอื่นในการรับฟังหรือแสดงความคิดเห็น ถือเป็นหนึ่งในหลักจริยธรรมพื้นฐาน สถานประกอบการจึงเน้นเป็นพิเศษในกิจกรรมทุกอย่างและแสดงความเคารพในความคิดเห็นของพนักงาน (พิชญ์ณัฐ เนื่องจำนงค์ และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2561) การสื่อสารมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับสมาชิกองค์กร โดยการขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ จูงใจให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาสังคมในการทำงาน

ระดับจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว

จริยธรรมด้านรับผิดชอบต่อสังคม (1) การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีประสิทธิภาพ สถานได้รับมาตรฐานจาก GMP, HACCP ในคุณภาพสำหรับกระบวนการผลิตข้าวหอมมะลิ รวมถึงได้รับใบรับรอง ข้าวหอมมะลิไทย โดยกระทรวงพาณิชย์ที่ให้การรับรองว่าเป็นข้าวหอมมะลิแท้ที่ได้มาตรฐานมาจากประเทศไทย ควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์สังคมและสิ่งแวดล้อมให้เติบโตอย่างยั่งยืน (วิสุทธิ หนูงาม & ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2564) โดยผู้บริหารต้องประพฤติตนอย่างมีจริยธรรม ยึดมั่นในคำสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า มีแผนกลยุทธ์ที่สอดคล้องในทิศทางเดียวกับเป้าหมายขององค์การ จึงจะนำไปสู่ความเป็นเลิศในภาคธุรกิจอย่างยั่งยืนได้ (2) การเคารพสิทธิมนุษยชนในสถานประกอบการมีการเคารพต่อสิทธิของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียโดยไม่เลือกปฏิบัติ และให้ความรู้ความเข้าใจในหลักสิทธิมนุษยชนสากลแก่พนักงานเพื่อนำไปปฏิบัติ (3) การเลือกคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสถานประกอบการมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นโดยการสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุจริต เคารพสิทธิ และความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นทุกราย (Ackoff, 1987) โดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจขององค์การมักจะรวมถึงพนักงาน ผู้ถือหุ้นเจ้าหนี้ ลูกหนี้ ชักพลาเยอร์ ตัวแทนจัดจำหน่าย เป็นต้น (4) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคสินค้า มีการใส่ใจในคุณภาพและความ

สะอาด ปลอดภัย ปราศจากสิ่งปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค จัดทำสัญญาที่เป็นธรรม เปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ อย่างตรงไปตรงมา ถูกต้องครบถ้วน ทันเวลา และไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง รักษาสารสนเทศที่เป็นความลับกับลูกค้า (Freeman et al, 2008) สิทธิที่จะได้รับแจ้งหมายความว่าผู้ขายต้องมีภาระผูกพันที่จะให้ผู้ซื้อด้วยความรู้ที่สมบูรณ์ เชื่อถือได้ และถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (5) การจัดการทรัพยากร มีการประกอบกิจการปรับปรุงคุณภาพข่าวสารเพื่อการส่งออก มีความมุ่งมั่นบริหารงานและดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบในด้านต่าง ๆ (Raj et al., 2019) เกิดการยอมรับมากขึ้นมาจากการดำเนินงานตามกฎหมายของบริษัท ในการสร้างความยั่งยืนของทรัพยากรและส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างอย่างราบรื่น

จริยธรรมด้านการบริหารส่งผลต่อจริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการโรงสีข้าว โดยผู้ประกอบการใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหาร ความซื่อสัตย์ คุณธรรม จริยธรรม และศีลธรรม มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบได้ มีการเคารพสิทธิมนุษยชนในสถานประกอบการมีการเคารพต่อสิทธิของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียโดยไม่เลือกปฏิบัติ ไม่สนับสนุนให้พนักงานทุจริต มีการกำหนดนโยบายในการจ้างงาน ตามกฎหมายคุ้มครองแรงงาน รับฟังความคิดเห็น ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของพนักงาน มีความเป็นธรรม ยุติธรรม โดยกำหนดโครงสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมสอดคล้องกับความรู้ความสามารถ มีความรับผิดชอบต่อความสำเร็จขององค์กร การสร้างความเข้าใจให้พนักงาน การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมและสร้างความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียงสถานประกอบการ มีโครงการช่วยเหลือเกื้อกูลชุมชนและสังคมโดยผ่านกระจายอำนาจหรือการมอบหมายงาน มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการสร้างนวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถนำองค์การไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนได้

10. ข้อเสนอแนะ

1. จริยธรรมด้านการบริหาร การปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์การ ผู้ประกอบการต้องตระหนักถึงจรรยาบรรณธุรกิจ กฎหมาย กฎ ระเบียบ และมาตรฐานการดำเนินงานต่าง ๆ ตลอดจนการติดตามและตรวจสอบความสอดคล้องในการดำเนินงาน เพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น การเสื่อมเสียชื่อเสียง การเสียค่าปรับ หรือการถูกสั่งระงับกิจการจากการดำเนินงานที่ไม่สอดคล้องกับกฎหมาย เป็นต้น การสร้างความเข้าใจให้พนักงาน และเพิ่มการมีส่วนร่วมของพนักงานในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างตระหนักรู้ การให้พนักงานได้มีโอกาสเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ จะช่วยเพิ่มอัตราการมีส่วนร่วมของพนักงานและประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญทำให้เกิดความสำเร็จที่ยั่งยืนของสถานประกอบการได้

2. จริยธรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคสินค้า การคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัย ผู้ประกอบการต้องจัดระบบงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อการผลิตสินค้าที่ผ่านการควบคุมคุณภาพ ส่งมอบทันเวลา เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดภาระด้านสิ่งแวดล้อมและมลพิษที่เกิดจากกระบวนการผลิต และกิจกรรมสนับสนุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และให้การอบรมแก่บุคลากรทุกระดับและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อสร้างจิตสำนึก สร้างความรู้ความเข้าใจ และผลักดันความร่วมมือและความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกันอย่างเป็นระบบ

บรรณานุกรม

- กรมการข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2563). ยุทธศาสตร์ข้าวไทย ปี 2563-2567. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2563, จาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER049/GENERAL/DATA0000/00000022.PDF>.
- กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2562). **ฐานข้อมูลเครือข่ายโรงสีข้าว**. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2563, จาก http://www.thinkricethinkthailand.com/pages/view/23/data_rice_millers.
- พิชญ์ณัฐ เนื่องจำนงค์ และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2561). **แนวทางการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับพนักงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานด้านอาสาสมัคร**. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา. 11, 104–116.
- วิจัยกรุงศรี: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2562). **แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม 2562-2564: อุตสาหกรรมข้าว**. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.krungsri.com/getmedia/c27bd671-84eb-4e9e-a9ee-20c718be0c39/IO_Rice_190814_TH_EX.pdf.aspx.
- วิสุทธิ หนุงาม & ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. (2564). **กลยุทธ์การจัดการสู่ความเป็นเลิศในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน**. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. 31(1), 144–157.
- สุวัฒนา ตั้งสวัสดิ์. (2561). **องค์ประกอบภาวะผู้นำตามแนวคิดไทยแลนด์ 4.0 ในมุมมองของผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม จังหวัดนครราชสีมา**. Suranaree Journal of Social Science. 12(2), 128–139.
- อมรรัตน์ ถนอมแก้ว, (2559). **การพัฒนาโรงสีข้าวส่งหัตถ์เข้าสู่มาตรฐาน การปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงสีข้าว: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง**. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. 8(1), 78–99.
- Ackoff, Russell L.. (1987). **Business ethics and the entrepreneur**. Journal of Business Venturing. 2, issue 3, 185-191.
- Baden, D. A., Harwood, I. A., & Woodward, D. G. (2009). **The effect of buyer pressure on suppliers in SMEs to demonstrate CSR practices: An added incentive or counter productive?**. European Management Journal. 27(6), 429–441.
- Cronbach, L. J. (1951). **Coefficient alpha and the internal structure of tests**. Psychometrika. 16, 297-334.
- Freeman, D., Pugh, K., Antley, A., Slater, M., Bebbington, P., Gittins, M., Dunn, G., Kuipers, E., Fowler, D., & Garety, P. (2008). **Virtual reality study of paranoid thinking in the general population**. The British Journal of Psychiatry: The Journal of Mental Science. 192, 258–263.
- Hasnas, J. (2020). **The core of business ethics**. Business and Society Review. 125(4), 375–385.
- Krejcie, Robert V., and Daryle W. Morgan. (1970). **Determining Sample Size for Research Activities**. Educational and Psychological Measurement. 30(3), 607–10.
- Raj, A., Kuznetsov, A., Arun, T., & Kuznetsova, O. (2019). **HOW DIFFERENT ARE CSR MOTIVES IN A DEVELOPING COUNTRY? INSIGHTS FROM A STUDY OF INDIAN AGRIBUSINESS FIRMS**. Thunderbird International Business Review. 61, 255–265.