



ความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย
ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร



โดย

นางสาวทิวินันท์ พิณสอน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย
ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**THE RELATION OF ETHICS AND SUCCESS IN STREET VENDORS
AT DISTRICT BANGKHAE BANGKOK**



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2010

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ความสัมพันธ์ของ
จริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ”
เสนอโดย นางสาวทีฐนันท์ พิณจสอน เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารท์สนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นกนที หอมสูด)

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์)

...../...../.....



52602732 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล/การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ/
ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ทิวินันท์ พินิจสอน : ความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
หาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ.ประสพชัย
พสุนนท์. 119 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ค้าปลีกหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร จำนวน 272 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า แนวทางด้านความยุติธรรมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือแนวทางด้านบรรทัดฐาน และแนวทางด้านศีลธรรม และสิทธิ 2) การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างแสดงการรับรู้อยู่ในระดับรับรู้มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมต่อกฎหมายมากที่สุด รองลงมาแสดงการรับรู้ต่อพนักงานและลูกค้า รับรู้ต่อหน่วยราชการสังคม รับรู้ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค รับรู้ต่อคู่แข่ง และรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ 3) ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนามากที่สุด รองลงมาความสำคัญในมุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเงิน ตามลำดับ 4) ด้านความสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ เช่นเดียวกัน ผู้วิจัยเสนอว่าควรมีหน่วยงานของรัฐเข้ามาดูแลให้ความรู้และพัฒนาให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจให้ถูกต้องในเรื่องของจริยธรรมที่ถูกต้อง

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

52602732 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD : ETHICS PHILOSOPHY OF PERSONAL BUSINESS/ETHICS BUSINESS/
THE SUCCESS OF THE BUSINESS

TITHINAN PINIJSORN : THE RELATION OF ETHICS AND SUCCESS IN STREET
VENDORS AT DISTRICT BANGKHAE BANGKOK. INDEPENDENT STUDY ADVISOR :
ASST.PROF.PRASOPCHAI PASUNON. 119 pp.

The purpose of this research is for studying the relation between ethics and success of vendors in street in Bangkhae district, Bangkok. The population using in this research is vendors in Bangkhae district, Bangkok about 272 people by using the questionnaire collecting data by using the statistics analyzing the data which are the percentage and the Pearson coefficient correlation.

The result found that 1) Samples generally value personal ethics business at the most importance. Considering each side found that samples value the most the justice; secondary is the utility, the moral and the right. 2) The perception of the ethics in the business, generally, samples perceive is much. Considering each side found that samples perceive the most the ethics to the law; secondary is to perceive to stuffs, employees, the social government organization, customers, opponents, environment respectively. 3) The success of the business generally samples value is at the most. Considering each side found that samples value the most the view of learning and developing; secondary is the view of customers, the view of the internal process and the financial view respectively. 4) For the relation with ethics philosophy of personal business and the success of the business, generally, their relation is from medium to the low level. For the perception about the ethics of the business and the success of the business, generally, their relation is at the low level too. I suggest that there should be governmental organization which takes good care for the knowledge and the improvement of samples so that they understand correctly the ethics.



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2010

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลงได้ เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ผศ.ประสพชัย พสุนนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ อาจารย์ ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงส์ และ อาจารย์ ผศ.นภนัท หอมสุต ที่ให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยรวมทั้งการตรวจแก้ไข เนื้อหาในส่วนต่าง ๆ ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของอาจารย์ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณพ่อค้า แม่ค้า หาบเร่แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ทุกท่านที่ เสียสละเวลา และให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลวิจัยและตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ รวมถึง ขอขอบคุณเพื่อน ๆ และรุ่นน้องบริหารคอมฯ ทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการช่วยเก็บข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง และขอขอบคุณมิตรภาพที่ดีจากเพื่อนร่วมรุ่นทุกคนที่ได้ให้ความช่วยเหลือและให้ กำลังใจ ด้วยดีเสมอมา

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อที่เป็นแรงบันดาลใจให้มาถึงจุดนี้ ขอบพระคุณ คุณแม่ และน้องชายที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยตลอดมา รวมถึงผู้ที่มี ส่วนเกี่ยวข้องที่อาจไม่ได้เอ่ยถึงที่คอยช่วยเหลือและเคียงข้างงานวิจัยสำเร็จ คุณค่าและประโยชน์ ต่าง ๆ ที่พึงมีของการค้นคว้าอิสระเล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
ขอบเขตในการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
คำนิยามศัพท์.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการค้าหาบเร่ แผงลอย.....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ.....	26
ข้อมูลของผู้ค้าปลีกบางแคว.....	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	48
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	48
ตัวอย่างและขนาดตัวอย่างในการวิจัย.....	49
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
ความถูกต้องและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ.....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย.....	56

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านตัวบุคคล	58
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผล ต่อความสำเร็จ.....	60
ส่วนที่ 3 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ.....	63
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	70
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r).....	74
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	80
สรุปผลการวิจัย	80
อภิปรายผล.....	86
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย.....	91
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	91
บรรณานุกรม.....	93
ภาคผนวก.....	97
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	98
ภาคผนวก ข หนังสือขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	110
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	114
ประวัติผู้วิจัย.....	119

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนผู้ประกอบการค้าในพื้นที่ผ่อนผันของเขตบางแค กรุงเทพมหานคร.....	49
2	แสดงการเลือกจำนวนตัวอย่างของกลุ่มผู้ค้าปลีกในจุดพื้นที่ผ่อนผัน เขตบางแค กรุงเทพมหานคร.....	51
3	จำนวนและร้อยละของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยตัวบุคคลของผู้ค้าปลีก ประเภทหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร.....	59
4	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ.....	62
5	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ.....	66
6	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ.....	72
7	ความสัมพันธ์ระหว่างปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ.....	76
8	ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ค้าปลีกที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ.....	79
9	สรุปผลการวิเคราะห์.....	81
10	แสดงค่าความเชื่อมั่นของข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจ ส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จรายข้อ (Item-total Statistics).....	115
11	แสดงค่าความเชื่อมั่นของข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการ ประกอบธุรกิจรายข้อ(Item-total Statistics).....	116
12	แสดงค่าความเชื่อมั่นของข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ รายข้อ (Item-total Statistics).....	118

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาพสังคมเมืองปัจจุบันที่มีวิถีการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ ร้านค้าหาบเร่ แผงลอย จึงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตของคนทั่วไปไม่ว่าจะเป็นการเลือกซื้อ อาหารสด อาหารแห้ง อาหารที่ปรุงสำเร็จ ของใช้ หรือสินค้าฟุ่มเฟือยต่าง ๆ จะพบเห็นได้โดยทั่วไปในกรุงเทพฯ โดยที่สินค้าส่วนใหญ่ราคาจะต่ำกว่าสินค้าที่ขายอยู่ในห้างสรรพสินค้า จึงทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีรายได้น้อยหรือปานกลางมีกำลังพอที่จะซื้อ หรือรับประทานได้ เมื่อความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคมีมากขึ้น อาชีพหาบเร่ แผงลอย จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งและเป็นแรงผลักดันให้ประชากรในพื้นที่หรือชาวชนบทผู้ย้ายถิ่นฐานหันมาประกอบอาชีพนี้ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าอาชีพในลักษณะนี้ นั้นมีส่วนช่วยให้เกิดการสร้างรายได้กับคนจำนวนมาก ถือเป็นการกระจายรายได้ของผู้คนในสังคม เป็นการสร้างอาชีพให้กับคนในสังคม เป็นอาชีพหลักที่ได้รับความนิยมกันมากที่สุดจนมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการขยายตัวพร้อมกับการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน

ตลาด หมายถึง สถานที่ที่เป็นชุมชนหรือเป็นที่ชุมนุมเพื่อซื้อและขายสินค้า ทั้งในรูปของวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป และสินค้าสำเร็จรูป เป็นประจำ เป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนด โดยที่ตั้งของตลาดอาจมีเพียงที่เดียว หรือหลายที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กันในบริเวณที่มีทำเลเหมาะสม เช่น เป็นศูนย์กลางของชุมชนและเหมาะสมจะเป็นที่นัดพบหรือเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของคนในชุมชนนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้เมื่อมีชุมชนอยู่ ณ ที่ใด ก็มักจะมีตลาดอยู่ ณ ที่นั้น ตลาดจึงมีมาแต่ครั้งโบราณในทุกสังคม (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่มที่ 28-2553)

ต่อมาเมื่อสังคมเจริญขึ้นเป็นเมืองใหญ่มีสภาพเข้าสู่การเป็นสังคมเมือง ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอุปโภคและบริโภคมีมากขึ้น จึงเกิดความจำเป็นที่จะต้องมีแหล่งหรือสถานที่สำหรับซื้อขายสินค้าเหล่านั้นเพิ่มขึ้น ตลาดจึงได้กระจายตัวอยู่ตามเขตต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งชุมชน

หาบเร่ แผงลอย หมายถึง ร้านค้าชั่วคราวที่เคลื่อนที่ได้ หรือได้รับการผ่อนผันให้ขายสินค้าอุปโภคบริโภคในที่สาธารณะ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคแทนตลาดสดที่อยู่ห่างออกไปจากแหล่งชุมชน

แม้ว่าอาชีพ หาบเร่ แผงลอยจะเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนคน "ในเมือง" แต่ไม่ใช่ทุกคนที่จะประสบความสำเร็จ สามารถยืนหยัดอยู่ได้เป็นเวลานาน เนื่องจากขาดโอกาสในการเข้าถึงระบบ

เศรษฐกิจหลัก ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้หาบเร่แผงลอยดำรงอยู่ได้ สามารถพิจารณาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง คือ ต้องมีความรู้คู่คุณธรรม มีความรับผิดชอบต่อกู้ค้า และยืนอยู่บนความพอดี หาบเร่แผงลอย ส่วนใหญ่เป็นที่พึ่งของคนที่มีรายได้น้อยและปานกลาง ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในกรุงเทพมหานคร ประกอบกับวัฒนธรรมการกินอาหารของคนไทย ที่เน้นความสะดวกและเรียบง่าย จึงทำให้อาชีพหาบเร่แผงลอย อยู่คู่กับสังคมคนกรุงเทพฯ มาช้านาน และบางส่วนมีวิถีชีวิตที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความพอเพียงการดำเนินชีวิตของพ่อค้าแม่ค้า ทำให้สามารถยืนหยัดอยู่ได้เป็นระยะเวลานานด้วยความใส่ใจในคุณภาพ ความสะดวก การไม่เอาัดเอาเปรียบลูกค้า รวมไปถึงการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำกลับมาปรับปรุงสินค้าของตนให้ดียิ่งขึ้น แสดงให้เห็นถึงการมีเงื่อนไขความรู้และคุณธรรมเป็นเครื่องนำทางในการประกอบอาชีพ (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ 2550)

อาจกล่าวได้ว่า ไม่ว่าสังคมระดับไหน รูปแบบการดำรงชีวิตแบบใด หรือระบบธุรกิจระบบไหน คุณธรรมและจริยธรรมถือเป็นแนวทางความประพฤติที่จะนำพาความสุขและความเจริญก้าวหน้ามาสู่สังคม จริยธรรมที่ดีจะส่งผลให้กระบวนการในการดำเนินธุรกิจมีการตัดสินใจที่ดีมีคุณภาพ ไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนกับผู้บริโภค และตัวผู้ประกอบการเอง

ความซื่อสัตย์สุจริต สำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการค้าปลีก กระบวนการจำหน่ายจะต้องติดต่อกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งถือว่าเป็นผู้ซื้อคนสุดท้าย ถ้าหากขาดจริยธรรมแล้วจะส่งผลกระทบต่อผู้ใช้แล้วแต่เพียงผู้เดียวเพื่อที่จะให้ได้ผลกำไรสูง เช่นการดัดแปลงเครื่องชั่ง ตวง วัดน้ำหนัก การปลอมปนสินค้าเพื่อจำหน่าย การลดปริมาณสินค้าลงบางส่วน หรือฉวยโอกาสักตุนสินค้าเพื่อจำหน่ายในราคาสูงกว่าเดิมในภาวะขาดแคลน ทำให้ผู้ซื้อเสียโอกาสหรือได้รับผลกระทบนั้น จะส่งผลเสียหายทางด้านชื่อเสียงในระยะยาว และในที่สุดอาจเป็นอุปสรรคสำหรับความเจริญรุ่งเรืองของกิจการในอนาคต ผู้ประกอบการจะต้องตระหนักในเรื่องของความซื่อสัตย์สุจริตมากที่สุด เพราะกิจการที่มีความซื่อสัตย์สุจริตจะเกิดความไว้วางใจจากลูกค้ารวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการ และจะเป็นพื้นฐานทางอนาคตด้านความก้าวหน้าของกิจการ (สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น 2552)

ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้เลือกแหล่งชุมชนในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร มาใช้ในการสุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมในส่วนของความสัมพันธ์ของจริยธรรมและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่แผงลอย เนื่องจาก เขตบางแคเป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ แล็บชานเมือง เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานครอยู่ในกลุ่มเขตกรุงธนใต้ ซึ่งถือเป็นเขตเกษตรกรรมผสมผสานแหล่งที่อยู่อาศัยในสภาพแวดล้อมที่ดีทางด้านผังชนบท การแบ่งเขตการปกครองเขตบางแคแบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 4 แขวง ประกอบด้วย แขวงบางแค แขวง

บางแคเหนือ แขวงบางไผ่ แขวงหลักสอง โดยมีประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อยู่อาศัยในพื้นที่รวม 193,429 คน (กระทรวงมหาดไทย, สำนักงานเขตบางแค 2553) และเนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับเขตทวีวัฒนา เขตภาษีเจริญ เขตบางบอน เขตหนองแขม จึงเป็นย่านที่มีผู้สัญจรไปมามาก ถือเป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ เป็นจุดศูนย์กลางทางฝั่งธนบุรี และเป็นจุดต่อรถเพื่อเชื่อมสู่จังหวัดข้างเคียง เนื่องจากมีถนนเพชรเกษมตัดผ่าน ดังนั้นจึงเป็นแหล่งดึงดูดให้เกิดอาชีพหาบเร่ แผงลอยขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับความเจริญเติบโตของสังคมเมืองรองรับความต้องการของผู้บริโภคทำให้หาบเร่ แผงลอยในพื้นที่นี้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วมีการซื้อขายอย่างเสรีเกิดการแข่งขันทางการค้าเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าของตนโดยลืมิใส่ใจในเรื่องคุณภาพ ประโยชน์ และสุขลักษณะของสินค้าที่ผู้บริโภคจะได้รับเมื่อซื้อสินค้านั้นไป อาจจะสามารถกล่าวได้ว่า ไม่ว่าระบบเศรษฐกิจแบบไหน ผู้ค้าระดับใด ผู้ผลิตและผู้ขายพยายามที่จะพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าของตนเพื่อจูงใจและล่อใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า โดยที่ผู้บริโภคอาจจะมองข้ามความจำเป็นหรือสุขลักษณะของสินค้านั้น เห็นได้ว่าในสภาวะดังกล่าวผู้ผลิตและผู้ขายยังคงได้เปรียบเหนือผู้บริโภคอยู่เสมอ

ทั้งหมดที่กล่าวมา คือเรื่องของจริยธรรมทางธุรกิจ ที่ผู้ประกอบการ หรือผู้ดำเนินธุรกิจ หรือแม้กระทั่งผู้ค้าปลีก ประเภทหาบเร่ แผงลอย ควรยึดถือเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นบรรทัดฐานที่สังคมให้การยอมรับทั้งในอดีตปัจจุบันและอนาคต จะเห็นได้ว่าไม่ว่าภาวะสังคมจะเจริญขึ้นไปในระดับใด เรื่องของจริยธรรมทางธุรกิจก็ยังเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม ควรให้ความใส่ใจหรือเรียนรู้ที่จะประพฤติปฏิบัติ ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน โดยอาศัยการเติบโตของสังคมเมือง สถานะการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ ความต้องการของผู้บริโภคในแหล่งชุมชน เอาเปรียบผู้บริโภค ตั้งแต่ขั้นการเลือกซื้อสินค้าเพื่อจำหน่ายสู่ผู้บริโภค ตลอดจนความรู้ขั้นพื้นฐานทางจริยธรรมที่ผู้ค้าปลีกควรมีด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคใช้เป็นข้อมูลเพื่อหลีกเลี่ยงการเสียเปรียบจากผู้ประกอบการ ทั้งนี้ยังเป็นข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางให้ภาครัฐได้เข้ามาสนับสนุนเพื่อให้เกิดความรู้พร้อมให้คำแนะนำกับผู้ค้าปลีก ประเภทหาบเร่ แผงลอย เกี่ยวกับสุขลักษณะ รวมไปถึงพื้นฐานทางจริยธรรมในการประกอบธุรกิจของผู้ค้าปลีก เพื่อสร้างค่านิยมให้ผู้ค้าปลีกเกิดการรับรู้ และพัฒนาธุรกิจในการจำหน่ายสินค้าแก่ผู้บริโภคต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตในการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัย มุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร และได้กำหนดขอบเขตงานวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ค้าปลีกประเภทหาบเร่ แผงลอย ที่ประกอบการค้าในพื้นที่ผ่อนผันจำนวน 11 จุด ของเขตบางแค กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 847 ราย (สำนักงานเทศกิจกรุงเทพมหานคร 2553) โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 272 ราย

2. ขอบเขตด้านตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วย ตัวแปรดังนี้

- 2.1 ตัวแปรด้านส่วนบุคคล
- 2.2 ตัวแปรด้านปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล
- 2.3 ตัวแปรด้านการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ
- 2.4 ตัวแปรด้านความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

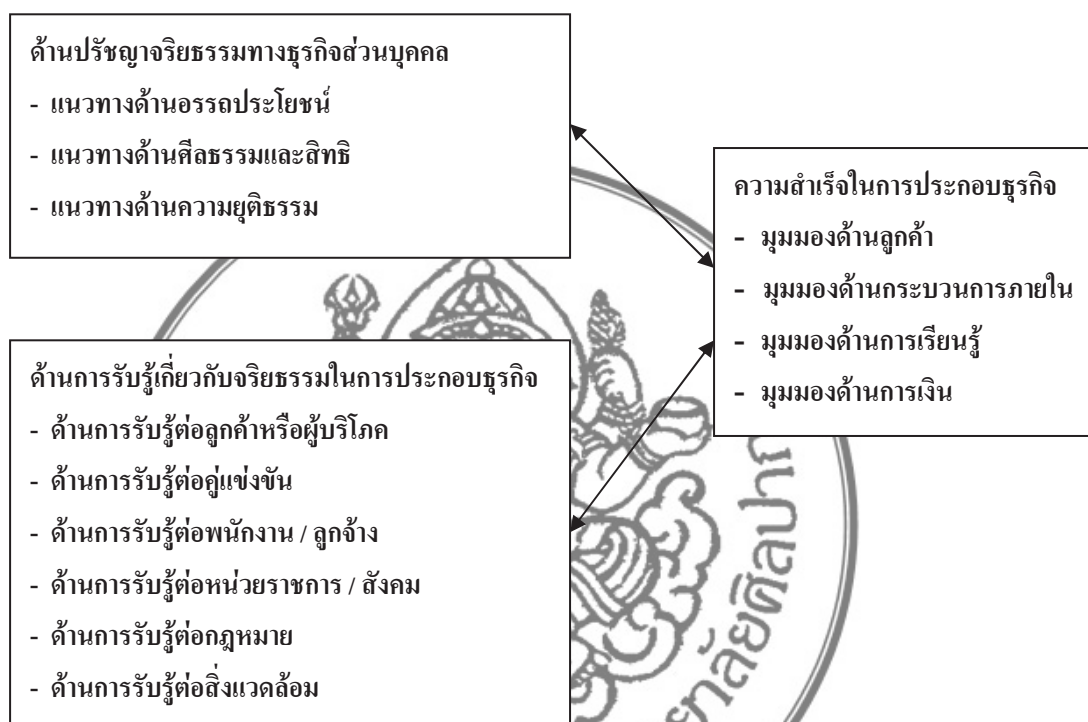
พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพื้นที่ประกอบการค้าในจุดผ่อนผันจำนวน 11 จุด ของเขตบางแค กรุงเทพมหานคร (สำนักงานเทศกิจกรุงเทพมหานคร 2553) ประกอบไปด้วย จุดที่ 1 บริเวณหน้าตลาดบางแค จุดที่ 2 บริเวณฝั่งตรงข้ามตลาดบางแค จุดที่ 3 บริเวณหน้าบริษัทนันทยาง จุดที่ 4 บริเวณหน้าหมู่บ้านเพชรเกษม 2 จุดที่ 5 บริเวณหน้าสำนักปฐวรร์ (ซอยเพชรเกษม 65) จุดที่ 6 บริเวณวงเวียนทะเลสาบ (หมู่บ้านเศรษฐกิจ) จุดที่ 7 บริเวณปากซอยเพชรเกษม 92 จุดที่ 8 บริเวณปากซอยเพชรเกษม 68 จุดที่ 9 บริเวณปั้มน้ำมันศาลเจ้ากษัตริย์ปั้มน้ำมันคิวเอ็ดท์ (ข้างห้างโลตัส) จุดที่ 10 บริเวณหน้าสยามพัลลาเดียมถึงปั้มน้ำมันเชลล์ จุดที่ 11 บริเวณจากจุดผ่อนผันหน้าหมู่บ้าน เพชรเกษม 2 ถึงปั้มน้ำมันเชลล์

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ประมาณ 2 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 1 - 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2553

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. คำนิยามศัพท์

ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะสำหรับการวิจัยดังนี้

1. หาบเร่แผงลอย หมายถึง การค้าข้างทางในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสองประเภทคือ การค้าที่เคลื่อนที่ได้ ซึ่งเรียกว่า “หาบเร่” และการค้าที่อยู่กับที่เรียกว่า “แผงลอย”

2. จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง การทำธุรกิจอย่างมีจริยธรรม หมายถึง เป็นผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือบริการ ด้วยจรรยาวัตรที่ดีงาม มีคุณธรรมมีมารยาท ซึ่งตรงยุติธรรม จริยธรรมทางธุรกิจ เป็นมาตรฐานของการประกอบธุรกิจ การผลิตสินค้า การให้บริการการจัดจำหน่าย เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนตามสมควรกับการลงทุนไปอย่างเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้บริโภค เจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร ผู้ร่วมงาน ผู้รับบริการ รัฐบาล สังคม ซึ่งต่างมีความสัมพันธ์เชิงธุรกิจร่วมกัน จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง กลไกทุกส่วนที่ให้ความชอบธรรมเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดของธุรกิจ

3. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล หมายถึง หลักการหรือกฎเกณฑ์ที่บุคคลใช้ในการตัดสินใจว่าอะไรถูก อะไรผิด เป็นสิ่งที่ช่วยอธิบายว่าทำไมคนเราถึงได้เชื่อว่าการกระทำอย่างหนึ่งเป็นสิ่งที่ถูกต้อง ในขณะที่การกระทำอีกอย่างหนึ่งเป็นสิ่งที่ผิด

4. ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย วางแผน การจัดการ ดำเนินการตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ จนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ผู้ค้าปลีก หมายถึง ผู้ที่ผลิตหรือไม่ผลิตสินค้าเองก็ได้ ซึ่งส่วนมากแล้วมักจะซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่ง สามารถเลือกซื้อได้แบบเฉพาะเจาะจงมากขึ้นในจำนวนที่ไม่มากนัก โดยยินยอมจ่ายในราคาที่แพงกว่าเล็กน้อย การสั่งซื้อสินค้าเป็นช่วงระยะเวลาที่สั้น เช่น รายวัน รายสัปดาห์ มุ่งจะขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายในจำนวนน้อย เช่น ครั้งละ 1-2 ชิ้น เพื่อมุ่งหวังกำไรต่อหน่วยที่มากขึ้น

6. จุดอ่อนผัน หมายถึง สถานที่สาธารณะที่เจ้าพนักงานท้องถิ่น โดยความเห็นชอบของเจ้าพนักงานจรรยา กำหนดให้ขายหรือจำหน่ายสินค้า หรืออาหารได้ โดยอำนาจตามมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535

7. อาหารสดและของแห้ง หมายถึง อาหารที่ยังไม่ได้หุงต้ม นำไปรับประทานทันทีไม่ได้ หรือไม่นิยมนำไปรับประทานทันที เช่น เนื้อสัตว์ ผักสด ผลไม้สด ไข่ ข้าวสาร เนื้อสัตว์แห้ง ผักดอง ผลไม้ดอง เป็นต้น

8. อาหารสำเร็จรูป ได้แก่ อาหารที่สามารถรับประทานได้ทันที เช่น อาหารที่หุงต้มแล้ว เครื่องดื่มต่าง ๆ นมสด กับข้าวสำเร็จรูป ถ้วยเดียว เป็นต้น

9. สิ่งของเครื่องใช้ ได้แก่ สิ่งที่ไม่เป็นอาหาร ประกอบด้วยสินค้าต่าง ๆ มากมาย เช่น เสื้อผ้า ยา ดอกไม้ เป็นต้น

10. สินค้าอื่น ๆ และบริการ ได้แก่ สินค้าอื่นนอกจากที่กล่าวมาแล้ว เช่น สลากกินแบ่งรัฐบาล ดอกเบี้ย และบริการต่าง ๆ เช่น ซ่อมรองเท้า ทำความสะอาด เป็นต้น

6. ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

2. เป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบถึงพื้นฐานจริยธรรมในการประกอบธุรกิจของผู้ค้าปลีกประเภทหาบเร่ แผงลอย เพื่อหลีกเลี่ยงการเสียเปรียบหรือเสียเปรียบให้น้อยที่สุด โดยรับรู้ถึงแนวทางและหลักปฏิบัติที่ผู้ค้าปลีกกระทำต่อผู้บริโภค

3. เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการ หรือผู้ค้าปลีกประเภทหาบเร่ แผงลอย รับรู้ถึงความสำคัญ ของจริยธรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ว่าหากผู้ค้าปลีกดำเนินการค้าอย่างซื่อสัตย์และเป็นธรรม ย่อม ได้รับความไว้วางใจและเชื่อถือจากลูกค้า ก่อให้เกิดกำไรสร้างรายได้ ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ
4. เป็นแนวทางให้ภาครัฐ ทราบถึงพื้นฐานทางด้านจริยธรรมของผู้ค้าปลีก ที่อาจส่งผล กระทบต่อผู้บริโภค เพื่อหามาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ค้าปลีกเกิดการรับรู้และพัฒนา แนวคิดทางด้านจริยธรรมเพื่อนำไปยึดถือปฏิบัติ
5. เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจกับความ สำเร็จ สำหรับผู้ที่สนใจต่อไป



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่
แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย แนวคิด และทฤษฎี ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการค้าหาบเร่ แผงลอย
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
4. ข้อมูลของผู้ค้าปลีกบางแค
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการค้าหาบเร่ แผงลอย

1.1 ความหมายของการค้าหาบเร่ แผงลอย

นลมล นิราทร (2548 : 39-41) ให้แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของการค้าหาบเร่แผงลอย
ไว้ว่า “หาบเร่แผงลอย” ใช้เรียกการค้าข้างทาง ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสองประเภทคือ การค้าที่
เคลื่อนที่ได้ ซึ่งเรียกว่า “หาบเร่” และการค้าที่อยู่กับที่เรียกว่า “แผงลอย”

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2545 ให้ความหมายคำว่า “หาบ” ไว้ว่า “เอาของ
ห้อยปลายคานสองข้างแล้วแบกกลางคานพาไป” (ราชบัณฑิตยสถาน 2545) ส่วนหาบเร่ ราชบัณฑิตยสถาน
อธิบายไว้ว่า คือ “ผู้ที่หาบของไปเร่ขาย” ซึ่งแม้ “หาบ” ยังปรากฏอยู่ในปัจจุบันแต่ก็มีเครื่องทุ่นแรง
อื่น เช่นรถเข็น รถจักรยาน รวมไปถึงการใช้พาหนะ เช่นรถกระบะ ในการเร่ขายสินค้า ซึ่งทุ่นแรง
กว่ามากและทำให้บรรทุกสินค้าได้มากขึ้น กรุงเทพมหานครยังใช้ภาพ “หาบ” แบบดั้งเดิมเป็นภาพ
แทน ของการค้าข้างทาง โดยใช้ภาพหาบสี่ขาวบนพื้นสีขาวแสดงถึงจุดอ่อนผันให้ค้า แต่ในทัศนะ
ของบางคน “รถเข็น” เป็นตัวแทนการค้าที่เคลื่อนที่ได้ในปัจจุบัน เช่นมีผู้กล่าวว่า “เดี๋ยวนี้หาบเร่ไม่มี
แล้ว มีแต่รถเข็น” และมีผู้ตั้งคำถามว่า “ขายของ แบกกะดิน ถือเป็นแผงลอยหรือไม่” คำว่า “แผงลอย”
กล่าวได้ว่าเป็นคำกลาง ๆ ไม่เจาะจงอธิบายเฉพาะการค้าข้างทาง

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2545 ให้ความหมายคำว่า “แผงลอย” ไว้
ว่า “ที่ที่จัดไว้ในถนนสาธารณะหรือที่สาธารณะ รวมถึงอาคาร แคร่ แทน โต๊ะ แผง เสื่อ พื้นดิน เรือ

หรือ แพ สำหรับขายอาหาร น้ำแข็งหรือสิ่งของอย่างอื่น” ซึ่งหมายรวมถึงการค้าในลักษณะ วางแผง หรือตั้งแผงในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ตลาด ในลักษณะนี้ การขายของ “แบกะดิน” จึงถือเป็นการค้าแผงลอย การอยู่เป็นที่และการเคลื่อนที่ ทำให้เงื่อนไขในการประกอบอาชีพแตกต่างกัน การขายอาหารในที่ที่เป็นหลักแหล่งแน่นอนทำให้ทำเลการค้ามีความสำคัญ บริเวณที่มีประชาชนหนาแน่น หรือมีผู้สัญจรไปมามากย่อมเป็นแหล่งทำการค้าที่สามารถทำรายได้ให้มากกว่า ส่วนการค้าเร่ร่อน รายได้ที่เข้ามาย่อมขึ้นอยู่กับความคล่องตัวในการออกหาลูกค้าและการกำหนดเส้นทางการค้า (เดอ โซโต เออร์บานโด 2542, อ้างถึงใน นฤมล นิราทร 2548 : 40) แต่การเคลื่อนที่มีข้อจำกัดในด้านปริมาณของสินค้าที่จะนำติดตัวไปผู้ค้ายังต้องมีสุขภาพแข็งแรง สามารถหาสินค้าในระยะทางไกลได้

การที่ผู้ค้าสองกลุ่มซึ่งมีรูปแบบการค้าที่แตกต่างกัน แต่ถูกเรียกรวมกันน่าจะมีที่มาจากการใช้คำว่า “หาบเร่แผงลอย” เป็นตัวแทนการค้าข้างทางและการปฏิเสธความแตกต่างระหว่างการค้าทั้งสองประเภทนี้ ซึ่งหากพิจารณาจากเงื่อนไขด้านพื้นที่ในการประกอบอาชีพน่าจะมีความแตกต่างกันทั้งในด้านคุณลักษณะของผู้ค้า มุมมองของผู้ค้าต่ออาชีพของตน รวมทั้งความสามารถในการสะสมทุนหรือระดับความสำเร็จที่แตกต่างกันไป นอกจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานแล้ว ในทางปฏิบัติ ยังปรากฏคำจำกัดความของหาบเร่แผงลอยของหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลการค้าข้างทาง คือกรุงเทพมหานครและงานศึกษาเกี่ยวกับการค้า (อาหาร) ข้างทาง

ข้อบัญญัติของกรุงเทพมหานคร ซึ่งครอบคลุมทั้งการค้าทางบกและทางน้ำไม่ได้ระบุคำจำกัดความของคำว่า “หาบเร่” แต่ให้ความหมายคำว่า “ผู้เร่ขาย” ซึ่งครอบคลุมผู้ขายทั้งทางบกและทางน้ำ ไว้ว่า หมายถึง “ผู้นำอาหาร น้ำแข็ง เร่ขายในที่ต่าง ๆ ไม่ว่าทางบกหรือทางน้ำ” ส่วน “แผงลอย” หมายถึง “ที่ซึ่งจัดไว้ในถนนสาธารณะ รวมตลอดถึงอาคาร แคร่ แท่น โต๊ะ แผงเสื่อ พื้นดิน เรือ หรือแพ สำหรับขายอาหาร น้ำแข็ง หรือสิ่งของอย่างอื่น” (สิบบวงศ์ วิชัยลักษณ์ และ เสถียร วิชัยลักษณ์ 2532)

ข้อบัญญัติของกรุงเทพมหานครข้างต้นแสดงถึงความสำคัญของสินค้าประเภทอาหาร ในขณะที่เดียวกัน “แผงลอย” ในความหมายของกรุงเทพมหานคร ครอบคลุมถึงการค้าในพื้นที่อื่น ๆ เช่น ตลาดและอาคารด้วย ไม่เจาะจงเฉพาะบนถนนหรือที่สาธารณะ ทั้งนี้การค้าในตลาดหรือในอาคารย่อมมีเงื่อนไขที่แตกต่างไปจากการค้าบนถนนหรือที่สาธารณะ เช่น โดยทั่วไปค่าใช้จ่ายในการประกอบการย่อมสูงกว่าการค้าบนถนนหรือในชุมชน ซึ่งเป็นที่สาธารณะ ดังนั้นในการศึกษาเกี่ยวกับการค้าข้างทางซึ่งเป็นการค้าในที่สาธารณะและเป็นการค้าในเศรษฐกิจนอกภาคทางการรวมทั้งผู้ค้าเป็นผู้มีรายได้น้อยนั้น ย่อมจะไม่ควรรวมแผงลอยที่เป็นส่วนหนึ่งของการค้าในอาคารด้วย

กิตติพร ใจบุญ (2547) ให้แนวคิดเกี่ยวกับ หาบเร่-แผงลอยโดยนิยามแล้ว “หาบเร่” คือกิจกรรมที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ในขณะที่ “แผงลอย” นั้นอยู่ติดที่ สินค้าหาบเร่แผงลอยมักเป็น สินค้าประเภทอาหาร ขายใกล้แหล่งชุมชน สถานที่ทำงาน หรือย่านธุรกิจต่างๆ ในระยะหลังเปลี่ยน มาขายสินค้าที่ไม่ใช่อาหารมากขึ้น เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า และมักจะไปขายตามตลาดนัดด้วย

1.2 ความเป็นมาการค้าหาบเร่แผงลอยในกรุงเทพมหานคร

การค้าข้างทางในกรุงเทพมหานครปรากฏตั้งแต่ก่อนสมัยรัตนโกสินทร์ และเป็นวิถีชีวิตทั้งทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมก่อนที่จะมีการตัดถนนในสมัยรัชกาลที่ 4 การค้าส่วนใหญ่ของชาวไทยเป็นการค้าทางน้ำ เนื่องจากแม่น้ำลำคลองเป็นเส้นทางคมนาคมหลักในสมัยรัตนโกสินทร์ รูปแบบของการค้าในสมัยนั้นเป็นการค้าที่เรียกว่า “ตลาดน้ำ” หรือ “ตลาดเรือ” ลักษณะการค้ามีทั้งที่ขายอยู่กับที่และการพายเรือเร่ขายไปตามบ้านเรือนที่อยู่ริมแม่น้ำลำคลอง เมื่อมีการสร้างถนน การค้าตามแม่น้ำลำคลองก็ยกขึ้นเป็นการค้าบนบก แม้ในปัจจุบันยังปรากฏการค้าทางน้ำในหลายพื้นที่ (ภูวถล สุวรรณดี 2538 : 3)

ประชาชนส่วนใหญ่ในสมัยนั้นมีอาชีพทำนา ควบคู่ไปกับการประกอบการค้าขนาดเล็ก ผู้ค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงเนื่องจากผู้ชายถูกเกณฑ์แรงงานไปในระบบศักดินา และเป็นการค้าในเศรษฐกิจแบบยังชีพ ไม่เน้นการขยายการค้าและเป็นการค้าแบบง่าย ๆ ผู้ใดใคร่ค้าก็ค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนไทยซึ่ง “กินง่ายอยู่ง่าย” (เรณู สังข์ทองจีน 2534 : 8)

คำว่า “หาบเร่แผงลอย” เกิดขึ้นจากการที่การค้าขยับขึ้นจากการค้าทางน้ำมาเป็นการค้าทางบก โดยการค้าแบบไม่อยู่กับที่หรือหาบเร่นั้นปรากฏในรูปของการหาบเร่ขายตามถนน (เฉลิมศักดิ์ งาม โภกมุต 2537 : 49)

1.3 ลักษณะอาชีพการค้าหาบเร่แผงลอย

เนื่องจากหาบเร่-แผงลอยเป็นกิจกรรมที่อาศัยทุนประกอบการ และความรู้หรือทักษะของผู้ประกอบการค้า มีความคล่องตัวในการประกอบการสูง จึงเป็นอาชีพที่เหมาะสมในการรองรับแรงงานส่วนเกิน ที่อพยพมาจากต่างจังหวัด และคนว่างงานในชุมชนเมือง นอกจากนี้ยังเป็นอาชีพที่น่าสนใจ ต่อผู้มีอาชีพอื่น ๆ อีกด้วย ทำให้จำนวนผู้ประกอบการอาชีพหาบเร่-แผงลอยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในเชิงเศรษฐกิจผู้ค้าหาบเร่-แผงลอย เป็นผู้ค้ารายย่อย ทำการค้าและบริการเล็ก ๆ น้อย ๆ อยู่ในชุมชนเมือง โดยมีบทบาทในระบบการตลาด (Market Distribution System) เป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ทั้งภายในชุมชนเมืองและระหว่างชุมชนเมืองกับชนบทที่เป็นแหล่งผลิตสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ด้วยราคายุติธรรมเป็นส่วนมาก หากพิจารณาลักษณะการเคลื่อนตัวของสินค้า ผู้ค้าหาบเร่-แผงลอยมีบทบาทในการแลกเปลี่ยนสินค้า ทั้งในแนวนอน (Horizontal Exchange) และในแนวตั้ง (Vertical Exchange)

โดยแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีผู้ผลิตกับผู้บริโภคเป็นคนชั้นเดียวกันและต่างชนชั้นกัน สินค้าอาจเคลื่อนตัวอยู่ในระดับเดียวกัน หรือจากระดับสูงมายังระดับต่ำ เช่น สินค้าต่างประเทศจากผู้ขายส่งมายังผู้ขายปลีกและผู้บริโภค หรือเปลี่ยนจากระดับต่ำไปสูง เช่น อาหารสด หรือสินค้าหัตถกรรมจากชาวนาชาวสวน ไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นชนชั้นกลางและชนชั้นสูง (ประทุม สุวดี, เกลียวูไร ศิริวรรณ และเจริญ คุวินทร์พันธุ์ 2523 : 67)

1.4 ประเภทของสินค้าและบริการ

เมื่อพิจารณาสินค้าที่มีผู้อธิบายแพร่ แผลงลอย นำมาจำหน่ายแก่ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อาจแยกออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. อาหารสดและของแห้ง ได้แก่ อาหารที่ยังไม่ได้หุงต้ม นำไปรับประทานทันทีไม่ได้ หรือไม่ยอมรับรับประทานทันที เช่น เนื้อสัตว์ ผักสด ผลไม้สด ไข่ ข้าวสาร เนื้อสัตว์แห้ง ผักดอง ผลไม้ดอง เป็นต้น

2. อาหารสำเร็จรูป ได้แก่ อาหารที่สามารถรับประทานได้ทันที เช่น อาหารที่หุงต้มแล้ว เครื่องดื่มต่าง ๆ นมสด กับข้าวสำเร็จรูป ก๋วยเตี๋ยว เป็นต้น

3. สิ่งของเครื่องใช้ ได้แก่ สิ่งที่ไม่เป็นอาหาร ประกอบด้วยสินค้าต่าง ๆ มากมาย เช่น เสื้อผ้า ยา ดอกไม้ เป็นต้น

4. สินค้าอื่น ๆ และบริการ ได้แก่ สินค้านอกจากที่กล่าวมาแล้ว เช่น สลากกินแบ่งรัฐบาล ฯลฯ และการให้บริการต่าง ๆ เช่น ซ่อมรองเท้า ทำความสะอาด เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดการค้าเกี่ยวกับหาแพร่แผลงลอยนั้น ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงความหมาย ความเป็นมา ลักษณะอาชีพของการค้าหาแพร่แผลงลอย และยังรวมถึงประเภทของสินค้าและบริการที่นำมาจำหน่ายแก่ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ และทำความเข้าใจเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

2. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

2.1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับจริยธรรม

ความหมายของคำว่าจริยธรรม คำว่า จริยธรรม ที่มาจากภาษากรีกว่า “Ethos” ซึ่งแปลว่า ลักษณะนิสัยที่สามารถ ตัดสินคุณค่าได้ ตามความดี ความงาม และความสุภาพ

คำว่า จริย หรือ จริยา ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง ความประพฤติกริยา ที่ควรประพฤติ จริย ใช้เป็นคำนำมาสมาศ เช่น จริยศึกษา จริยธรรม ซึ่งส่วนมากเราจะเห็นคำว่า “จริยา” มักใช้เป็นคำนำมาสมาศ ที่พบเห็น เช่น ธรรมจริยา

จริยศาสตร์ คือ ปรัชญาสาขาหนึ่งที่กล่าวถึงความประพฤติและการครองชีวิตอย่างไร
อะไรชั่ว อะไรถูก อะไรผิด อะไรควร อะไรไม่ควร (ราชบัณฑิตยสถาน 2545)

คุณธรรม คือ ธรรมะที่อยู่ในจิตสำนึกหรืออุปนิสัยของบุคคล เป็นคุณงามความดีที่
บริสุทธิ์ภายในตัวตน ผู้มีจิตใจที่บริสุทธิ์ในการรับรู้ ในการคิด ในการทำงาน ในการพูด ในการ
ประกอบอาชีพ มีธรรมะเป็นหลักยึดของจิตใจ มีจิตใจที่ซื่อสัตย์สุจริต ยึดมั่นเมตตาธรรมเป็นสรณะ
และอุดมคติ

จากคำดังกล่าวข้างต้นนั้นเราสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ทรัพย์ภายนอก ที่สามารถรับรู้ได้คือ ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และความ
สามารถ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดทรัพย์
2. ทรัพย์ภายในหรืออริยทรัพย์ ที่สามารถรับรู้ได้ คือ คุณธรรมจริยธรรม ซึ่งจะอยู่
ในบุคคลที่มีจิตใจเป็นธรรม

นักวิชาการหรือผู้รู้หลายท่านได้ให้ความหมายของ จริยธรรม ในลักษณะต่าง ๆ มี
ทั้งส่วนที่เหมือนหรือต่างกัน ซึ่งได้รวบรวมความหมายต่าง ๆ ไว้ดังนี้

คำว่า จริยธรรม ที่มาจากภาษากรีกว่า "Ethos" ซึ่งแปลว่า ลักษณะนิสัยที่สามารถ
ตัดสินใจคุณค่าได้ ตามความดี ความงาม และความสุข

1. พัทธา สายหู (อ้างถึงใน มาลัย ม่วงเทศ 2548) ว่าจริยธรรม คือ แนวความประพฤติ
และการปฏิบัติเพื่อบรรลุถึงสภาวะจิตใจอันทรงคุณค่าที่พึงประสงค์

2. พระยานุমানราชชน (อ้างถึงใน มาลัย ม่วงเทศ 2548) ได้ให้คำจำกัดของความ
ว่า “มนุษย์ดีกว่าสัตว์เป็นพิเศษ เพราะมนุษย์มีธรรม ในที่นี้ธรรม จึงหมายถึง การปฏิบัติตนเพื่อให้
พ้นไปจากสภาพป่าเถื่อนสัตว์เดรัจฉาน” ความหมายของ “ธรรม” โดยที่กล่าวนี้เป็นนามธรรม ไม่

สามารถสังเกตจับต้องได้ จึงต้องแสดงออกถ่ายทอดออกมาเป็นรูปธรรม เป็นกริยาท่าทาง ลักษณะ
นิสัยที่รวมเรียกว่า ความประพฤติ หรือจริย การแสดงออกซึ่งการมีธรรมอันเป็นคุณสมบัติพิเศษของ

มนุษย์จึงอาจเรียกได้ว่า “จริยธรรม” จริย แปลว่า ใช้เป็นกริยาที่ควรประพฤติ

จริยธรรม หมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ กฎศีลธรรม ศีลธรรมเนื่องด้วย
มนุษย์เป็นสัตว์สังคม จึงจำเป็นต้องมีข้อกำหนด ซึ่งจะนำมาเป็นแนวประพฤติปฏิบัติร่วมกันจาก
ข้อตกลงที่บุคคลในสังคมมี ความคิดเห็นที่ตรงกัน และยอมรับร่วมกันแล้วนำมาสร้างเป็นกฎเกณฑ์
ขึ้นอยู่ในรูปกฎหมายและรัฐธรรมนูญ หรือดีความมาจากศาสนา หรือหลักความเชื่อซึ่งการมีจริยธรรม
ของมนุษย์เป็นความพยายามของมนุษย์ ในการแสวงหาชีวิตที่ดีและมีความสุข (Pursuits of the good
life)

3. ระวี ภาวิไล (อ้างถึงใน มาลัย ม่วงเทศ 2548) ว่าจริยธรรม คือ หลักความประพฤติปฏิบัติของผู้ที่อยู่ร่วมสังคมมักถือว่ามีมาจากศีลธรรมของศาสนา

4. พรนพ พุกกะพันธ์ (2544) กล่าวว่า จริยธรรม หมายถึง สิ่งที่ควรประพฤติ และประพฤติเหมาะสมในสิ่งที่ถูกต้องซึ่งสังคมยอมรับเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุขร่มเย็น

5. ณรงค์ โชควัฒนา (2542) กล่าวว่า จริยธรรม หมายถึง การที่บุคคลมีความเห็นอกเห็นใจกัน มีความเมตตากรุณาเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลผู้ตกทุกข์ได้ยากเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว มีระเบียบวินัยซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ จริยธรรมเป็นที่รวมของลักษณะที่สามารถตัดสินได้ว่า เป็นลักษณะที่ดี ที่ถูก ที่ควรกระทำโดยแต่ละสังคมจะเป็นผู้ตัดสินและวางมาตรฐานของลักษณะเหล่านั้นเพื่อเป็นบรรทัดฐานหรือข้อกำหนดให้บุคคลในสังคมกระทำตาม โดยคาดหวังว่าจะทำให้เกิดความสงบสุขแก่ส่วนรวม จริยธรรมจึงเป็นแนวทางของบุคคลในการตัดสินใจว่าจะทำอะไรหรือไม่ควรทำอะไร

จริยธรรม เป็นเรื่องเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปฏิบัติ ควรประพฤติ โดยผู้ปฏิบัติต้องรู้จักเวลา โอกาส สถานการณ์ เพื่อให้สอดคล้องกัน

จริยธรรม หมายถึง ความประพฤติดี คือ มีความเป็นผู้มีจิตใจสะอาด บริสุทธิ์รู้จักเสียสละจริยธรรม คือหลักแห่งความประพฤติที่เห็นวาดีงามและถูกต้อง ในฐานะที่มนุษย์อยู่ท่ามกลางสิ่งแวดล้อมซึ่งมีทั้งรูปธรรมและนามธรรม

จริยธรรม ความหมายอย่างกว้าง รวมไปถึงค่านิยม (Value) คือสิ่งที่เราควรยึดมั่นว่าจะบรรลุถึงวัตถุประสงค์ หรือจุดมุ่งหมายของสังคมหรือตัวเอง เช่น ความดีความสุจริต

จริยธรรม ความหมายอย่างแคบ หมายถึง ศีลธรรม คุณธรรม คือธรรมที่ควรประพฤติ (Positive Side) ความดีระดับต่าง ๆ ที่สังคมหรือบุคคลจำเป็นต้องยึดถือ

จริยธรรม เป็น “หลักแห่งความประพฤติ” แนวทางของการประพฤติ

2.2 ประเภทของจริยธรรม ระดับปริญญาตรี

จากการศึกษาสามารถสรุปประเภทของจริยธรรมได้ 2 ระดับคือ

1. จริยธรรมภายใน เป็นสิ่งที่อยู่ภายในอาจจะไม่แสดงออกซึ่งเป็นจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิด เจตคติของบุคคล และสภาวะของจิตใจของแต่ละบุคคล เช่น ความปราศจากอคติ ความยุติธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ความกตัญญูกตเวที มีความเมตตากรุณา เป็นต้น

2. จริยธรรมภายนอก คือ พฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออกมาซึ่งสามารถสังเกตเห็นได้ด้วยตาเปล่าว่ามีความซื่อตรง มีสัจวาจา มีระเบียบวินัย รับผิดชอบ เอาใจใส่ต่อหน้าที่

การงาน มีความขยันหมั่นเพียร ความประณีต สุภาพอ่อนน้อม ให้ความช่วยเหลือ เอื้ออาทร เคารพ กฎกติกา มีมารยาท เป็นต้น

จากความหมายข้างต้นทั้งหมดนั้น พอที่จะสรุปได้ว่า จริยธรรมนั้น หมายรวมถึง กิริยามารยาท การประพฤติปฏิบัติ ที่สังคมปรารถนา อันก่อให้เกิดแนวทางเพื่อสร้างสภาพชีวิตที่ดีงามทั้งทางกาย วาจา ใจ อันก่อให้เกิด การกระทำ การพูด การคิดที่เป็นไปในทางที่ดี ความสำคัญของคุณธรรม คุณธรรมมีความจำเป็นและความสำคัญแก่การพัฒนาตนเอง การพัฒนาสังคมการอยู่ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นจากแนวคำสอนทางพุทธศาสนาหรือทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องจะเห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจริยธรรมของบุคคลนั้นมีทั้งสาเหตุภายในและสาเหตุภายนอกตัวบุคคล ซึ่งสาเหตุภายใน ก็เช่น สติปัญญา สุขภาพจิต แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ลักษณะและภูมิหลังส่วนบุคคล ทักษะคิดและค่านิยมต่อจริยธรรมการควบคุมตนเอง การมีเหตุผลเชิงจริยธรรม การรับรู้และการเรียนรู้ทางจริยธรรม ปรัชญาจริยธรรมส่วนบุคคล และประสบการณ์ทางสังคม ส่วนสาเหตุภายนอกก็เช่น พ่อ แม่ อาจารย์ บุคคลใกล้ชิดที่เป็นตัวแบบที่มีอิทธิพลทางสังคม ประเพณี วัฒนธรรม กฎระเบียบ ข้อบังคับ ค่านิยมทางสังคม และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว สำหรับตัวแปรที่ผู้วิจัยได้เลือกมาศึกษาในครั้งนี้ มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกตัวบุคคลที่เป็นสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อศึกษาว่า ปัจจัยเหล่านี้เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่แผงลอย หรือไม่ อย่างไร

2.3 จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics)

การทำธุรกิจอย่างมีจริยธรรม หมายถึง เป็นผู้ประกอบการ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือผู้ให้บริการ ด้วยจริยวัตรที่ดีงาม รู้คุณธรรม มีมารยาท ซื่อตรงยุติธรรม

จริยธรรมทางธุรกิจ เป็นมาตรฐานของการประกอบธุรกิจ การผลิตสินค้า การให้บริการ การจัดจำหน่ายเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนตามสมควรกับที่ลงทุนไปอย่างเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็น ผู้ผลิต ผู้บริโภค เจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร ผู้ร่วมงาน ผู้รับบริการ รัฐบาล สังคม ซึ่งต่างมีความสัมพันธ์เชิงธุรกิจร่วมกัน

จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง กลไกทุกส่วนที่ให้ความชอบธรรมเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดของธุรกิจความหมายของอาชีพ กับธุรกิจจากการศึกษาในด้านการประกอบอาชีพทางด้านธุรกิจเราสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้

อาชีพ (Profession) หมายถึง การทำงานที่มุ่งบริการยิ่งกว่าหาเงิน ผู้ประกอบอาชีพมิได้หมายความว่าต้องประกอบกิจการ โดยไม่รับค่าตอบแทน จำเป็นต้องมีอัตราค่าตอบแทนพอสมควรกับการบริการ และการรับผิดชอบ แต่มุ่งประกอบเพื่อรับใช้สังคมเป็นที่ตั้ง มีมาตรการ

ร่วมสำหรับควบคุมการประกอบอาชีพต่าง ๆ โดยผู้ประกอบการอาชีพนั้น ๆ ไม่กล้าฝ่าฝืนเพราะการเสีจรรยาบรรณจะได้รับการดูแลหรือข่มขู่กลายเป็นบุคคลน่ารังเกียจ

ธุรกิจ (Business) หมายถึง การทำงานที่มุ่งหาเงินยิ่งกว่าการบริการ งานใดจะเป็นอาชีพหรือธุรกิจขึ้นอยู่กับความตั้งใจของตัวผู้ทำงาน ฉะนั้นผู้ประกอบการบางคนทำอย่างนักธุรกิจแต่อย่างเดียว บางคนทำอย่างนักอาชีพด้วยการมอง ถ้ามองในแง่เศรษฐศาสตร์ก็จะเป็นนักธุรกิจ ถ้ามองในแง่วิทยาศาสตร์ก็เป็นนักอาชีพ ผู้ที่มุ่งประกอบกิจการเพื่อกอบโกยหาผลประโยชน์แต่อย่างเดียว การแสดงออกในความประพฤติขณะทำงานจึงต่างกับผู้ประกอบการอาชีพ อาชีพทั้งหลายก็กลายเป็นธุรกิจได้ง่าย

2.4 การดำเนินงานทางธุรกิจอย่างมีจริยธรรม

จริยธรรมถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญองค์ประกอบหนึ่งของการเพิ่มผลผลิต ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการที่มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ย่อมได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจจากลูกค้า ผู้ขาย ผู้ถือหุ้น คู่แข่งขัน พนักงาน ข้าราชการและประชาชนทั่วไป ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน เพราะการเพิ่มผลผลิตโดยยึดหลักจริยธรรม จะไม่ก่อให้เกิดการเบียดเบียนผู้อื่นโดยไม่เป็นธรรม ทำให้ทุกฝ่ายได้รับผลประโยชน์ร่วมกันนำความสุจริตมาซึ่งหน่วยงาน สังคมและประเทศชาติโดยรวม

2.5 หลักจริยธรรมสำหรับนักธุรกิจ

มูลนิธิเพื่อสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย (MIT) ได้มีการเสนอจริยธรรมของนักธุรกิจ เพื่อใช้เป็นหลักเกณฑ์การประพฤติปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ โดยกำหนดตามบทบาทของนักธุรกิจที่มีต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ลูกค้า คู่แข่งขัน หน่วยงานราชการ พนักงาน และสังคม (สมพร เทพสิทธิ์า 2544 : 19)

1. นักธุรกิจต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค

ลูกค้าเป็นกลุ่มบุคคลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ธุรกิจดำเนินการได้ เป็นผู้ซื้อสินค้าและใช้บริการ ทำให้สร้างกำไรและมีรายได้เพื่อการใช้จ่ายในการบริหารธุรกิจ ตลอดจนสร้างความเจริญเติบโตในธุรกิจต่อไป ดังนั้น ลูกค้าพึงได้รับการปฏิบัติต่ออย่าง ซื่อสัตย์ และเป็นธรรม เพราะหากนักธุรกิจไม่สามารถรักษาลูกค้าของตนได้ ก็จะไม่สามารถรักษาธุรกิจของตนไว้ได้เช่นกัน นักธุรกิจพึงปฏิบัติต่อลูกค้า ดังนี้

1.1 พึงขายสินค้าและบริการในราคายุติธรรม มีกำไรตามสัดส่วนที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ

1.2 พึงขายสินค้าและบริการให้ถูกต้อง ตามจำนวนคุณภาพ ราคาที่ได้ตกลงกัน และมีความรับผิดชอบตามภาระผูกพันของตน

1.3 พึงดูแลและให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง ให้โอกาสเท่าเทียมกันที่จะซื้อสินค้าและบริการไม่ว่าในสภาวะใด เช่น ในภาวะสินค้าขาดตลาด เป็นต้น

1.4 พึงละเว้นการกระทำใด ๆ ที่จะควบคุมการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อหรือรับบริการ โดยใช้ความใหญ่ขององค์กรของตนเป็นเครื่องต่อรอง หรือการซื้อขายโดยวิธีต่างตอบแทนกัน หรือสร้างเงื่อนไขกำหนดให้ลูกค้าต้องทำตาม

1.5 พึงละเว้นการกระทำใด ๆ เพื่อทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้นโดยไม่มีเหตุผล เช่น การกักตุนสินค้า ปล่อยข่าวอันเป็นเท็จเพื่อให้ลูกค้าหลงเชื่อต้องซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าในสภาพการณ์นั้น

1.6 พึงปฏิบัติต่อลูกค้า และให้บริการอย่างมีน้ำใจไมตรี มีอัธยาศัยที่ดีต่อกัน

2. นักธุรกิจต่อคู่แข่ง

การแข่งขันจะกระตุ้นความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและเป็นประโยชน์โดยตรงต่อผู้บริโภค การมีคู่แข่งทำให้นักธุรกิจ พยายามทำให้อุตสาหกรรมของตนเจริญก้าวหน้าได้เร็วกว่าเดิม ทำให้เกิดการตื่นตัว ปรับเปลี่ยนการผลิต การเสนอและปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ ลดค่าใช้จ่าย เพื่อการแข่งขัน คู่แข่งจึงจำเป็นในการพัฒนาธุรกิจ การแข่งขันเป็นสิ่งที่พิสูจน์ความสามารถ การแข่งขันเป็นการสร้างสรรค์ มิใช่เพื่อทำลายล้างกันและกัน นักธุรกิจจึงควรปฏิบัติต่อคู่แข่ง ดังต่อไปนี้

2.1 พึงละเว้นจากการกลั่นแกล้ง ให้ร้ายป้ายสี ทับถมไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ด้วยการข่มขู่และกีดกัน อันจะทำให้คู่แข่งเสียโอกาสอย่างไม่เป็นธรรม เช่น การขายตัดราคา การทุ่มสินค้าเข้าตลาด การเอาข้อมูลของคู่แข่งมาโดยมิชอบ การแย่งขยทั้งที่ลูกค้าได้ตกลงที่จะซื้อจากคู่แข่งแน่นอนแล้ว เป็นต้น

2.2 พึงให้ความร่วมมือในการแข่งขันเพื่อสร้างสภาวะตลาดที่ดี เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า สร้างสรรค์สินค้าหรือบริการใหม่ ๆ รวมทั้งการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เป็นประโยชน์สูงสุด โดยวางแผนร่วมกันป้องกันการขาดแคลนหาแหล่งซดเซช หรือหาวัสดุอื่นซดเซช เช่น ป่าไม้ แหล่งแร่ การประมง เป็นต้น

3. นักธุรกิจต่อหน่วยราชการ

หน่วยราชการ เป็นหน่วยของสังคมหน่วยหนึ่ง ที่ทุกคนในชุมชนต้องมีการติดต่อในแง่ของรัฐกับพลเมืองของรัฐ หน่วยงานราชการเป็นผู้ใช้อำนาจบริหารของรัฐต่อประชาชนเพื่อให้

ตั้งคมสามารถดำรงอยู่ได้อย่างสงบสุขภายใต้ข้อบังคับของกฎหมาย มีหน้าที่ปกป้องผู้อ่อนแอจากผู้มีกำลัง และป้องกันการใช้กำลังในทางมิชอบ นักธุรกิจมักมีปัญหาเสมอเมื่อต้องติดต่อกับหน่วยราชการ ซึ่งบางครั้งเกิดจากตัวนักธุรกิจเองที่ไม่เข้าใจถึงหลักการและเหตุผลของรัฐ เป็นไปได้ว่านักธุรกิจอาจมีความรู้เฉพาะในเรื่องของตน มิได้มองเห็นภาพรวมทั้งหมดดังที่ข้อมูลหน่วยราชการมีอยู่ แต่บ่อยครั้งปัญหาที่เกิดจากบุคคลผู้ปฏิบัติราชการหรือข้าราชการใช้อำนาจรัฐนั้นได้ใช้อำนาจที่ตนได้รับมอบหมายในทางมิชอบ ซึ่งก็คือเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลมิใช่ของรัฐ บุคคลนั้นย่อมถูกเพิกถอนจากการใช้อำนาจนั้นได้ หากพบว่ามีการใช้อำนาจอย่างไม่ถูกต้อง นักธุรกิจควรที่จะแยกแยะและไม่ถือว่าเป็นข้าราชการกับรัฐเป็นสิ่งเดียวกัน เมื่อนักธุรกิจทุกคนมีความเข้าใจที่ถูกต้องต่อหน่วยราชการก็จะสามารถใช้หลักของจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจกับหน่วยงานราชการได้โดยง่าย ไม่เกิดความลำบากใจและเดือดร้อนต่อตัวเองและต่อธุรกิจของตน นักธุรกิจจึงควรปฏิบัติต่อหน่วยงานราชการ ดังนี้

3.1 พึ่งทำธุรกิจกับหน่วยราชการอย่างตรงไปตรงมา ซื่อสัตย์สุจริตและเป็นธรรม มีธรรมาศัยไม่ตรีประหนึ่งเป็นลูกค้าทั่วไป

3.2 พึ่งปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายในการทำธุรกิจ ทำบัญชีเสียภาษีให้รัฐอย่างถูกต้องตรงตามลักษณะของธุรกิจ ไม่เปิดโอกาสให้ข้าราชการประพฤติมิชอบในธุรกิจตน

3.3 พึ่งละเว้นการให้ความร่วมมือ หรือสนับสนุนการกระทำของข้าราชการที่มีต่อเจตนาทำการทุจริต ไม่ว่าจะทางใด ๆ แม้จะไม่เกี่ยวข้องเสียหายต่อธุรกิจของตนเองก็ตาม

3.4 พึ่งละเว้นการให้ของขวัญ หรือของกำนัลใด ๆ แก่ข้าราชการ เว้นแต่จะเป็นเพียงสิ่งของเล็กน้อยที่คนส่วนใหญ่ให้กันตามประเพณีนิยม พึงระลึกว่าการแสดงไมตรีจิตต่อข้าราชการนั้นเพียงเพื่อให้เกิดความร่วมมือ การปฏิบัติตามกฎหมาย และการมีน้ำใจต่อกันย่อมเป็นการเหมาะสมและเพียงพอแล้ว

3.5 พึ่งให้ความร่วมมือกับหน่วยราชการ ในการทำตามหน้าที่พลเมืองที่ดี โดยให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่สังคมและชุมชนอย่างแท้จริง ทั้งนี้รวมถึงการเสียสละเวลา สิ่งของ และปัจจัยต่าง ๆ ตามที่เหมาะสม

3.6 พึ่งมีทัศนคติถูกต้องและมีความเชื่อถือต่อหน่วยราชการเป็นเบื้องต้น ไม่มีอคติหรือไม่พยายามหลีกเลี่ยงที่จะติดต่อด้วย พึ่งเชื่อว่านักธุรกิจ สามารถร่วมมือกับราชการแก้ไขปัญหามีอยู่ รวมทั้งป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้

4. นักธุรกิจต่อพนักงาน

พนักงานเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบธุรกิจและเป็นทรัพยากรที่มีค่าของธุรกิจ การมีพนักงานที่ดี ภูมาม มีความซื่อสัตย์ ขยันขันแข็ง จะทำให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้นักธุรกิจมีภาระในการแก้ไขปัญหาน้อยลง และสามารถปฏิบัติงานด้านอื่นได้มากขึ้น นักธุรกิจที่ดีจะต้องศึกษาและมีความรู้ว่าการบริหารพนักงานให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นและทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพได้นานที่สุดได้อย่างไร นักธุรกิจพึงปฏิบัติต่อลูกจ้างโดยยึดหลักดังต่อไปนี้

4.1 พึงให้ค่าจ้างและผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความสามารถ และลักษณะงาน รวมทั้งการให้รางวัลเมื่อธุรกิจมีกำไรมากขึ้น หรือธุรกิจดีขึ้น

4.2 พึงเอาใจใส่ในสวัสดิการ สถานที่ทำงาน สภาพการทำงานและสภาพความเป็นอยู่ของพนักงานให้ถูกสุขลักษณะ มีความปลอดภัยและจัดหาเครื่องใช้ในการป้องกันภัยอันตราย เกิดในการทำงาน รวมทั้งดูแลสุขภาพของพนักงานให้เหมาะสมกับสภาพการทำงานด้วย

4.3 พึงพัฒนาให้ความรู้เพื่อเพิ่มความชำนาญ และประสบการณ์ของพนักงาน ด้วยการให้การฝึกอบรม ให้ความรู้ความเข้าใจในงานที่เขาทำเป็นอย่างดี ซึ่งจะเป็นการเพิ่มประสิทธิผลของงานสำหรับธุรกิจโดยตรง

4.4 พึงให้ความสำคัญเป็นธรรมในการปกครองและพิจารณาผลตอบแทน ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง ให้โอกาสในการแสดงความสามารถเท่าเทียมกัน รวมทั้งให้สามารถออกความเห็นได้โดยเสรี

4.5 พึงศึกษาและทำความเข้าใจกับลักษณะนิสัยใจคอ รวมทั้งความถนัดของพนักงานแต่ละคน ซึ่งทำให้รู้ว่าใครเหมาะกับงานประเภทใด และจะทำอย่างไรให้เขาทำงานดีที่สุด และพอใจกับงานที่เขาทำ เพราะงานกับคนที่เหมาะสมกันย่อมมีผลงานดีกว่าเสมอ

4.6 พึงเคารพสิทธิส่วนบุคคลและความสามารถของพนักงาน โดยการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวไว้อย่างดี ไม่แจกแจงหรือเปิดเผยโดยไม่ได้รับอนุญาต

4.7 พึงให้ความเชื่อถือไว้วางใจ มอบหมายงานที่มีความสำคัญและมีความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น ให้ความยอมรับในฐานะที่เป็นมนุษย์เหมือนกัน

4.8 พึงให้คำแนะนำ คำปรึกษา และให้ความช่วยเหลือเมื่อได้รับการร้องขอหรือเมื่อเห็นว่าจำเป็น ทั้งในเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวตามความเหมาะสม

4.9 พึงสนับสนุนให้พนักงานได้ประพฤติตนเป็นพลเมืองดีมีโอกาสมหาประโยชน์ต่อสังคม

5. นักธุรกิจต่อสังคม

สังคมเกิดจากการที่มีคนมาอยู่ร่วมกัน โดยที่แต่ละคนมีหน้าที่ สิทธิและเสรีภาพ ในฐานะที่เป็นพลเมืองเท่าเทียมกันตามกฎหมาย เนื่องจากคนในสังคมและบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยสถานะ อาชีพ ศาสนา เชื้อชาติ และความเชื่อในเรื่องต่าง ๆ การที่ทุกคนที่มีความแตกต่างเหล่านั้น จะสามารถอยู่ร่วมกัน ได้อย่างสงบสุขและพอใจในสภาพความเป็นอยู่ตามสภาวะของตนนั้น ต้องอาศัย ความร่วมมือร่วมใจจากทุกคนที่เป็นสมาชิกของสังคมช่วยกันสร้างสรรค์สภาพแวดล้อม สภาพ ธรรมชาติ พัฒนาอนามัยของสังคมทั้งทางวัตถุและจิตใจ มีการรับและการให้อย่างสมดุล ซึ่งสิ่งเหล่านี้ อยู่นอกเหนือขอบเขตการบังคับของกฎหมายทั้งสิ้น และในฐานะที่นักธุรกิจก็เป็นหนึ่งในสมาชิก ของสังคม โดยมีสังคมเป็นฐานการประกอบธุรกิจของตน ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของสังคมย่อม กระทบต่อธุรกิจได้ นักธุรกิจจึงควรถือเป็นความรับผิดชอบในอันที่จะมีส่วนร่วมสร้างสรรค์สังคม ให้เจริญก้าวหน้าต่อไป โดยมีหลักปฏิบัติดังต่อไปนี้

5.1 พึงละเว้นจากการประกอบธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อม ทั้งที่เป็นความเสื่อม ของจิตใจและความเสื่อมทางศีลธรรม อันส่งผลให้คนในสังคมขาดคุณภาพและสร้างค่านิยมที่ผิด เช่น การเปิดแหล่งอบายมุข แหล่งการพนัน การค้าประเวณี การสนับสนุนและจัดหา เพื่อให้เกิดธุรกิจ ดังกล่าว รวมทั้งการหลีกเลี่ยงการทำธุรกิจที่สนับสนุนให้เกิดการทำผิดกฎหมาย เช่น การรับซื้อของ โจร รับซื้อไม้เถื่อนเพื่อทำเฟอร์นิเจอร์ขาย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งบั่นทอนศีลธรรม และความ เจริญของสังคมทั้งสิ้น

5.2 พึงละเว้นจากการประกอบธุรกิจที่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม เช่น การตัดไม้ทำลายป่า การทำไร่เลื่อนลอย การทำลายหน้าดิน โดยขาดหลักวิชาการ การค้าสัตว์ป่า และของป่า การทำลายต้นน้ำลำธาร การรุกรานชายทะเล ทางน้ำสาธารณะ หรือที่สาธารณะ เพื่อประโยชน์ ส่วนตนเท่านั้น

5.3 พึงดูแลเอาใจใส่การประกอบกิจการของตน ป้องกันมิให้เป็นต้นเหตุก่อ มลภาวะให้สิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น การจัดการขยะอย่างถูกต้อง การป้องกันน้ำเสียที่จะไหลสู่แม่น้ำ ลำคลอง การป้องกันเรื่องเสียงและกลิ่น การเก็บรักษา ขนส่งวัสดุมีพิษและวัตถุระเบิดให้เป็นไปตาม มาตรการ รักษาความปลอดภัย การระมัดระวังในการใช้ภาชนะบรรจุ สารปนเปื้อน รวมทั้งระบบ ป้องกันอัคคีภัย อันเป็นการป้องกันภัยให้ชุมชนได้

5.4 พึงให้ความเคารพในสิทธิทางปัญญาของผู้อื่นหรือธุรกิจอื่น ไม่ทำการลอก เลียนความคิดที่เป็นต้นแบบของผู้อื่น โดยไม่ได้รับอนุญาต

5.5 พึงให้ความร่วมมือกับทุกฝ่ายในชุมชนเพื่อการสร้างสรรค์สังคม โดยการ สละเวลา กำลังกาย กำลังทรัพย์ ตามความเหมาะสมของตน

5.6 ฟังให้ความสนใจในเรื่องการสร้างงานแก่คนในชุมชนให้สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชนนั้น ๆ อันจะสามารถทำให้ธุรกิจก้าวหน้า และยังทำให้สังคมมีคนที่มีคุณภาพ มีรายได้ และพอใจในชีวิต ความเป็นอยู่ของตน

2.6 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์จริยธรรมของนักธุรกิจ

สเตด วอร์เรลล์ และสเตด (Stead, Worrell, and Stead 1994 : 64, อ้างถึงใน ฌักกฤตา จันทา 2547 : 33) ได้ทำการรวบรวมปัจจัยต่าง ๆ ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรมการณ์จริยธรรมหรือไม่จริยธรรมทางธุรกิจ ได้ดังนี้

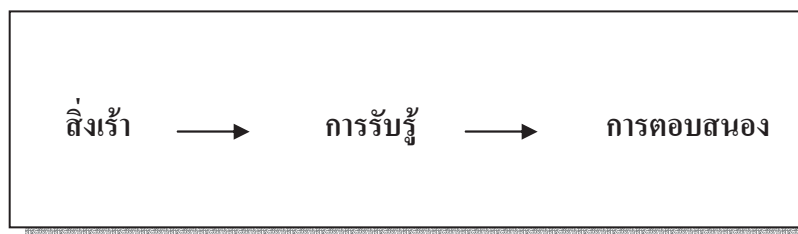
1. ปัจจัยภายในตัวบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา การยึดมั่นในตน การควบคุมตน ประสิทธิภาพในการทำงาน การมีเล่ห์เหลี่ยม ระบบเสริมแรงทางจริยธรรมในอดีต ปรัชญาด้านจริยธรรม อุดมการณ์ตัดสินใจทางจริยธรรม ประสิทธิภาพการตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม และปัจจัยภายในอื่น ๆ

2. ปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ซึ่งแบ่งเป็น ปัจจัยภายในองค์กร เช่น ปรัชญาในการบริหารจัดการ พฤติกรรมการณ์จัดการ ระบบเสริมแรง ลักษณะงานที่ทำ และปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น เงื่อนไขทางด้านเศรษฐกิจ การขาดแคลนทรัพยากร การแข่งขันมีผู้ถือหุ้นจำนวนมาก การเมืองและสถาบันต่าง ๆ ในสังคมที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรที่ได้เลือกมาทำการวิจัยมีทั้งปัจจัยภายในและภายนอกตัวบุคคล ซึ่งก็คือ การรับรู้ปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจ ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล ลักษณะและภูมิหลังส่วนบุคคล การมีหรือไม่มีจรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย โดยมีรายละเอียดดังกล่าวต่อไปนี้

1. การรับรู้ปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจ

ความหมายของการรับรู้ การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่คนเรารับรู้สิ่งต่าง ๆ โดยการสัมผัสและมีการใช้ประสบการณ์เดิมช่วยแปลหรือตีความสิ่งนั้นออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541 : 73) โดยการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดแทรกหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนอง ดังที่แสดงในภาพที่ 2 คือ



ภาพที่ 2 การเกิดกระบวนการรับรู้

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, พฤติกรรมองค์การ (กรุงเทพมหานคร : ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2541), 73.

การรับรู้มีผลต่อการเกิดพฤติกรรมของมนุษย์เป็นอย่างมาก เพราะเมื่อเรารับรู้แล้วเราจะมีปฏิกิริยาตอบโต้ต่อสิ่งที่เรารับรู้หรือรู้สึก ซึ่งการรับรู้ของคนเราที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดอาจมีความแตกต่างกันได้ โดยการรับรู้ที่ต่างกันนี้ เบ็ค (Beck 1982, อ้างถึงใน ฉัฐกฤตา จันทา 2547 : 34) กล่าวว่า เป็นเพราะคนเรามีเครื่องกรองการรับรู้ (Perception Filtering) นั่นคือ การรับรู้ของเรามีอคติหรือถูกกรองด้วยการปรับที่จะเลือกรับรู้ตามสภาพแวดล้อมของเราเอง ซึ่งการรับรู้ที่ต่างกันเกิดจากหลายปัจจัยทั้งที่เป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกตัวบุคคล (จำเนียร ช่วงโชติ 2532 : 4) ดังนี้

1.1 ผู้รับรู้ (Perceiver) เมื่อบุคคลมองดูเป้าหมายและพยายามที่จะตีความถึงสิ่งที่เขามองว่าเป็นอะไร การตีความนั้นจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนตัวของผู้รับรู้ สิ่งที่เกี่ยวข้องอย่างมากกับการรับรู้

1.2 สิ่งเร้าที่เป็นเป้าหมาย (Target) ซึ่งคุณลักษณะของสิ่งเร้าที่เรากำลังเฝ้าดูนั้นมีอิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น ความใหม่ (Novelty) น้ำเสียง (Sound) ขนาด (Size) การเคลื่อนไหว (Motion) ภูมิหลัง (Background) ความใกล้เคียง (Proximity) การเกิดซ้ำ

1.3 สถานการณ์ (Situation) เป็นสิ่งแวดล้อมภายนอกหรือเหตุการณ์ที่อยู่รอบ ๆ ที่อิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น การรับรู้ว่าคุณที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำจะต้องว่ายน้ำเป็น แต่ในความเป็นจริงบางคนอาจจะว่ายน้ำไม่เป็นก็ได้ เราอยู่ในกลุ่มที่เกี่ยวเนื่องผู้อื่นก็รับรู้ว่าคุณก็เกี่ยวข้องด้วย ทั้งที่ความเป็นจริงอาจไม่เป็นเช่นนั้น สำหรับปัจจัยของสถานการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ประกอบไปด้วย เวลา (Time) สภาพงาน (Work Setting) และสภาพทางสังคม (Social Setting) โดยสังคมที่ต่างกันอาจรับรู้ได้ต่างกัน

สำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ความหมายของการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาเบื้องต้น ที่บุคคลหนึ่งรับรู้สิ่งต่าง ๆ โดยการสัมผัสและมีการใช้ประสบการณ์เดิมช่วยแปลหรือตีความ

สิ่งนี้ออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ และอาจจะเกิดพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป หลังการรับรู้ ตามแต่ ละเอียดที่ก่อให้เกิดการรับรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ปัจจัยเหล่านี้เพื่อศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ ว่า ปัจจัยใดส่งผลในเบื้องต้นด้านการรับรู้รวมถึงพฤติกรรม หรือปฏิกิริยาหลังการรับรู้ของผู้ประกอบ ธุรกิจหาบเร่แผงลอย

2. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล

ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล หมายถึง หลักการหรือกฎเกณฑ์ที่บุคคล ใช้ในการตัดสินใจว่าจะอะไรถูก อะไรผิด เป็นสิ่งที่ช่วยอธิบายว่าทำไมคนเราถึงได้เชื่อว่าการกระทำอย่าง หนึ่งเป็นสิ่งที่ถูกต้อง ในขณะที่การกระทำอีกอย่างหนึ่งเป็นสิ่งผิด และมักจะใช้ในการพิจารณาว่า การตัดสินใจนั้นเป็นสิ่งที่ถูกที่ควร และใช้ในการอธิบายการกระทำที่ได้ทำลงไป ปรัชญาจริยธรรม ทางธุรกิจส่วนบุคคลจึงเป็นตัวชี้นำตัวหนึ่งให้กับผู้บริหารในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อแก้ไข ประเด็นปัญหาจริยธรรมที่เกิดขึ้นในองค์กรได้

ปรัชญาจริยธรรมส่วนบุคคลนั้นมีอยู่มากมาย แต่แต่ละปรัชญาก็นำเสนอมุมมองที่ เป็นอุดมคติ และไม่มีปรัชญาใดที่ถูกต้องในการแก้ไขประเด็นปัญหาจริยธรรมในธุรกิจได้ คนส่วนใหญ่ จึงมักใช้ปรัชญาทางจริยธรรมจำนวนมากเมื่อต้องเผชิญกับทางเลือกของปัญหาจริยธรรมที่ต้องการ การตัดสินใจ การใช้ปรัชญาจริยธรรมจากมุมมองแต่ละคนจึงไม่ใช่ศาสตร์ที่ตายตัว เป็นสิ่งจำเป็นที่ ต้องให้บุคคลได้ใช้ระบบค่านิยมที่ตนเองยอมรับ และพยายามที่จะใช้ปรัชญาของเขาในสถานการณ์ ในโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งรูปแบบของปรัชญาจริยธรรมที่นิยมใช้ในการศึกษาจริยธรรมทางธุรกิจ มี ดังนี้ (นภาพร ชันชนภา 2544, อ้างถึงใน ฉัฐกฤตา จันทา 2547 : 44)

2.1 ทฤษฎีว่าด้วยจุดประสงค์สุดท้าย หรือทฤษฎีว่าด้วยสาเหตุสุดท้าย (Teleology) เน้นที่ความรู้สึกรังเกี้ยวของมนุษย์ โดยจะตัดสินใจว่าการกระทำนั้นถูกหรือยอมรับได้ถ้าทำให้เกิดผล ลัพท์ที่พึงปรารถนา เช่น ให้ความรู้สึกรังเกี้ยว ให้ความก้าวหน้าในอาชีพการงาน คำนึงถึงผลประโยชน์ ส่วนตัว หรือมีประโยชน์ต่อส่วนรวม ซึ่งประกอบด้วย

2.2.1 ทฤษฎีอัตนิยมหรือทฤษฎีอัตตานิยม (Egoism) ทฤษฎีนี้ตัดสินใจที่การ ได้ผลประโยชน์ต่อตนเองสูงสุด เช่น การกินดีอยู่ดีในแง่กายภาพ ความพึงพอใจ อำนาจ ชื่อเสียง ทรัพย์สินสมบัติ ความภูมิใจในวิชาชีพ ชีวิตครอบครัวที่ดี หรืออื่น ๆ ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละ บุคคล พวกเขาอาจยอมให้ประโยชน์กับคนอื่น ๆ ได้ โดยยังคำนึงถึงประโยชน์จำนวนมากของ ตนเองอยู่ พวกเขาจะยึดถือจริยธรรมทางวิชาชีพการควบคุมมลภาวะ ไม่หลบเลี่ยงภาษี ช่วยสร้าง งานและส่งเสริมโครงการต่าง ๆ ในชุมชน เหตุผลของการกระทำเช่นนี้ไม่ใช่เพราะพวกเขาคำนึงถึง

ประโยชน์ของคนอื่น แต่เป็นเพราะว่าสิ่งเหล่านี้สามารถช่วยให้สำเร็จตามเป้าหมายสูงสุดได้ เช่น ชื่อเสียง ความก้าวหน้า และโอกาสที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปในระยะยาว

2.2.2 ทฤษฎีประโยชน์นิยม (Utilitarianism) พวกนี้คำนึงถึงแต่ผลลัพธ์ เช่นเดียวกับพวกอรรถนิยม แต่พวกประโยชน์นิยมจะพิจารณาถึงผลที่เป็นประโยชน์มากที่สุดที่เกิดกับคนจำนวนมากที่สุด การตัดสินใจแบบประโยชน์นิยมจะอ้างอิงการเปรียบเทียบและวิเคราะห์ทางเลือกต่าง ๆ อย่างมีระบบระหว่างค่าใช้จ่ายกับผลประโยชน์ที่จะมีต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเลือกสิ่งที่เกิดประโยชน์มากที่สุด

2.2 ทฤษฎีพันธานิยม (Deontology) เน้นเรื่องสิทธิของปัจเจกบุคคลและความตั้งใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนั้น ๆ มากกว่าจะเน้นเรื่องผลลัพธ์ที่ตามมา เป็นแนวคิดที่พิจารณาถึงวิธีการ (Means) เป็นสำคัญ โดยเชื่อว่าคนเรามีสิทธิเท่าเทียมกันโดยสมบูรณ์ และต้องได้รับความเคารพในสิทธินั้นด้วย โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ พวก Rule Deontologist ที่ยึดการทำตามกฎเกณฑ์และหลักการเป็นสิ่งที่ถูกต้อง และพวก Act Deontologist ที่ยึดการกระทำที่เหมาะสมเป็นสำคัญและจะตัดสินใจจากการลงความเห็นของกลุ่มในประเด็นปัญหาต่าง ๆ โดยใช้กฎเกณฑ์เป็นแนวทางเท่านั้น พวกพันธานิยมไม่เหมือนพวกประโยชน์นิยมตรงที่พวกนี้จะแย้งว่ามีอะไรบางอย่างที่ไม่ควรทำแม้ว่าจะให้ประโยชน์สูงสุดก็ตาม

2.3 ทฤษฎีสัมพัทธานิยม (Relativist Perspective) มีความเชื่อว่าพฤติกรรมที่มีจริยธรรมนั้นมาจากประสบการณ์ของแต่ละคนและแต่ละกลุ่ม เราต้องอยู่ในสังคมที่มีผู้คนที่มีความคิดหลากหลาย มีพื้นฐานการพิจารณาว่าสิ่งใดถูกสิ่งใดผิดอยู่มากมาย และแตกต่างกันออกไป มุมมองของพวกสัมพัทธานิยมจะใช้ตัวเองหรือบุคคลรอบข้างเป็นพื้นฐานในการกำหนดมาตรฐานทางจริยธรรม โดยจะสังเกตการณ์กระทำของสมาชิกในกลุ่มที่เกี่ยวข้องและพยายามพิจารณาเป็นมิติเอกฉันท์ของกลุ่มในการกระทำพฤติกรรมใด ๆ มิติทางบวกแสดงว่าการกระทำนั้นถือเป็นการกระทำที่ถูกต้องเหมาะสมหรือมีจริยธรรม แต่การตัดสินใจเช่นนั้นอาจไม่ได้เป็นอยู่อย่างนั้นตลอดไป เมื่อสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มเปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมที่เคยได้รับการยอมรับอาจจะถูกมองว่าผิดหรือไม่มีจริยธรรมก็ได้

2.4 ทฤษฎีศรัทธาคุณธรรม (Virtue ethice) เชื่อว่าคุณธรรมเป็นสิ่งแสดงค่าของบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล เมื่อบุคคลมีพัฒนาการทางสังคม พวกเขาจะถูกหล่อหลอมให้มีพฤติกรรมเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ด้วยเหตุผล ความรู้สึก และความต้องการ เช่น คนที่มีลักษณะนิสัยซื่อสัตย์มักจะพูดแต่ความจริง เพราะคิดว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องและทำแล้วตัวเองสบายใจ คุณธรรมถือเป็นสิ่งที่มีค่าควรแก่การสรรเสริญยกย่อง เพราะเป็นความสำเร็จที่บุคคลพัฒนาผ่านการฝึกปฏิบัติ

และความสำนึกกับผิดชอบ คุณธรรมประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ความไว้วางใจ การควบคุมตนเอง ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ความยุติธรรม และความจริงใจ พวกนี้จะมองสถานการณ์ทุกสถานการณ์และตัดสินใจเรื่องราวต่าง ๆ โดยยึดมั่นไม่เปลี่ยนแปลงไปตามแนวปฏิบัติ วัฒนธรรม กฎเกณฑ์ หรือแม้แต่บุคคลอื่น ๆ

2.5 ทฤษฎีผจญความยุติธรรม (Determining Justice) จะประเมินจริยธรรมโดยพิจารณาเกี่ยวกับความยุติธรรมที่คนอื่นจะได้รับ ความยุติธรรมเป็นการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน และรวมทั้งรางวัลที่ควรจะได้รับเมื่อมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับมาตรฐานทางจริยธรรมหรือทางกฎหมาย

สำหรับ คาวานาห์ โมเบิร์ก และเวลาสเควซ (Moberg and Velasquez, อ้างถึงใน สุภาพร พิศาลบุตร 2544 : 85) ได้นำเสนอปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลสำหรับใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจไว้ 3 แนวทาง ดังนี้

1. แนวทางอรรถประโยชน์ (Utilitarian)

แนวทางอรรถประโยชน์พิจารณาผลกระทบจากการตัดสินใจและพฤติกรรมต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง โดยมีจุดประสงค์ว่าต้องการให้เกิดประโยชน์ต่อคนส่วนมาก ดังนั้น นักธุรกิจต้องคาดคะเนผลกระทบของแต่ละทางเลือกที่มีต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง และเลือกทางเลือกที่มีประโยชน์ต่อคนส่วนมาก แนวทางนี้นั้นการกระทำไม่ได้เน้นการจงใจ สำหรับการกระทำนั้น ๆ ผู้บริหารต้องยอมรับว่า เมื่อทำการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ถึงแม้ทางเลือกนั้นอาจจะเป็นอันตรายต่อผู้อื่นบ้าง แต่ทราบใจที่ผลประโยชน์มีมากกว่าผลเสีย เมื่อเทียบกับทางเลือกอื่น ๆ จะถือว่าการตัดสินใจนั้นดีและมีจริยธรรม ในแง่ของธุรกิจแนวทางอรรถประโยชน์จะกำหนดมาตรฐานของจริยธรรมที่ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจโดยพิจารณาจากปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ ประสิทธิภาพ และผลประโยชน์สอดคล้องกัน ดังนี้

1.1 วัตถุประสงค์ คือ การตอบสนองความพอใจแก่ผู้อยู่ในสิ่งแวดล้อมของการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ลูกค้าหรือผู้บริโภค ผู้ขายวัตถุดิบ เจ้าหนี้ พนักงาน ผู้ถือหุ้น โดยเป็นการทำประโยชน์สูงสุดสำหรับคนส่วนมากในระบบตลาดที่มีการแข่งขัน ซึ่งในที่สุดจะเป็นผลให้สามารถสนองความพอใจได้สูงสุดในขณะที่มีราคาต่ำสุด นั่นคือ การมีจริยธรรมในการหารายได้

1.2 ประสิทธิภาพ คือ การบริหารธุรกิจให้บรรลุตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยการใช้องค์ประกอบของการประกอบการ เช่น แรงงาน ที่ดิน ทุน และการจัดการน้อยที่สุด และทำให้สิ่งแวดล้อมภายนอกซึ่งถือเป็นต้นทุนของส่วนรวม เช่น มลพิษทางอากาศ และน้ำ การใช้ทรัพยากรที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ได้รับผลกระทบต่ำสุด

1.3 ผลประโยชน์สอดคล้องกัน การประสานผลประโยชน์ระหว่างผู้ประกอบการกับแรงงาน เพื่อการใช้ทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่ปล่อยให้ผลประโยชน์ส่วนตัวขัดกับส่วนรวม

2. แนวทางศีลธรรมและสิทธิ (Moral-Right)

สิทธิ หมายความว่า การที่บุคคลหรือกลุ่มของบุคคลเป็นเจ้าของในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือการที่ผู้อื่นต้องปฏิบัติต่อบุคคลนั้นตามที่ควร อย่างในต่างประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มีกฎหมายด้านสิทธิพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ สิทธิในการมีชีวิตอยู่ การเลือกได้อย่างเสรี และการตระหนักว่าบุคคลนั้นเป็นมนุษย์ชน การปฏิเสธหรือการไม่ป้องกันสิทธิของบุคคลหรือของกลุ่ม ถือว่าเป็นการไร้จรรยาบรรณ นอกจากนี้ การที่องค์กรธุรกิจใช้ผู้อื่นเป็นเครื่องมือเพื่อให้ได้ดังที่บริษัทต้องการแต่ฝ่ายเดียวโดยปฏิเสธเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของบุคคล ถือว่าเป็นการไร้จรรยาบรรณ เช่นเดียวกัน อย่างเช่น การที่องค์กรธุรกิจทิ้งของเสียที่เป็นอันตรายโดยไม่สนใจว่าเป็นอันตรายต่อผู้ใดบ้างถือเป็นการเพิกเฉยต่อสิทธิของบุคคลอื่น และยังเป็นการทำลายสิ่งแวดล้อมอย่างเห็นแก่ตัว แนวทางนี้ให้ความสำคัญในการเคารพในสิทธิของแต่ละบุคคล แต่ก็อาจมีข้อขัดแย้งเพราะสิทธิของบุคคลหนึ่งอาจกระทบถึงสิทธิของอีกบุคคลหนึ่งได้ ดังนั้น ข้อจำกัดของการใช้หลักศีลธรรมและสิทธิเป็นแนวทางในการตัดสินใจจรรยาบรรณ คือ การพยายามให้ความสมดุลกับสิทธิที่ขัดแย้งกัน

3. แนวทางความยุติธรรม (Justice)

แนวทางความยุติธรรมเป็นแนวทางของการตัดสินใจและการกำหนดพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเสมอภาค (Equity) ความเป็นธรรม (Fairness) และไม่ลำเอียง (Impartiality) ในการกระจายผลประโยชน์และต้นทุนระหว่างบุคคลและกลุ่มต่าง ๆ แนวความคิดนี้มีรากฐานมาจากหลักเสรีภาพ (Liberty Principle) และหลักความแตกต่าง (Difference Principle) โดย

3.1 หลักเสรีภาพ เป็นหลักความเท่าเทียมกันของบุคคล เช่น คนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป มีสิทธิในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

3.2 หลักความแตกต่าง เป็นหลักที่คำนึงถึงความไม่เสมอภาคทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยประโยชน์สูงสุดควรตกแก่ผู้เสียเปรียบมากที่สุด และตำแหน่งการทำงานจะเปิดแก่บุคคลทั่วไปภายใต้ภาวะที่จะทำให้เกิดความยุติธรรม หลักความแตกต่างถือว่าการกระทำใดที่ทำให้เกิดความเสียเปรียบแก่ผู้ด้อยโอกาสมากที่สุดถือว่าไม่มีจริยธรรม

จะเห็นว่า แนวทางอรรถประโยชน์สนับสนุนด้านการก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบุคคลจำนวนมากที่สุด ใช้ได้กับเป้าหมายด้านประสิทธิภาพ ผลผลิต และการทำให้ได้กำไรสูงสุดในขณะที่แนวทางศีลธรรมและสิทธิ และแนวทางความยุติธรรมจะเน้นสิทธิส่วนบุคคลและความ

จำเป็นในการกระจายผลประโยชน์และภาระให้บุคคลต่าง ๆ อย่างยุติธรรม การมุ่งที่ผลประโยชน์ด้านประสิทธิภาพและผลผลิตเป็นสำคัญอาจจะเป็นผลให้มองข้ามความถูกต้องชอบธรรมที่พึงมีในบุคคล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541 : 85)

จากการศึกษาในเรื่องของจริยธรรมทางธุรกิจที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าจริยธรรมทางธุรกิจเป็นหลักการหรือแนวความประพฤติที่ถูกต้องเหมาะสม เป็นแนวคิดที่สังคมยอมรับเพื่อใช้แก้ปัญหาทางธุรกิจที่กฎหมายควบคุมไม่ถึง เป็นเครื่องมือที่ใช้วินิจฉัยตัดสินว่าเหตุการณ์หนึ่งเป็นเรื่องควรทำหรือไม่ควรทำ เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม รวมไปถึงหลักปฏิบัติที่ผู้ประกอบการ หรือผู้ค้าปลีกพึงกระทำต่อผู้บริโภค ทั้งด้านการรับรู้จริยธรรมเบื้องต้น รวมไปถึงหลักปฏิบัติที่กระทำอยู่ต่อผู้บริโภค หรือผู้มีส่วนได้เสียทางธุรกิจ โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกแนวคิดทางด้านปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลของ คาวานาห์ โมเบิร์ก และเวลาสเกวซ (Moberg and Velasquez) มาใช้ในการวิจัย โดยอ้างอิงจากแนวทางอรรถประโยชน์ที่พิจารณาผลกระทบจากการตัดสินใจและพฤติกรรมต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง โดยมีจุดประสงค์เพื่อต้องการทราบถึงแนวคิดของผู้ประกอบการธุรกิจหาบเร่ แผงลอย เพื่อเป็นเครื่องชี้ถึงความมีจริยธรรมในตัวบุคคลนั้น ๆ

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

3.1 ความหมายของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ธงชัย สันติวงษ์ (2540 : 18) กล่าวว่า ความสำเร็จทางธุรกิจ คือ การที่องค์กรธุรกิจสามารถทำงานได้บรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ และงานนั้นเป็นงานที่มีคุณค่า และมีคุณภาพสูง

นิตย์ สัมมาพันธ์ (2542 : 10) กล่าวว่า ความสำเร็จของธุรกิจ เป็นความสามารถของผู้จัดการที่จะตั้งเป้าหมาย วางแผน ดำเนินการตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ จนสามารถบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

พวงฉวี คุ้มแก้ว และ ดุษฎี โยธธา (2546 : 21) กล่าวว่า ความสำเร็จ หมายถึง ความสามารถบรรลุถึงอย่างน่าพอใจตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ทางการบริหาร ด้วยการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

พันธ์ศักดิ์ ลีลาวรรณกุลศิริ (2549) กล่าวว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนั้น หมายถึง มีการลงทุนพอเหมาะ ขยายมากหรือขายเร็ว สามารถทำกำไร และมีสภาพคล่อง รวมถึงมีความสามารถชำระหนี้

มอสเลย์ (Mosley 1996 : 20) กล่าวว่า ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จะต้องสามารถใช้ทรัพยากรในวิธีที่จะทำให้ภารกิจต่าง ๆ เสร็จสิ้นสมบูรณ์ตามเป้าหมาย (มีประสิทธิผล) ด้วยการใช้ต้นทุนน้อยที่สุดได้ (มีประสิทธิภาพ)

จากการศึกษา สรุปได้ว่าความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย วางแผน การจัดการ ดำเนินการตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

1. แนวคิดของนิคัย สัมมาพันธ์ (2542 : 18-19) ให้แนวคิดในการวัดความสำเร็จของธุรกิจโดยพิจารณาจากสิ่งต่อไปนี้คือ

1.1 ผลผลิตภาพ หรือการเพิ่มผลผลิต (Productivity) เป็นการวัดที่สรุปถึงปริมาณและคุณภาพการทำงาน โดยการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด หรืออัตราส่วนระหว่างผลงาน (Outputs) ขององค์กรในรูปของสินค้าและบริการต่อจำนวนปัจจัยนำเข้า (Input) ภายในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง และตามคุณภาพที่กำหนด ดังสมการ

1.2 กำไร (Profit) เป็นเกณฑ์ในการวัดที่ใช้มักจะเป็นเรื่องระยะสั้น อย่างมากคือ 1 ปีและเมื่อรู้ว่ามีกำไรมากหรือน้อยก็เป็นเรื่องของอดีตไปแล้ว ดังนั้นจึงมีการกล่าวถึงกำไรสูงสุด (Profit Maximum) หมายถึง การทำกำไรสูงสุด โดยพิจารณาระยะเวลาการประกอบเป็นกำไรสูงสุดระยะยาว (Long-Term Profit Maximization)

2. แนวคิดของวิชย โอสวรรณจินดา (2547 : 7-9) ได้ให้แนวความคิดว่าธุรกิจขนาดย่อมจะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้ก็โดยอาศัยปัจจัยต่อไปนี้

2.1 การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ธุรกิจขนาดย่อมที่ต้องแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ และมีการแข่งขันกันเองนั้น จะมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้จาก

2.1.1 ความยืดหยุ่น เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมมีโครงสร้างการบริหารงานที่มีขอบเขตแคบกว่าการบริหารธุรกิจขนาดใหญ่และมีอำนาจการตัดสินใจอยู่กับคนเพียงไม่กี่คน จึงมีความยืดหยุ่นในการตัดสินใจ และสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้เร็ว

2.1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นได้ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านการบริหาร การพัฒนาด้านกระบวนการ และพัฒนาด้านการจัดการ ซึ่งสามารถส่งเสริมความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ

2.1.3 ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับลูกค้า ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมสามารถสร้างความใกล้ชิดกับลูกค้า ได้รู้จักความต้องการของลูกค้า ทำให้สามารถสร้างความพอใจในการบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ซึ่งนำไปสู่การใช้บริการซ้ำของลูกค้า

2.1.4 คุณภาพของสินค้า ธุรกิจขนาดย่อมจะมีโอกาสพัฒนาคุณภาพของสินค้าได้ตามความพอใจของลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจง จึงสามารถรักษาลูกค้า เพิ่มยอดขาย กำไร และลดความสิ้นเปลืองของการใช้ทรัพยากรได้

2.2 การเริ่มต้น การเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อมนั้น ผู้ประกอบการควรมีความแน่ใจว่ามีปัจจัยต่าง ๆ อย่างเพียงพอต่อความสำเร็จ โดยเฉพาะเรื่องเงินทุน พนักงาน กระบวนการผลิต และข้อมูลการตลาด โดยมีประเด็นต้องพิจารณา ดังนี้

2.2.1 เงินทุน สิ่งสำคัญของการทำธุรกิจ คือ เงินทุน การเริ่มต้นธุรกิจด้วยการขาดเงินทุนจะเป็นการทำลายโอกาสแห่งความสำเร็จ และถ้ามีเงินทุนแต่ไม่เพียงพอ ก็จะทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน ผู้ประกอบการจึงควรวางแผนการใช้เงินทุนและมีวิธีการได้เงินทุนที่เพียงพอ ไม่ว่าจะมาจากธนาคาร สถาบันการเงิน เงินทุนส่วนตัว หรือจากญาติพี่น้อง

2.2.2 พนักงาน ธุรกิจขนาดย่อมมักมีปัญหาการเข้าออกของพนักงานในอัตราสูง ทำให้ขาดพนักงานที่มีทักษะและมีฝีมือ ผู้ประกอบการจึงต้องรู้จักหาคนดีมาทำงาน จัดให้มีการพัฒนาพนักงานด้วยการฝึกอบรมและให้แรงจูงใจแก่พนักงานอย่างเหมาะสม

2.2.3 การตลาด เทคนิคการตลาดจะช่วยผู้ประกอบการธุรกิจให้ทราบว่าผู้บริโภคต้องการอะไร ปริมาณเท่าใด เพื่อจะได้นำเสนอสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง และควรทราบว่าลูกค้าชอบอะไร ไม่ชอบอะไรด้วย เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน

2.2.4 ข้อมูลที่ถูกต้อง ผู้ที่เริ่มประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ขาดประสบการณ์จำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ อย่างรอบคอบ เพื่อการตัดสินใจดำเนินการ โดยอาจศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง หรือการขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ ยังได้ข้อมูลมากเท่าใด ก็ยังมีโอกาสทำธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จมากขึ้นเท่านั้น

3. แนวคิดประสิทธิผลขององค์การ ประสิทธิผลเป็นการทดสอบการบริหารที่ดีคือการดูความสามารถในการจัดองค์การ และการใช้ทรัพยากรที่หาได้ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และรักษาระดับการปฏิบัติที่มีประสิทธิผลไว้ให้ได้ ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่าประสิทธิผล เป็นเครื่องตัดสินใจขั้นสุดท้ายถึงความสำเร็จของการบริหารและองค์การ (ภรณ์ กীরดีบุตร 2529 : 2)

4. แนวคิด Balanced Scorecard ของ Kaplan and Norton (สำนักงบประมาณ 2545 : 1-8) ในยุคอุตสาหกรรม ผู้บริหารองค์กรนิยมใช้ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรวัดเชิงตัวเงิน (Financial measures) เช่น กำไรสุทธิ (Net Income) อัตราผลตอบแทนต่อเงินลงทุน กำไรสุทธิต่อหุ้น เป็นต้น แต่ในสถานการณ์ปัจจุบัน ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเหล่านี้ถือว่ามีจำกัดมากเนื่องจากมิได้สะท้อนถึงการปรับปรุงความสามารถและทักษะความชำนาญของพนักงานต่อการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งล้วนแต่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการอยู่รอดของกิจการในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง

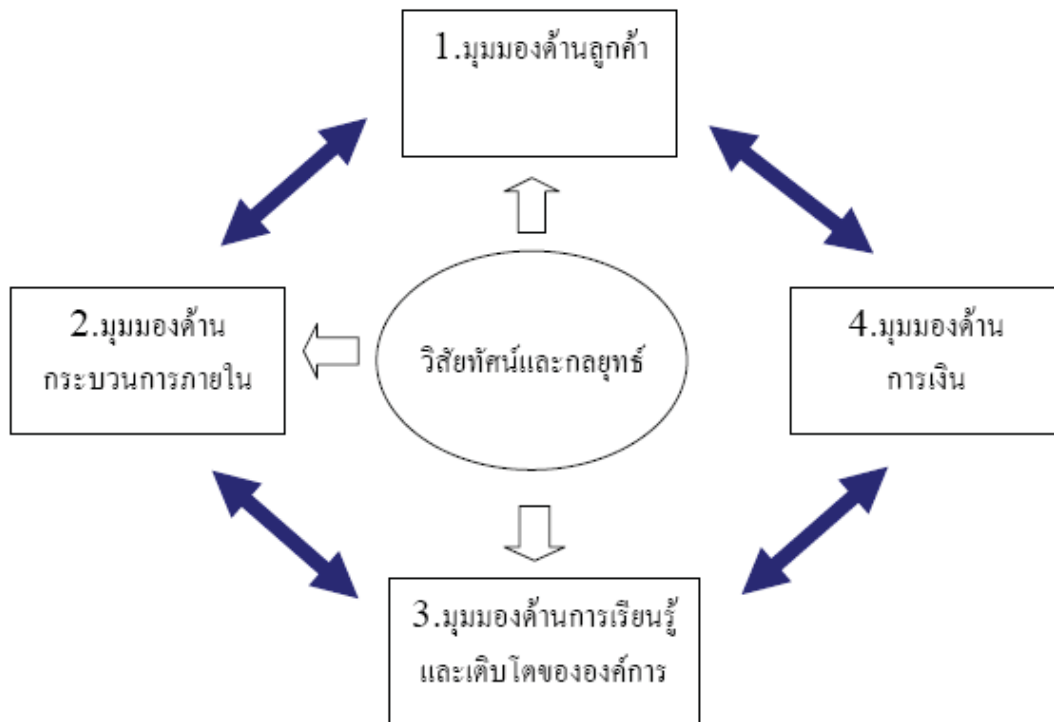
Balanced Scorecard เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างรอบด้านในองค์กร นอกจากนี้วิสัยทัศน์ผู้บริหารยังต้องครอบคลุมถึงความสมดุลใน 2 มิติ คือ

1. มิติด้านเวลา ผู้บริหารจะต้องมองเห็นความสัมพันธ์และความสมดุลระหว่างวัตถุ-ประสงค์ระยะสั้นและวัตถุประสงค์ระยะยาวขององค์กร

2. มิติด้านองค์ประกอบของตัวชี้วัดการประเมินผล คือ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่เข้มงวดกับตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่ยืดหยุ่น จาก 2 มิติดังกล่าว Balanced Scorecard จึงประกอบด้วยพิจารณาตัวชี้วัดจาก 4 มุมมองร่วมกัน ได้แก่ มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายในองค์กร (Operational or Internal Process Perspective) มุมมองด้านบุคลากรขององค์กรหรือการเรียนรู้เติบโต (Personnel or Learning and Growth Perspective) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)

มุมมองด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในองค์กรและมุมมองด้านบุคลากรขององค์กรหรือการเรียนรู้เติบโตเป็นมุมมองที่ยืดหยุ่น ส่วนมุมมองด้านการเงินเป็นมุมมองที่เข้มงวดในการประเมินผลแบบดุลยภาพจึงเป็นการพิจารณาทั้ง 4 องค์ประกอบสำคัญนี้อย่างรอบด้านและคำนึงถึงความเหมาะสมกับสถานการณ์ โดยพิจารณาจากกระบวนการหลักของธุรกิจ นวัตกรรม การเติบโตและการเรียนรู้ แสดงเป็นแผนภูมิได้ดังนี้

ผลงานวิจัยชั้นนำที่ศึกษาในระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 3 แสดงแนวคิดพื้นฐานของ Balanced Scorecard
ที่มา : สำนักงบประมาณ, การประเมินประสิทธิภาพ (กรุงเทพมหานคร : กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545), 4.

3.3 ความหมายขององค์ประกอบ

1. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง การที่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย ผู้รับบริการมองกิจการหรือองค์กรอย่างไร ผู้บริหารจะต้องระบุส่วนของตลาดและลูกค้า ที่องค์กรเข้าไปให้บริการหรือทำการแข่งขัน โดยสามารถวัดผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่เข้าไปช่วงชิงส่วนแบ่งของตลาดและลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้น ดังนั้นตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานกลุ่มนี้จึงมักประกอบด้วยตัวชี้วัดทั่วไปหลากหลายแบบที่สะท้อนถึงผลสำเร็จที่เกิดจากกลยุทธ์ขององค์กรที่มีการกำหนดเป็นแนวทางไว้ ตัวอย่างของตัวชี้วัดกลุ่มนี้ เช่น การรักษาสถานลูกค้าเดิม การสรรหาลูกค้ารายใหม่ ๆ ความสามารถในการทำกำไรของลูกค้า ส่วนแบ่งทางการตลาดและส่วนแบ่งบัญชี จากส่วนของตลาดและลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น กล่าวโดยสรุป มุมมองด้านลูกค้าจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรหรือหน่วยธุรกิจสามารถประมวลความรู้สึกลูกค้าที่แฝงอยู่ในกลยุทธ์ซึ่งเน้นความสำคัญของลูกค้าและตลาดให้ออกมาเป็นรูปธรรมมากขึ้น อันจะช่วย

ให้สร้างผลตอบแทนด้านการเงินหรือกำไรตามมาในระยะยาวได้ ซึ่งองค์การสามารถจะวัดผลการดำเนินการของแต่ละกลุ่มได้ โดยผลลัพธ์ที่ต้องการภายใต้มุมมองนี้คือ

1.1 ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) เป็นการวัดถึงสัดส่วนของธุรกิจในตลาดเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

1.2 การรักษาลูกค้าเก่า (Customer Retention) เป็นการวัดความสามารถในการรักษาลูกค้าเดิมขององค์กร

1.3 การเพิ่มลูกค้า (Customer Acquisition) เป็นการวัดความสามารถขององค์กรในการแสวงหาลูกค้าใหม่

1.4 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการขององค์กรหรือตัวองค์กรเอง

1.5 กำไรต่อลูกค้า (Customer Profitability) เป็นการวัดกำไรที่ได้รับต่อลูกค้าหนึ่งราย

2. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) เป็นการพิจารณากระบวนการภายในที่เป็นกระบวนการหลักที่องค์กรต้องให้ความสำคัญภายใต้มุมมองนี้จะมุ่งเน้นกระบวนการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงินด้วย ตัวชี้วัดมุมมองด้านกระบวนการภายใน เช่น เวลาในแต่ละกระบวนการ อัตราของเสียในสายการผลิต อัตราการส่งมอบที่ตรงเวลา ค่าใช้จ่ายทางด้านบริหารต่อยอดขาย ระยะเวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ค่าใช้จ่ายทางด้านบริหารต่อพนักงาน เวลาเฉลี่ยในการตัดสินใจต้นทุนในการผลิต การปรับปรุงการเพิ่มผลผลิตค่าใช้จ่ายทางด้านเทคโนโลยีต่อค่าใช้จ่ายทางด้านบริหารทั้งหมด ซึ่งในมุมมองทางด้านการบริหารงานภายในนี้มักจะประกอบไปด้วย

2.1 นวัตกรรม (Innovation)

ผลงานวิจัยนวัตกรรมระดับปริญญาตรี

2.2 การดำเนินงาน (Operation)

2.3 การบริหารหลังการขาย (After Sale Service)

3. มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต (Learning and Growth Perspective) เป็นการพิจารณาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต้องสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้เติบโตและปรับปรุงองค์การในอนาคตโครงสร้างการเรียนรู้และการเติบโตขององค์การมาจาก 3 แหล่งหลักดังนี้

3.1 ด้านเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร

3.2 ด้านเกี่ยวกับระบบข้อมูลสารสนเทศภายในองค์กร

3.3 ด้านเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร ระบบการจูงใจ และ โครงสร้างองค์กร

ตัวชี้วัดในมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต เช่น ค่าใช้จ่ายในการวิจัยพัฒนาต่อ ค่าใช้จ่ายทั้งหมด ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานต่อพนักงาน การลงทุนในการให้การสนับสนุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวนข้อเสนอแนะต่อพนักงาน ความพึงพอใจของพนักงาน จำนวนวัน ในการฝึกอบรมต่อพนักงานต่อปี อัตราการขาดงานเฉลี่ยของพนักงาน อัตราการลาออกของ พนักงานอายุเฉลี่ยของพนักงาน ระยะเวลาเฉลี่ยของพนักงานที่ทำงานร่วมกับองค์กร

4. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) ซึ่งการประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้วยตัวเงินยังเป็นประโยชน์ต่อการสรุปผลกระทบเชิงเศรษฐกิจของมาตรการต่าง ๆ ที่สามารถวัดได้ ง่าย ตัววัดที่เป็นตัวเงินจึงเป็นตัวบ่งบอกว่า กลยุทธ์ขององค์กรและการนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปปฏิบัติ ได้ก่อให้เกิดผลกำไรหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ดังนั้นโดยทั่วไปวัตถุประสงค์ด้านการเงินจึงสะท้อน ความสามารถในการทำกำไรที่ผ่านมาจากขององค์กร ซึ่งสามารถวัดได้ในรูปของกำไรจากการดำเนินงาน ผลตอบแทนการลงทุน มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของยอดขายและความสามารถในการ ก่อให้เกิดกระแสเงินสด ตัวอย่างตัวชี้วัดของมุมมองด้านการเงิน เช่น สิ้นทรัพย์รวม ผลตอบแทนจาก สิ้นทรัพย์ มูลค่าเพิ่มต่อพนักงาน รายได้ต่อพนักงาน กระแสเงินสด กังไรต่อทรัพย์สินรวม เป็นต้น

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตัวชี้วัดความสำเร็จในการประกอบ การของผู้ประกอบการด้วยดัชนีชี้วัดความสำเร็จ 4 ด้าน อันได้แก่ ด้านการเงินทำการชี้วัดยอดขาย กำไร ต้นทุนการผลิต ด้านลูกค้าทำการชี้วัด จำนวนลูกค้า (เก่าและใหม่) ความพึงพอใจของลูกค้า ด้าน กระบวนการบริหารภายใน ชี้วัดความสม่ำเสมอของเวลาในแต่ละวันทำการในการดำเนินธุรกิจ และ ด้านการเรียนรู้พัฒนาเป็นการชี้วัดการแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนา และได้นำมาใช้มาวิเคราะห์ใน ส่วนของแบบสอบถามเพื่อวัดความถึงความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ว่าปัจจัยใดมี ความสำคัญส่งผลสู่ความสำเร็จ

4. ข้อมูลของผู้ค้าปลีกบางกอก

4.1 ความหมายของการค้าปลีก (Retailing)

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2541 : 222) การค้าปลีก หมายถึง การขายสินค้าให้กับผู้บริโภค คนสุดท้าย โดยการซื้อสินค้าไปเพื่อบริโภคของตนเองและครอบครัว ผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าจากใคร ก็ได้ แต่ต้องขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเท่านั้น

สุมนา อยู่โพธิ์ (2544 : 3) กล่าวถึงคำจำกัดความของการค้าปลีก หมายถึงกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้า หรือบริการ โดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อการใช้ส่วนตัวไม่ใช่เพื่อ ธุรกิจ

นุชรินาถ เจนผาสุก (2547 : 28) ให้ความหมายของการค้าปลีก คือ สถาบันทางการตลาดที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยกระจายสินค้าจากผู้ผลิต พ่อค้าส่ง ไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate consumer) การค้าปลีกจึงปฏิบัติในรูปลักษณะที่แตกต่าง ตั้งแต่ คนเดินเท้า หาบเร่ แผงลอย ร้านค้าขนาดเล็ก ร้านค้าขนาดใหญ่ มียอดขายเป็นล้านบาทต่อวัน ขณะเดียวกันสถาบันการค้าปลีกเหล่านี้ มีสินค้ามูลค่าราคาต่าง ๆ กันไว้จำหน่าย ตั้งแต่ราคาต่ำถึงราคาแพง คุณภาพของสินค้าก็ต่างกันไปด้วย ดังนั้น ความสำเร็จส่วนหนึ่งของผู้ผลิต พ่อค้าส่ง จึงขึ้นอยู่กับความสำเร็จของการค้าปลีก เช่นกัน

4.2 ความหมายของร้านค้าปลีก (Retail Store)

ญาณี จาตุรงค์กุล (2546 : 40) ให้ความหมายร้านค้าปลีก หมายถึง องค์กรธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายที่จะขายสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย มิได้มุ่งหวังที่จะเอาสินค้าที่ซื้อไปประกอบธุรกิจอีกต่อไป

นุชรินาถ เจนผาสุก (2547 : 30) ให้ความหมายร้านค้าปลีก หมายถึง ร้านค้าที่ขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer) ซึ่งซื้อไปใช้เอง หรือใช้ในครอบครัวไม่ใช่ซื้อไปเพื่อจำหน่ายต่อ หรือเพื่อหาค่าไรต่อแต่อย่างใด ร้านค้าปลีกเปรียบเสมือนตัวแทนของผู้ผลิตในการขายสินค้าให้กับลูกค้า มีส่วนช่วยสร้างความสำเร็จในการขายสินค้าให้แก่ผู้ผลิต เพราะร้านค้าปลีกมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากกว่าและรู้ถึงความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า เมื่อก้าวถึงร้านค้าปลีก จะหมายถึง ร้านค้าปลีกทั้งหมด ไม่ว่าจะขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ เป็นร้านค้าที่มียอดขายต่อวันเพียงเล็กน้อย จนกระทั่งร้านค้าที่มียอดขายต่อวันสูง ร้านค้าดังกล่าว ได้แก่ ร้านแผงลอย ร้านขายของชำ ร้านขายสินค้าเบ็ดเตล็ด ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า วิวัฒนาการการค้าปลีกได้เปลี่ยนรูปอยู่เสมอ และคาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอด ในรูปแบบใหม่ที่มีข้อเสนอดีกว่า ตลอดจนนิสัยในการซื้อสินค้าผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปเช่นกันตามสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม จึงทำให้แนวคิดเกี่ยวกับ **ตลาดหาบเร่แผงลอยและค้าปลีกนั้นมีความสำคัญต่อครัวเรือนและถึงความสัมพันธ์ของจริยธรรมและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในครั้งนี้**

4.3 ประวัติความเป็นมา และวิวัฒนาการของย่านการค้าบางแค

บางแค เป็นย่านการค้าเก่าแก่ ที่อยู่คู่กับกรุงเทพมหานคร และฝั่งธนบุรีมาอย่างยาวนาน (เพิ่มยศ เจริญวงศ์ 2528, อ้างถึงใน สมชาติ วิจิตรการลิขิต 2548 : 49) ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงพัฒนาการและบทบาทของย่านในช่วงต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของย่านบางแค โดยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 ตั้งแต่ พ.ศ.2394 – พ.ศ.2467 (รัชกาลที่ 4 – รัชกาลที่ 6) เป็นช่วงเวลาที่ย่านบางแคเริ่มมีการตั้งถิ่นฐาน

นับตั้งแต่สิ้นสุดสงครามครั้งสุดท้ายกับพม่าในสมัย รัชกาลที่ 4 เป็นต้นมา สภาพปลอดการรุกรานของเพื่อนบ้าน จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น และแรงกดดันจากชาติตะวันตกที่มองหาแหล่งผลิตสินค้าเกษตร อันเป็นปัจจัยสำคัญให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจของไทยอย่างมหาศาล โดยเฉพาะสินค้าเกษตร ข้าว และน้ำตาล เป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้พื้นที่รอบนอกของธนบุรีที่นอนหลับอยู่ค่อย ๆ ลืมตาขึ้น

ภายหลังจากการทำสนธิสัญญาเบาว์ริง กับรัฐบาลอังกฤษ พ.ศ.2398 รัฐบาลไทยจึงเปลี่ยนนโยบายเปิดขายข้าวอย่างไม่จำกัด ดังหมายประกาศของรัฐบาล ปีมะเมีย นพศก มีความตอนหนึ่งว่า “บัดนี้ผู้ใหญ่ในกรุง พร้อมใจกันยอมเปิดให้ลูกค้าต่างประเทศซื้อเข้าไปนอกประเทศได้ ราษฎรเปนอันมากก็ตื่นกันค้าขายมาก ชาวต่างชาติทำมาก ไม่มีว่างทุกแห่งทุกตำบล” ด้วยเหตุนี้พื้นที่อยู่อาศัยในธนบุรี ซึ่งเคยกระจายตัวไม่ห่างจากริมน้ำมากนัก ก็ขยายตัวกว้างขวางออกไปมากกว่าเดิม

ต่อมาการค้าน้ำตาลเจริญรุ่งเรืองขึ้นมาก น้ำตาลเป็นสินค้าที่ชาวตะวันตกต้องการมาก มีความต้องการอ้อยและน้ำตาลจากแหล่งผลิตใหญ่ แถบแม่น้ำนครชัยศรีเข้าสู่พระนคร อีกทั้งเส้นทางคมนาคมขนส่งทางน้ำ ตามแนวคลองเดิมมีเส้นทางลัดเคี้ยว การเดินทางลำบาก และใช้เวลาในการเดินทางนาน ประกอบกับสามารถเปิดพื้นที่นาคลองฝั่งคลองเป็นจำนวนมาก รัชกาลที่ 4 จึงโปรดฯ ให้พระภิกษุสมบัติบริบูรณ์ (เจ้าสุวิม) เป็นแม่กองขุดคลอง เริ่มขุดตั้งแต่ พ.ศ.2409 สำเร็จบริบูรณ์ พ.ศ.2415 มีความยาว 620 เส้น กว้าง 7 วา ลึก 6 ศอก เป็นเงิน 112,000 บาท และพระราชทานนามว่า คลองภาษีเจริญ

จากการขุดคลองดังกล่าว ช่วงเวลานั้นเป็นช่วงเวลาที่พื้นที่ย่านบางแค เริ่มมีการตั้งถิ่นฐาน ลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชุมชนดั้งเดิมจึงอาศัยอยู่ตามสองฟากฝั่งคลอง เพื่อความสะดวกในการดำรงชีวิตที่อุปโภคบริโภคตลอดจนการคมนาคม โดยมีชุมชนหนาแน่นบริเวณวัด ตลาด หรือปากคลอง ชุมชนที่สำคัญ ได้แก่ ชุมชนปากคลองภาษีเจริญ ชุมชนวัดรางบัว บริเวณวัดบางแค (วัดนิมมานรดี สร้างขึ้นใหม่ในสมัยรัชกาลที่ 5 ปี พ.ศ.2451) เป็นต้น จากบทบาทการคมนาคมทางน้ำยังมีความสำคัญ และเด่นอยู่มาก เมื่อสังเกตจากที่ตั้งของวัด สถานที่ราชการ อาคาร บ้านเรือนตลาด จะตั้งอยู่ติดคลองทั้งสิ้น โดยมีศูนย์กลางด้านการค้าขายจะอยู่ที่ปากคลองภาษีเจริญ ซึ่งรองรับประชาชนในแถบปากคลองภาษีเจริญ คลองบางกอกใหญ่ คูหาสวรรค์ และบริเวณปากคลองราชมนตรี ซึ่งรองรับประชากรในแถบบางด้วน วัดรางบัวและคลองราชมนตรี (เพิ่มยศ เจริญวงศ์ 2528, อ้างถึงใน สมชาติ วิจิตรการลิขิต 2548 : 47)

ในส่วนศูนย์กลางด้านสังคมนั้น อยู่บริเวณที่ว่าการอำเภอภาษีเจริญ ซึ่งตั้งอยู่ริมคลองภาษีเจริญ บริเวณติดกับวัดรางบัว ตามหลักฐานจากราชกิจจานุเบกษา ปี ร.ศ.121 กล่าวว่า อำเภอภาษีเจริญ เกิดขึ้นจากการแบ่งส่วนของอำเภอดลิ่งชั้น กับอำเภอบางขุนเทียน โดยจัดตั้งเป็นอำเภอขึ้นในปี พ.ศ.2442 แสดงให้เห็นถึงบทบาทและความสำคัญของการคมนาคมทางน้ำในสมัยนั้น

ลักษณะพื้นที่ในบริเวณชุมชนบางแคในปัจจุบัน ณ ช่วงเวลาดังกล่าวมีลักษณะเป็นชุมชนเกษตรที่มีกลุ่มการค้าขนาดเล็กเกาะตัวอยู่ สองฝั่งคลองราชมนตรี ต่อเนื่องจากตลาดบ่อปลา ซึ่งเป็นตลาดชุมชนในยุคนั้นยาวไปตามแนวคลองราชมนตรีถึงชุมชนวัดบางแค (วัดนิมมานรดี) จนจรดปากคลองราชมนตรีที่ติดกับคลองภาษีเจริญ ซึ่งเป็นย่านการค้าที่สำคัญในสมัยนั้น

เนื่องจากคลองภาษีเจริญเป็นคลองที่เชื่อมต่อระหว่างแม่น้ำท่าจีนกับคลองบางกอกใหญ่โดยใช้เป็นเส้นทางคมนาคมสายหลักที่สำคัญระหว่างจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม ราชบุรี และเพชรบุรี เข้าสู่กรุงเทพฯ หรือเดินทางผ่านไปยังหัวอื่น ๆ จะมีเรือสินค้าพื้นเมือง และสินค้าอุปโภคบริโภคจากจังหวัดต่าง ๆ ผ่านมาแวะจำหน่ายสินค้าอยู่บริเวณดังกล่าว การเดินทางมาจำหน่ายสินค้า ผู้คนสมัยนั้นจะใช้เรือเป็นพาหนะ พร้อมกันนั้นก็จะนำสินค้าเกษตรของตนออกมาจำหน่ายด้วย จนเกิดความหนาแน่นของการค้าทางน้ำกลายเป็นตลาดน้ำขึ้น และส่งผลให้เกิดชุมชนการค้าสองฝั่งคลองราชมนตรี รวมถึงชุมชนบางแคในสมัยนั้นด้วย นอกจากนี้ บริเวณริมฝั่งคลองภาษีเจริญยังถูกใช้เป็นที่ขนสินค้าเกษตรจากบริเวณนี้ส่งไปขายยังที่อื่น ๆ จนกลายเป็นย่านการค้าของสินค้าเกษตร มีชื่อว่าท่าเกษตรอีกด้วย

ช่วงที่ 2 ตั้งแต่ พ.ศ.2468 – พ.ศ.2529 (รัชกาลที่ 7 – แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5) เป็นช่วงเวลาที่ย่านบางแคมีบทบาทที่สำคัญด้านศูนย์กลางพาณิชยกรรมชานเมืองของฝั่งธนบุรี

ในช่วงเวลานี้ ขณะที่ทางฝั่งธนบุรีเพิ่งจะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง แต่ทางฝั่งพระนครมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก มีการสร้างถนนเพิ่มขึ้นมากมาย บริเวณสองฟากของถนนจะเป็นร้านค้าติดต่อกัน โดยเป็นตึกแถวหรือเรือนแถว ฝั่งพระนครมีการพัฒนาและเจริญขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะทางด้านการคมนาคมที่ในอดีตจะอาศัยการคมนาคมทางน้ำเป็นหลักมาเปลี่ยนเป็นอาศัยการคมนาคมทางบกแทนซึ่งทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้จะทำให้เกิดการขยายตัวทางด้านการคมนาคมขนส่งแล้ว ยังทำให้เกิดการขยายตัวทางด้านอาคารและกิจการการค้าด้วยเช่นกัน

ดังประกาศในพระบรมราชโองการสร้างสะพานพระพุทธยอดฟ้าว่า “การขยายตัวของฝั่งพระนครขยายต่อออกไปทางท้องทุ่งข้างตะวันออกจนห่างไกล แต่ทางฝั่งธนบุรีฝักตะวันตก

ที่อยู่ใกล้พระนครยังร่วรงโรยอยู่มาก เพราะเหตุที่ไปมาถึงกันไม่ได้ด้วยทางบก คงจะถึงเวลาต้องทำ สะพานข้ามแม่น้ำขยายพระนครไปทางธนบุรี ถ้าทำลายแต่บัดนี้ก็จะประโยชน์โดยเร็ว” ทำให้ การสร้างสะพานพระพุทธรูปหรือสะพานปฐมบรมราชานุสรณ์ในปี พ.ศ.2475 มาพร้อมกับ ความเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของผู้คน วิถีชีวิตของชาวสวนในฝั่งธนบุรี โดยการเปลี่ยนแปลง ในระยะเริ่มต้นเริ่มจากเขตชั้นใน โดยเฉพาะบริเวณที่สะพานตัดเชื่อมมาถึง ได้แก่ ย่านบ้านสมเด็จ ย่านวงเวียนเล็ก นอกจากนี้ยังมีการสร้างถนนใหม่ขึ้นอีก 11 สายในฝั่งธนบุรี รวมถึงการตั้ง อนุสาวรีย์พระเจ้าตากสิน ในปี พ.ศ.2497

ในช่วงเวลานี้ ระยะเริ่มแรกย่านบางแคยังไม่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง แต่อย่างใด จนมาในปี พ.ศ.2500 ได้มีการก่อสร้างถนนเพชรเกษม ซึ่งเป็นทางหลวงแผ่นดินผ่านสู่ ภาคใต้และภาคตะวันตกของประเทศ ก็มีการก่อสร้างถนน ซอย ต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ทั้งถนนสุขาภิบาล 1 ถนนสุขาภิบาลบางแค (ซอยเพชรเกษม 88) และถนนเข้าหมู่บ้านเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดชุมชนใหม่ ขึ้นตามถนนสายนี้ และสายย่อยอื่น ๆ ที่ตัดใหม่ เช่น ชุมชนบางแค ชุมชนบางหว้า ชุมชน 2 ฟาก ถนนเทิดไทย ชุมชนซอยแสงเพชร และ โดยเฉพาะชุมชนหมู่บ้านเศรษฐกิจ (สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2500) ซึ่งเป็นชุมชนใหญ่แสดงถึงรูปแบบของนครเป็นชุมชนที่มีการคมนาคมทางบกอย่างชัดเจน เมื่อการคมนาคมขนส่งทางบกมีความสำคัญมากขึ้น ความหนาแน่น และบทบาทของชุมชนริมถนน (Ribbon Development) ก็มีมากขึ้น การรวมตัวของที่อยู่อาศัย กิจกรรมการค้า การบริการมากขึ้น (เพิ่มศ เจริญวงศ์ 2528, อ้างถึงใน สมชาติ วิจิตรการลิขิต 2548 : 49)

ประกอบกับในช่วงเวลานี้เริ่มเปิดให้มีการเดินรถโดยสารต่างจังหวัดขึ้น โดยบริษัท ขนส่งจำกัด (บขส.) โดยเส้นทางสายใต้ในระยะแรกวิ่งจาก อ.ท.ม. – จังหวัดชุมพร โดยจัดสร้างสถานี ขนส่งสายใต้ขึ้นบริเวณสามแยกไฟฉาย ถนนจรูญศุภินทวงศ์ โดยเส้นทางเดินรถจำเป็นต้องผ่าน ถ.เพชรเกษม และบริเวณตลาดบางแค ทำให้จากเดิมที่ตลาดน้ำหน้าวัดนิมมานรดี เป็นตลาดเล็ก ๆ เป็นที่รู้จักมากขึ้น เมื่อได้รับความนิยม จึงเกิดการขยายตัวมาถึงแนวถนนเพชรเกษมต่อมาในปี พ.ศ.2516 จึงได้มีการ สร้างตลาดทวีทรัพย์ขึ้นบริเวณริมถนนเพชรเกษมฝั่งขาออกติดกับคลองราชมนตรี ซึ่งเป็นจุดเชื่อมโยง การคมนาคมขนส่งทางบกและทางน้ำ บทบาททางการค้าบริเวณปากคลองราชมนตรี และบริเวณริม คลองภาษีเจริญก็เริ่มลดลง ตลาดน้ำได้เคลื่อนตัวมาหนาแน่นอยู่บริเวณด้านข้างของตลาดทวีทรัพย์ ซึ่งจะมีชื่อเรียกอีกอย่างว่าตลาดน้ำทวีทรัพย์ โดยมีการรวมตัวหนาแน่นตั้งแต่เชิงสะพานคลองราช มนตรีจนถึงถึงวัดบางแค การเคลื่อนตัวของตลาดน้ำนี้ ทำให้ตลาดแฝงลอยบริเวณช่วงสองริมฝั่ง ปากคลองราชมนตรี กลายสภาพเป็นเพียงชุมชนอยู่อาศัย ย่านการค้ามากระจุกตัวอยู่บริเวณริมถนน เพชรเกษม โดยถัดจากตลาดทวีทรัพย์ไป ตั้งแต่สะพานข้ามคลองราชมนตรีไปจนถึงแยก ถนน

สุขาภิบาล 1 ต่อมาในปี พ.ศ.2518 – 2520 มีการสร้างศูนย์การค้าองค์วิสิญ์ (พ.ศ.2518) ตลาด ศูนย์การค้าบางแค (พ.ศ.2519) และตลาดใหม่บางแค (พ.ศ.2520) ทำให้ย่านบางแคมีความหลากหลาย ของสินค้าและบริการ โดยกลายเป็นแหล่งตลาดผสมระหว่าง ตลาดสดกับตลาดเสื้อผ้า แฟชั่น โรง ภาพยนตร์ พร้อมกับท่ารถโดยสารสายท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีการเปิดให้บริการห้างสรรพสินค้า ขนาดกลางขึ้นหลายแห่งตามมา ได้แก่ ห้างคาเช่ย์ ห้างวันเคอร์ดีพาร์ทเมนต์สโตร์

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 – 5 และแผนพัฒนากรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่มุ่งลดความหนาแน่นของเขตชั้นใน โดยการกระจายอุตสาหกรรมออกไปยังชาน เมืองและภูมิภาค ส่งผลให้ทุ่งนา ส่วนผักและผลไม้ย่านบางแค และชานเมืองฝั่งธนบุรี กลายเป็น แหล่งอุตสาหกรรมแห่งแรกสุด ส่วนใหญ่เป็นโรงงานห้องแถวเพราะอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ การ ขนส่งสินค้าทางรถที่ทำได้โดยสะดวก รวดเร็ว รวมทั้งยังมีที่ว่างและราคาถูกตลอดจนมีแรงงานและ สาธารณูปโภครองรับอย่างทั่วถึง ส่งผลให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ขยายตัวตามแนวถนนเพชรเกษมเกิด การอพยพย้ายถิ่นฐานของแรงงานจำนวนมากมาสู่พื้นที่ด้วย เจ้าของที่ดินและสวนหันมาปลูกตึกแถว ห้องเช่า หอพัก เพื่อรองรับแรงงานที่อพยพตามมาทำให้พื้นที่เกษตรกรรมลดลงตามไปด้วย

ด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ที่เป็นจุดเชื่อมต่อและศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่ง ทั้งทางบกและทางน้ำ ระหว่างเมืองปริมณฑลในท้องถิ่น ประกอบกับการอพยพเข้ามาของแรงงาน จำนวนมาก จึงส่งผลให้ย่านบางแค กลายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญของชานเมืองธนบุรี ณ ช่วงเวลานั้น

ช่วงที่ 3 ตั้งแต่ พ.ศ.2530 – ปัจจุบัน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับ ที่ 6 - แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9) เป็นช่วงเวลาที่พื้นที่ย่านบางแค ลดบทบาท ความเป็นศูนย์กลาง พาณิชยกรรมชานเมืองของฝั่งธนบุรีลงเนื่องจากพื้นที่ประสบปัญหา และเริ่ม เสื่อมโทรมลง

ผลงานอันยิ่งใหญ่ที่เชิดระดับปึกษาตรี

ในช่วงตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ.2530 เป็นต้นมา บทบาทการคมนาคมทางน้ำลด บทบาทลงประกอบกับ ชุมชนบางแคจะประสบกับมลภาวะทางน้ำ เกิดสภาพน้ำเน่าเสียในลำคลอง เนื่องจากโรงงานอุตสาหกรรม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของเขตภาษีเจริญอย่าง เห็นได้ชัด พื้นที่เกษตรลดลง ส่งผลให้ตลาดน้ำ ย่านการค้าริมน้ำเสื่อมลง และเลิกไปในที่สุด ย่าน การค้าเดิมริมคลองราชมนตรีในปัจจุบันคงเหลือเพียงในบริเวณอาคารไม้ริมคลองฝั่งบ้านพักคนชรา บางแค ที่ประกอบการค้า เป็นอาคารไม้ชั้นเดียวประมาณ 30 คูหา ซึ่งส่วนใหญ่จะจำหน่ายของเล่น สำหรับเด็ก เครื่องกีฬา ร้านตัดผล เปิดให้บริการแก่นักเรียนวัดนิมมานรดี ส่วนร้านค้าขายเครื่อง เกษตรที่เคยรุ่งเรือง เปิดให้บริการแก่ชาวสวน ริมคลองก็ลดน้อยลงไปตามความต้องการของตลาด

ตลาดหลักทรัพย์ที่เคยมีประชาชนมาจับจ่ายสินค้ามากที่สุด ต้องประสบกับภาวะตลาดซบเซา ปิดกิจการลง ถึงแม้ว่าจะมีความพยายามรื้อฟื้น โดยการก่อสร้างอาคารตลาดหลังใหม่ขึ้นแทนที่ ในลักษณะตลาดติดแอร์ เพื่อดึงดูดค่าให้มาใช้บริการ คือตลาดใหม่ธนาคารขึ้นมาแทนที่แต่กลับไม่ประสบความสำเร็จ

จากความสำคัญของการคมนาคมทางบกที่มีมากขึ้น จึงมีการก่อสร้างถนนขนาดใหญ่หลายสายเพื่อการเดินทางที่สะดวกสบาย และรวดเร็วกว่า รองรับความแออัดของเมือง เช่น ถนนพระราม 2 ถนนวงแหวนกาญจนาภิเษก ถนนปิ่นเกล้า – นครชัยศรี และทำให้พื้นที่เมืองในฝั่งธนบุรี เกิดการขยายตัวไปตามแนวถนนสายเหล่านั้น โดยเฉพาะการย้ายสถานีขนส่งสายใต้ไปอยู่บริเวณถนนบรมราชชนนี (ปีพ.ศ.2532) และการสร้างถนนพระราม 2 ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเดินทางสายต่างจังหวัดที่มุ่งลงภาคใต้ ที่มีระยะทางที่สั้นกว่า และเดินทางได้สะดวกสบายกว่า เกิดเป็นศูนย์กลางการค้าขึ้นใหม่ตามแนวถนน ได้แก่ ย่านปิ่นเกล้า – ดลิ่งชัน และย่านพระราม 2 ปัจจุบันเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อย่านบางแคถูกสละบทบาทจากศูนย์กลางการค้าชานเมืองฝั่งธนบุรีลง

ประกอบกับกิจกรรมที่กระจุกตัวอยู่ในศูนย์กลางชุมชนบางแค ที่มีการรวมตัวกันอย่างผสม ปะปนกันทั้งกิจกรรมการค้าและบริการ กับกิจกรรมการใช้ที่ดินประเภทอื่น ๆ ทั้งที่พักอาศัยและอุตสาหกรรมที่หนาแน่นไปตามแนวถนนเพชรเกษมและถนนซอยที่สำคัญ รวมถึงการหลังไหลของแรงงานต่างจังหวัดและแรงงานต่างด้าว ทำให้ย่านบางแคเกิดความแออัด รวมถึงปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณถนนเพชรเกษม และสี่แยกท่าพระที่มีปัญหาอย่างมากจนต้องมีการแก้ปัญหาโดยก่อสร้างสะพานลอยข้ามแยก และอุโมงค์ลอดทางแยก ประชาชนเกิดความเบื่อหน่ายไม่อยากเดินทางมา จึงลดความนิยมการมาใช้บริการในย่านบางแค และหันไปใช้บริการศูนย์การค้าชานเมืองอื่น ๆ ที่มีการเดินทางที่สะดวกสบายกว่า

ผลงานอันยิ่งใหญ่ที่ภาคธุรกิจบริการค้าปลีก

ในขณะที่เดียวกันกับย่านบางแคเกิดรูปแบบการค้าสมัยใหม่ที่มีขนาดใหญ่ มีความสวยงามสะอาด และสะดวกสบายกว่าได้เข้ามาแทนที่ มีการเปิดให้บริการห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เพื่อรองรับประชากรในชุมชนและปริมณฑลโดยรอบ โดยการขยายตัวไปตามแนวถนนเพชรเกษม ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์ปาร์ค และห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส ส่งผลให้ย่านการค้าดั้งเดิม บริเวณตลาดสดเริ่มเสื่อมลงโดยศูนย์การค้ารูปแบบเก่า (รูปแบบที่ปรับปรุงจากอาคารตึกแถว) รวมถึงอาคารพาณิชย์ที่จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกับที่มีในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ได้รับผลกระทบจนถึงขั้นปิดตัวลง ได้แก่ ห้างคาเซย์ และศูนย์การค้าองค์วิศิษฐ์

จากการศึกษาความเป็นมา และวิวัฒนาการของย่านการค้าบางแค จะเห็นได้ว่าย่านการค้าบางแคเป็นย่านการค้าเก่าแก่ที่อยู่คู่กับชาวธนบุรีมานาน จากการขุดคลองเพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคม ทำให้เกิดการเปิดพื้นที่กลายเป็นพื้นที่สวนที่นา ต่อมาเริ่มมีการค้าขายเกิดขึ้นตามแนวคลองและทางแยก ดัดแปลงกลายเป็นตลาดน้ำ และพัฒนาเป็นตลาดบกเนื่องจากบทบาทการคมนาคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้รับความนิยมนิยมเรื่อยมา จนปัจจุบันห้างสรรพสินค้าได้เข้ามาแทนที่ ในขณะที่เมืองมีการเจริญเติบโต รูปแบบการค้าของย่านบางแคก็ได้มีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงคงอยู่ รองรับและให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของชาวธนบุรีต่อไปในอนาคต

4.4 ลักษณะทางกายภาพ

ที่ตั้งและอาณาเขต ศูนย์กลางชุมชน ย่านบางแค ตั้งอยู่บริเวณเขตต่อเมืองตะวันตกของกรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ราบลุ่มโดยมีแนวลำคลองไหลผ่าน เชื่อมโยงเป็นโครงข่าย ใช้ประโยชน์เป็นเส้นทางคมนาคมและระบายน้ำเป็นหลัก ลำคลองที่สำคัญ ได้แก่ คลองภาษีเจริญ คลองบางหว้า คลองบางแค และคลองราชมนตรี (ลมชาติ วิจิตรการลิขิต 2548 : 52)

พื้นที่ย่านบางแค ตั้งอยู่ทางตอนกลางก่อนไปทางตะวันตกของฝั่งธนบุรี มีอาณาบริเวณติดต่อ ดังนี้ (กระทรวงมหาดไทย, สำนักงานเขตบางแค 2553)

ทิศเหนือ ติดต่อกับเขตทวีวัฒนา และเขตคลองสาน มีคลองบางเชือกหนังเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตภาษีเจริญ มีคลองลัดดาเหนือ คลองบางไผ่ คลองกรูเส้งี่ยม คลองบางแวก และคลองพระราชรามมนตรีเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตบางบอน มีคลองบางโคลด์เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตหนองแขม มีแนวขอบทางถนนบางบอน 3 ซอยเพชรเกษม 69 (อินทاپัจ) และคลองทวีวัฒนาเป็นเส้นแบ่งเขต

4.5 ลักษณะทางเศรษฐกิจ

เขตบางแคเป็นเขตพื้นที่ศูนย์กลางทางด้านฝั่งธนบุรีของกรุงเทพมหานคร มีการพัฒนาในลักษณะกิ่งชนบทกิ่งชุมชนเมือง ประชากรส่วนใหญ่ในพื้นที่ประกอบอาชีพ พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม ขนาดกลางและเล็ก รับราชการและรับจ้างทั่วไป นอกจากนั้นยังมีอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง เป็นผลจากการขยายตัวของเมืองมีลักษณะเป็นชุมชนเมืองมากขึ้นสามารถพิจารณาได้จาก จำนวนสถานประกอบการในพื้นที่เขตบางแคที่มีจำนวนถึง 6,610 ราย กิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่ ได้แก่ การขายปลีก จำนวน 2,144 ราย และการผลิต จำนวน 1,535 ราย จำนวนสถานประกอบการตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย ได้ดังนี้ ส่วนบุคคล 5,612 ราย ห้างหุ้นส่วนจำกัด 231 ราย บริษัทจำกัด

764 ราย และส่วนราชการ 3 ราย (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2545)

4.6 รูปแบบการค้าในย่านบางแค

การประกอบธุรกิจการค้าในย่าน มี 3 รูปแบบ คือ

1. การค้าปลีก เป็นการค้าที่ซื้อขายสินค้ากันในจำนวนน้อย ซึ่งส่วนใหญ่จะมีจำนวนไม่เกิน 6 ชั้น หรือครึ่งโหล แต่จะมีราคาแพงกว่าการค้าส่ง และเป็นการค้าที่ได้คำตอบทันที ต้องอาศัยลูกค้ามาก จึงต้องเป็นตำแหน่งที่มีการคมนาคมสะดวก สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย เพื่อนจะได้ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาสู่ตัวย่าน ลักษณะนี้เป็นรูปแบบการค้าที่พบมากที่สุดในย่าน

2. การค้าส่ง เป็นการค้าที่ซื้อขายสินค้ากันในจำนวนมาก จะมีจำนวนตั้งแต่ 6 ชั้น หรือครึ่งโหลขึ้นไป ทำให้มีราคาถูกกว่าการค้าปลีก การค้าส่งเป็นการค้าที่ได้รับคำตอบเช่นกัน แต่ไม่ต้องอาศัยลูกค้าที่สัญจรมาจนนักเพราะไม่ได้ขายโดยตรงต่อคนเดินเท้า แต่จะขายส่งเป็นจำนวนมาก ๆ ให้กับพ่อค้าคนกลาง การค้าในลักษณะนี้พบเพียงจุดเดียว คือ การค้าส่งพืชผลเกษตรกรรมบริเวณตลาดสด

3. การค้าปลีกและส่ง คือ ร้านค้าที่มีการค้าปลีกและการค้าส่งรวมอยู่ด้วยกัน ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าในรูปแบบใดก็ได้ตามความพึงพอใจของตนเอง

สรุปรูปแบบการค้าในย่านบางแค ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการค้าปลีก โดยมีสินค้าและบริการที่หลากหลาย ผู้ซื้อสามารถเลือกเปรียบเทียบราคาได้มาก ส่วนรูปแบบการค้าส่ง จะมีอยู่ในจำนวนที่น้อยกว่า เนื่องจากข้อจำกัดของพื้นที่ ไม่สะดวกในการไปใช้บริการ

4.7 กิจกรรมทางการค้าและบริการ

กิจกรรมทางการค้าและบริการในย่านบางแค มีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป แต่จะปรากฏให้เห็นเด่นชัดอยู่ 4 รูปแบบด้วยกัน คือ ห้างสรรพสินค้า อาคารพาณิชย์ ตลาดสด และท่าบเร่แพลงลอย กิจกรรมดังกล่าว จะกระจายตัวอยู่บริเวณถนนเพชรเกษม โดยจะกระจุกตัวเป็นบางบริเวณในแนวจุดตัดกันของถนน คลอง (สมชาติ วิจิตรการลิขิต 2548 : 52) ซึ่งสภาพของกิจกรรมการค้าและบริการในรูปแบบต่าง ๆ มีรายละเอียดดังนี้

1. ห้างสรรพสินค้า

พื้นที่ย่านบางแค มีพัฒนาการทางด้านกิจกรรมการค้า ประเภทศูนย์การค้ามานาน โดยในระยะแรกเป็นศูนย์การค้าแบบห้องแถว โดยศูนย์การค้าแรกที่สร้างขึ้นคือ ศูนย์การค้าองค์วิสิฐ มีจุดขายคือ สินค้าแฟชั่น ปลาตู้ เครื่องเสียง และโรงภาพยนตร์ ในปัจจุบันได้ปิดทำการแล้วเนื่องจากเหตุผลส่วนตัวของเจ้าของกิจการ โดยประกาศขายพื้นที่ และสภาพอาคารทรุดโทรม

จนไม่สามารถทำการค้าได้ แต่ยังคงทิ้งร่องรอยพื้นที่การค้าไว้ โดยมีผู้ขายที่นำสินค้าแฟชั่น ปลา เครื่องเสียง มาวางจำหน่ายบริเวณทางเท้าแทน ลักษณะทางกายภาพ เป็นอาคารศูนย์การค้าล้อมรอบ ด้วยอาคารห้องแถว พื้นที่ทำการค้าประมาณ 6,000 ตารางเมตร นับได้ว่าศูนย์การค้านี้ เป็น ศูนย์การค้าในระยะแรกที่ทำให้ย่านบางแคเริ่มมีชื่อเสียง ต่อมาจึงมีการเปิดศูนย์การค้าทั้งขนาดเล็ก และใหญ่มากมายตามมา

2. ตึกแถว อาคารพาณิชย์

เป็นอาคารใช้เพื่อประกอบกิจกรรมด้านการค้าและบริการ ตามสองฟากถนน เพชรเกษมโดยส่วนใหญ่ร้านค้าจะใช้พื้นที่อาคาร จำนวน 2-4 ห้อง ในการเปิดกิจการทางด้านการค้า โดยร้านค้าที่พบมากที่สุด ได้แก่ ร้านเครื่องมือ และวัสดุอุปกรณ์ช่าง รองลงมาได้แก่ ร้านขาย เครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านขายยา ร้านทอง ส่วนทางด้านบริการ ร้านค้าที่พบมากที่สุด ได้แก่ ร้านบริการ เกี่ยวกับรถยนต์ รองลงมาร้านอาหาร บริการความงาม คลินิกรักษาโรค ตามลำดับ

3. ตลาดสด

ตลาดสดเป็นอีกองค์ประกอบทางการค้า ที่สำคัญของย่านบางแค มีตลาดสดขนาดใหญ่ ถึง 5 แห่ง อยู่ติดเรียงกันไปตามถนนเพชรเกษมฝั่งขาออก ตั้งแต่เชิงสะพานคลองราชมนตรี โดยประกอบด้วยตลาดที่มีความแตกต่างกัน ทั้งขนาด จำนวนแผง ประเภทสินค้า นอกจากตลาดสด ขนาดใหญ่แล้ว พื้นที่เขตบางแคยังมีตลาดสดขนาดเล็ก และตลาดนัด อยู่รอบบริเวณพื้นที่ เพื่อ รองรับชุมชน ดังนี้

3.1 ตลาดธนาคาร อูร์มถนนเพชรเกษม และตึกคลองราชมนตรี

3.2 ตลาดใหม่บางแค (ตลาด กทม.) ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษม อยู่ถัดจากตลาด

ธนาคาร

3.3 ตลาดศูนย์การค้าบางแค ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษม ถัดมาจากห้างสรรพสินค้า

วันเดอร์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

3.4 ตลาดแสงฟ้า (5 พะ) ตั้งอยู่ด้านในถัดมาจากตลาดธนาคาร

3.5 ตลาดหลังห้างวันเดอร์ ตั้งอยู่หลังห้างสรรพสินค้าวันเดอร์

3.6 ตลาดสดสีมะอารีย์ เป็นตลาดสดขนาดเล็กรองรับชุมชนโดยรอบ ตั้งอยู่

บริเวณซอยเพชรเกษม 52

3.7 ตลาดนัด เป็นกิจกรรมทางการค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับตลาดสด เป็นตลาด ที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการให้บริการแก่ประชาชนที่อยู่ในบริเวณที่ไม่สามารถเข้าถึงตลาดสดได้อย่าง

สะดวก หรืออยู่ในบริเวณแหล่งงาน สถานประกอบการขนาดใหญ่ จำหน่ายสินค้าทั่วไป ทั้งอาหารสด อาหารสำเร็จรูป เสื้อผ้า

4. หาบเร่แผงลอย

หาบเร่แผงลอยเป็นรูปแบบการค้าที่พบมากในย่านบางแค โดยอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักเทศกิจเขตบางแค ทั้งหมด 11 จุดผ่อนผัน มีจำนวนผู้ค้าทั้งสิ้น 847 ราย (สำนักงานเทศกิจกรุงเทพมหานคร : 2553) และมี 6 จุดใหญ่ ๆ ที่เป็นจุดต่อรถ จึงทำให้บริเวณดังกล่าวเป็นแหล่งการค้าที่สำคัญ ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดที่ 1 บริเวณหน้าตลาดบางแค ริมถนนเพชรเกษมฝั่งขาออก ตั้งแต่บริเวณซอยเพชรเกษม 39/1 หน้าบ้านพักคนชราบางแค จนถึงทางแยกถนนสุขาภิบาล 1 ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอาหารสด ผัก และผลไม้ รongลงมาเป็นอาหารสำเร็จรูป และสินค้าเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ นอกจากนั้นจะเป็นสินค้าประเภทของใช้ เสื้อผ้า และสินค้าอื่น ๆ ประปนเล็กน้อย หาบเร่แผงลอยในบริเวณนี้มีบทบาทสำคัญสำหรับการค้าในย่านบางแค เนื่องจากเป็นจุดที่มีประชาชนมาจับจ่ายสินค้าเป็นจำนวนมาก อันเนื่องมาจากการอยู่ติดถนนสายหลัก คือเมื่อลงจากรถประจำทางก็สามารถจับจ่ายสินค้าได้เลย จึงทำให้บริเวณย่านการค้าดังกล่าวมีผู้คนหนาแน่นตลอดทั้งวัน

จุดที่ 2 บริเวณฝั่งตรงข้ามตลาดบางแค ริมถนนเพชรเกษมฝั่งขาเข้า บริเวณหน้าธนาคารกรุงเทพ สาขาบางแค ไปจนถึงเชิงสะพานคลองราชมนตรี โดยสินค้าที่ขายจะแตกต่างไปจากแผงลอยกลุ่มอื่น ๆ ที่ส่วนใหญ่เป็นสินค้าจำเป็นพื้นฐาน แต่ที่บริเวณนี้จะเป็นสินค้าที่นอกเหนือจากความเป็นพื้นฐาน เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ซึ่งมีรูปแบบที่หลากหลายตามรสนิยม และเป็นสินค้าตามสมัยนิยมมากกว่าเสื้อผ้าที่พบบริเวณตลาด แต่มีราคาถูกกว่าในห้างสรรพสินค้าทั่วไป นอกจากนั้นยังมีสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า เเทป แวนตาและนาฬิกาที่มีรูปแบบตามสมัย มีราคาถูก แต่มาตรฐานของสินค้าต่ำกว่าสินค้าตามร้านค้าทั่วไป เนื่องจากเป็นที่ตั้งของป้ายรถเมล์ และจุดต่อรถสายต่าง ๆ เพื่อเข้าสู่เมือง นอกจากนี้ยังมีอาหารสำเร็จรูป สินค้าเบ็ดเตล็ดและบริการต่าง ๆ เช่น ร้านซ่อมรองเท้า เครื่องใช้ไฟฟ้า นาฬิกา เป็นต้น

จุดที่ 3 บริเวณหน้าบริษัทน้ำมันอุตสาหกรรม (รอบเช้า และเย็น) ติดถนนเพชรเกษมฝั่งขาออก เป็นบริเวณจุดผ่อนผันให้ค้าขายเพื่อรองรับคนงานและพนักงานต่าง ๆ ซึ่งแต่ละร้านจะเป็นประเภทรถเข็นขายสินค้า โดยสินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นอาหารสำเร็จรูป

จุดที่ 4 บริเวณหน้าสยามพัลลาเดียมถึงปั้มน้ำมันเชลล์ (ตรงข้ามห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางแค) บริเวณนี้เป็นบริเวณที่มีความคึกคักมากจุดหนึ่งเนื่องจากเป็นบริเวณป้ายรถเมล์

ตรงข้ามห้างเดอะมอลล์ จึงเริ่มมีร้านค้าต่าง ๆ มาตั้งบริเวณนี้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรถเข็นขายสินค้า โดยสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นจำพวกอาหารสำเร็จรูป

จุดที่ 5 บริเวณถนนเพชรเกษมขาออก ตั้งแต่ถนนสุขาภิบาล 1 เรื่อยลงมาจนถึงหน้าห้างเดอะมอลล์จะมีหาบเร่แผงลอย ที่อยู่นอกบริเวณจุดผ่อนผัน ตั้งร้านอยู่ประปรายตามหน้าซอยต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายอาหารสำเร็จรูป

จุดที่ 6 บริเวณถนนเพชรเกษมขาเข้า ตั้งแต่หน้าห้างเดอะมอลล์ เรื่อยมาจนถึงป้ายรถประจำทาง จะมีร้านค้าประเภทหาบเร่แผงลอยตั้งขายอยู่บริเวณทางเท้า และหน้าปั้มน้ำมันเป็นจำนวนมาก สินค้าที่ขายมีหลายประเภทตั้งแต่อาหารสำเร็จรูป เสื้อผ้า ของใช้ และเครื่องประดับ จากการศึกษาย่านค้าปลีกบางแค จะเห็นได้ว่า เขตบางแค เป็นเขตการค้าเก่าแก่ที่อยู่คู่กรุงเทพมหานครมาช้านาน เป็นเขตที่มีพื้นที่ติดต่อกับ เขตทวีวัฒนา เขตภาษีเจริญ เขตบางบอน เขตหนองแขม จึงทำให้เป็นย่านที่มีผู้สัญจรผ่านไปมามาก ถือเป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ เป็นจุดศูนย์กลางของฝั่งธนบุรี และเป็นจุดต่อรถเพื่อเชื่อมสู่จังหวัดใกล้เคียง เนื่องจากมีถนนเพชรเกษมตัดผ่าน ทำให้เป็นแหล่งการค้า และแหล่งสร้างรายได้ให้กับประชากรในพื้นที่ ดังนั้นในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้เลือกศึกษาข้อมูลของย่านค้าปลีกบางแค เพื่อนำศึกษาและใช้เก็บข้อมูลในการสุ่มตัวอย่างงานวิจัย เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของจริยธรรมและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หาบเร่ แผงลอย โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ค้าปลีก บริเวณพื้นที่ผ่อนผันทั้ง 11 จุด ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พนัส สนใจ (2550) ได้ศึกษาการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงาน ของพ่อค้าแม่ค้าตลาดนัดในเขตตลาดปลาเค้า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากร 100 คน คือ พ่อค้าแม่ค้าตลาดนัดในเขตตลาดปลาเค้าบริเวณตลาดนัดบางบัวและตลาดนัดรามอินทรา กม. 2 โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการศึกษาพบว่าพ่อค้าแม่ค้าในเขตตลาดปลาเค้า มีระดับปฏิบัติต่อคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และด้านสถานภาพ มีระดับปฏิบัติอยู่ในระดับมากพ่อค้าแม่ค้าตลาดนัดในเขตตลาดปลาเค้า มีระดับความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความพึงพอใจในด้าน ค่าตอบแทน ความมั่นคง

และความก้าวหน้า ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านความสัมพันธ์และการตอบสนองต่อสังคม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพ่อค้าแม่ค้าตลาดนัดในเขตตลาดปลาเค็ม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยทางสถิติ

มงคล วงษ์วุฒิศักดิ์ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มประชากรที่เป็นผู้บริหารธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ จำนวน 103 คน จากการศึกษาพบว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านลูกค้า ด้านกระบวนการบริหารภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการเงินอยู่ในระดับปานกลาง และจากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริหารและธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ พบว่าปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ อันดับสองคือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และลำดับสุดท้ายคือ ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี

สมเกียรติ แสตนวิเศษ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปี มีตำแหน่งในธุรกิจเป็นเจ้าของกิจการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับความสำคัญได้แก่ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการบริหารการเงิน ด้านการพัฒนา ด้านการผลิต ด้านการบริหารองค์การและการจัดการ และด้านการตลาด ด้านคุณลักษณะมีความเห็นต่อปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความสำเร็จในระดับแรกคือ มีความกระตือรือร้นและไม่อยู่นิ่ง ด้านการบริหารการเงินมีความคิดเห็นในการวางแผนเกี่ยวกับการเงิน ด้านรายรับ-รายจ่าย ด้านการพัฒนาที่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความสำเร็จคือการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรค และสภาพแวดล้อม ด้านการผลิตมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารองค์การและการจัดการมีความคิดเห็นในการจัดระเบียบและดำรงไว้ซึ่งพนักงานหรือบุคลากร ด้านการตลาดมีความเห็นต่อปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความสำเร็จคือ การส่งมอบงานก่อสร้างที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคมีความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยคำนึงถึงการรักษาหนี้อสังเสริมสวัสดิภาพของสังคม

ณัฐณี แจ่งจำ (2549) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารรัฐโภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร พบว่าประเภทขนมที่ผู้ค้าปลีกนำมาจำหน่ายในร้านค้าปลีกมากที่สุดเป็นขนม

ประเภทเป็กรอบ ทั้งนี้เนื่องมาจากการส่งเสริมสินค้า เช่นการออกแบบ การมีของแถมเป็นของเล่นต่าง ๆ มาเป็นจุดขาย โดยผู้ค้าปลีกใช้หลักเกณฑ์การเลือกขนมมาจำหน่ายตามความชอบมากที่สุด โดยยึดหลักขนมชนิดไหนขายได้มากที่สุดก็จะชอบและเลือกมาจำหน่าย ด้านการรับรู้โฆษณาการขนมของผู้ค้าปลีก มีการรับรู้โฆษณาการขนมด้านประโยชน์และด้านโทษอยู่ในระดับดี โดยเพศที่ต่างกันมีการรับรู้ด้านประโยชน์และโทษไม่ต่างกัน เช่นกันกับอายุต่างกันมีการรับรู้ด้านประโยชน์ไม่ต่างกัน ส่วนการรับรู้ด้านโทษแตกต่าง พบว่าผู้ค้าปลีกที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีการรับรู้โทษมากกว่าผู้ค้าปลีกที่มีอายุระหว่าง 25-45 ปี เห็นได้ว่าผู้ที่มีอายุมากมีประสบการณ์ และข้อมูลสะสมมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ด้านระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้ด้านประโยชน์และโทษไม่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีการรับรู้อยู่ในระดับเดียวกันกับผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือระดับอุดมศึกษาขึ้นไป สรุปได้ว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้า การสื่อสารหลากหลายและรวดเร็ว ทำให้ผู้ค้าปลีกมีการรับรู้ได้จากสื่อหรือถ้าไม่มีการรับรู้อาจจะมีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ หรือมีความใส่ใจต่อสินค้าที่จำหน่ายอยู่

โคมทอง ถานอานาม (2548) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพและประสิทธิภาพในการทำงานของนักธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริตด้านความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานด้านผลการปฏิบัติงาน และจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรมและความสุจริต ด้านความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษาความลับด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือบุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีเพื่อนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพ และมีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยกิจการควรมีการส่งเสริมกับบัญชีให้มีการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เข้ารับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ที่นอกเหนือจากวิชาชีพด้านบัญชี เพื่อให้ นักบัญชีได้มีวิสัยทัศน์ในการตัดสินใจในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่ตั้งไว้

ฐิติมา วัฒนโสภาคศิริ (2548) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมทางธุรกิจ บุคลิกภาพแมคคิอานเวลดเลียน ค่านิยมในการทำงานกับความเครียดของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า จริยธรรมทางธุรกิจด้านความซื่อสัตย์ ด้านความยุติธรรม ด้านการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม และด้านสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ทางลบกับบุคลิกภาพแมคคิอานเวลดเลียน

ด้านขาดความศรัทธาต่อความเป็นมนุษย์ ด้านมุ่งแสวงหาความสุขและด้านเจตนาหลง แต่จริยธรรมทางธุรกิจด้านสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิอาเวลเลียน กล่าวสำหรับความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมทางธุรกิจกับค่านิยมในการทำงาน พบว่าความสัมพันธ์ของจริยธรรมทางธุรกิจทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับค่านิยมในการทำงานด้านสัมฤทธิ์ผล ด้านความมีศักดิ์ศรี ด้านกระตุ้นให้ใช้ปัญญา ด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น ด้านบริหารจัดการ และด้านความมีอิสระ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ และจริยธรรมทางธุรกิจด้านความซื่อสัตย์ ด้านความยุติธรรม ด้านคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม มีความสัมพันธ์ทางลบกับความเครียด แต่จริยธรรมทางธุรกิจด้านสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนไม่มีความสัมพันธ์กับความเครียด โดยสรุป จริยธรรมทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ในทางลบกับบุคลิกภาพแมคคิอาเวลเลียน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับค่านิยมในการทำงาน และมีความสัมพันธ์ในทางลบกับความเครียด ดังนั้นผู้ประกอบการควรเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ความยุติธรรม คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม มีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน มีบุคลิกภาพที่ศรัทธาในความเป็นมนุษย์ ไม่มีเจตนาหลง และมีค่านิยมในการทำงานในระดับสูง ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความสมดุลในการดำเนินชีวิตและการทำงาน สามารถต่อสู้กับภาวะเศรษฐกิจและสังคมยุคใหม่ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

นฤมล นิราทร (2548) ได้ศึกษาเรื่อง “หาบเร่แผงลอยอาหาร : ความสำเร็จและตัวบ่งชี้” เป็นการศึกษาที่พิจารณาปรากฏการณ์หาบเร่แผงลอยอาหารในกรุงเทพมหานครในระดับโครงสร้างและระดับการประกอบการ ในระดับการประกอบการ งานศึกษาเรื่องนี้ เสนอว่าผู้ประกอบการหาบเร่แผงลอยอาหารมีความหลากหลายในด้านต่าง ๆ รวมถึงระดับฐานะทางเศรษฐกิจและระดับความสำเร็จซึ่งสะท้อนจากระดับการลงทุน รายได้และการประเมินความสำเร็จของผู้ค้าเอง ผู้ค้าจำนวนหนึ่งยังสามารถสะสมทุนและขยายการประกอบอาชีพได้ ทั้งยังมีผู้ค้าที่ประสงค์ประกอบอาชีพนี้ตลอดไป ผลการศึกษานำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ผู้ศึกษาเสนอว่านโยบายเกี่ยวกับการค้าหาบเร่แผงลอยอาหารต้องเริ่มต้นจากความเข้าใจที่ถูกต้องต่อปรากฏการณ์ รวมทั้งเข้าใจถึงความหลากหลายในด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ และโดยเฉพาะเมื่อผลการศึกษายืนยันว่าผู้ค้ามีระดับความสำเร็จต่างกัน ทั้งตัวบ่งชี้ความสำเร็จก็ยังคงมีความแตกต่างกันด้วย ที่สำคัญการค้าหาบเร่แผงลอยอาหารควรที่จะได้รับการยอมรับว่ามีศักยภาพในการขยายการประกอบการ ผู้ค้าควรได้รับการสนับสนุนในฐานะ “ผู้ประกอบการ” ด้วย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่า หาบเร่แผงลอย ในปัจจุบันนั้น ได้มีบทบาท และเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนคนในเมือง เป็นอาชีพหลักที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน โดยจะพบเห็นทั่ว ๆ ไปในกรุงเทพมหานคร ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าสูงตามไปด้วย บางครั้ง

จึงทำให้ผู้ค้าปลีกหลงลืม หรือมองข้ามพื้นฐานทางด้านจริยธรรมที่ควรจะมี มุ่งเน้นเพียงแต่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเพียงอย่างเดียว ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วนั้น จริยธรรมที่ดีควรมีความสัมพันธ์ควบคู่ไปกับความสำเร็จ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เห็นถึงประโยชน์ในการวิจัยเพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงพื้นฐานทางด้านจริยธรรมของผู้ค้าปลีก ว่าส่งผลถึงปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อจำหน่ายสู่ผู้บริโภคหรือไม่ ทั้งปัจจัยภายในตัวบุคคล และปัจจัยภายนอกตัวบุคคล รวมไปถึงหลักปฏิบัติที่ผู้ประกอบการ หรือผู้ค้าปลีกพึงกระทำต่อผู้บริโภค ทั้งด้านการรับรู้จริยธรรมเบื้องต้น รวมไปถึงหลักปฏิบัติที่กระทำอยู่ต่อผู้บริโภค หรือผู้มีส่วนได้เสียทางธุรกิจ โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกแนวคิดทางด้านปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลของ คาวานาห์ โมเบิร์ค และเวลาสเคซ มาใช้ในการวิจัย โดยอ้างอิงจากแนวทางอรรถประโยชน์ที่พิจารณาผลกระทบจากการตัดสินใจและพฤติกรรมต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง มีจุดประสงค์เพื่อต้องการทราบถึงแนวคิดของผู้ประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย เพื่อเป็นเครื่องชี้ถึงความมีจริยธรรมในตัวบุคคลนั้น ๆ รวมถึงความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของบุคคลนั้น ๆ ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาถึงความสัมพันธ์ของจริยธรรมและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้เป็นการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งอาศัยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) แบบวัดครั้งเดียว (One-Shot Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของจริยธรรมและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย
2. ตัวอย่างและขนาดตัวอย่างในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. ความถูกต้องและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. ขั้นตอนในการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ค้าปลีกประเภทหาบเร่แผงลอย ที่ประกอบการค้าในพื้นที่ผ่อนผันจำนวน 11 จุด ของเขตบางแค กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 847 ราย (สำนักงานเทศกิจกรุงเทพมหานคร 2553) มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ประกอบการค้าในพื้นที่ผ่อนผันของเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

จุดที่ 1	บริเวณหน้าตลาดบางแค	แขวงบางแค	469 ราย
จุดที่ 2	บริเวณฝั่งตรงข้ามตลาดบางแค	แขวงบางแคเหนือ	190 ราย
จุดที่ 3	บริเวณหน้าบริษัทนันทยาง	แขวงบางแค	17 ราย
จุดที่ 4	บริเวณหน้าหมู่บ้านเพชรเกษม 2	แขวงบางแค	47 ราย
จุดที่ 5	บริเวณหน้าสำนักปัฐสวรรค์ (ซอยเพชรเกษม 65)	แขวงบางแค	22 ราย
จุดที่ 6	บริเวณวงเวียนทะเลสาบ (หมู่บ้านเศรษฐกิจ)	แขวงบางไผ่	2 ราย
จุดที่ 7	บริเวณปากซอยเพชรเกษม 92	แขวงบางแคเหนือ	15 ราย
จุดที่ 8	บริเวณปากซอยเพชรเกษม 68	แขวงบางแคเหนือ	12 ราย
จุดที่ 9	บริเวณปั้มน้ำมันลาดเที๋กซ์ถึงปั้มน้ำมันคิวเอ็ดท์ (ข้างห้างโลตัส)	แขวงบางแค	29 ราย
จุดที่ 10	บริเวณหน้าสยามพัลลาเดียมถึงปั้มน้ำมันเชลล์	แขวงบางแค	27 ราย
จุดที่ 11	บริเวณจากจุดผ่อนผันหน้าหมู่บ้านเพชรเกษม 2 ถึงปั้มน้ำมันเชลล์	แขวงบางแค	17 ราย

ที่มา : สำนักงานเทศกิจกรุงเทพมหานคร, ข้อมูลสถิติเขตบางแค [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2553. เข้าถึงได้จาก <http://office.bangkok.go.th/bangkhae/index2.html>

2. ตัวอย่างและขนาดตัวอย่างในการวิจัย

1. ขนาดตัวอย่าง

จากการวิจัยครั้งนี้เนื่องจากทราบขนาดประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงสามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane 1967, อ้างถึงใน ประสพชัย พสุนนท์ 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ $\pm 5\%$ จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 272 ราย โดยใช้สูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ N แทนขนาดของประชากร
 n แทนขนาดของสิ่งตัวอย่าง
 e แทนความคลาดเคลื่อน 5%

การคำนวณขนาดของตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลใช้สูตรความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน 0.005

$$n = \frac{847}{1 + 847 (0.05)^2}$$

$$= 271.69 \text{ หรือ ประมาณ } 272 \text{ ราย}$$

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 272 ราย

2. กำหนดกลุ่มตัวอย่างแต่ละจุดจากพื้นที่ผ่อนผัน 11 จุด

โดยได้คำนวณตามสัดส่วนของผู้ค้าปลีกที่มีอยู่ในแต่ละจุดพื้นที่ผ่อนผัน ดังตารางที่ 2 เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 272 ราย ดังสูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane หลังจากนั้นผู้วิจัยจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling Design) เพื่อขอความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม

ผลงานวิทยนัศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 2 แสดงการเลือกจำนวนตัวอย่างของกลุ่มผู้ค้าปลีกในจุดพื้นที่ผ่อนผัน เขตบางแค กรุงเทพมหานคร

	จุดผ่อนผัน	จำนวนผู้ค้าปลีก (ราย)	กลุ่มตัวอย่าง (เปอร์เซ็นต์)	กลุ่มตัวอย่าง (ราย)
1	บริเวณหน้าตลาดบางแค	469	55.37	151
2	บริเวณฝั่งตรงข้ามตลาดกลางแค	190	22.43	61
3	บริเวณหน้าบริษัทนั้นต่างๆ	17	2.01	5
4	บริเวณหน้าหมู่บ้านเพชรเกษม 2	47	5.55	15
5	บริเวณหน้าสำนักปฐวรศักดิ์ (ซอยเพชรเกษม 65)	22	2.60	7
6	บริเวณวงเวียนทะเลสาบ (หมู่บ้านเศรษฐกิจ)	2	0.23	1
7	บริเวณปากซอยเพชรเกษม 92	15	1.77	5
8	บริเวณปากซอยเพชรเกษม 68	12	1.42	4
9	บริเวณปั้มน้ำมันศาลเท็กซ์ถึงปั้มน้ำมัน คิวเอ็ดท์ (ข้างห้างโลตัส)	29	3.42	9
10	บริเวณหน้าสยามพลาเดียมถึงปั้มน้ำมัน เชลล์	27	3.19	9
11	บริเวณจากจุดผ่อนผันหน้าหมู่บ้านเพชร เกษม 2 ถึงปั้มน้ำมันเชลล์	17	2.01	5
	รวม	847	100	272

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยคือ ผู้ค้าปลีก ประเภทหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด

(Close-Ended Question) เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยมีโครงสร้างของแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน (รายละเอียดดังภาคผนวก ก) ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยตัวบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (Check List)

คำถามในส่วนนี้ใช้แสดงสถานะสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม และยังรวบรวมข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เริ่มดำเนินการค้า จำนวนลูกจ้าง รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกตัวบุคคล คือประเภทสินค้าที่นำมาจำหน่าย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร (Rating Scale)

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ประกอบด้วย แนวทางอรรถประโยชน์ แนวทางศีลธรรมและสิทธิ และแนวทางความยุติธรรม โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า แบ่งเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์ให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีผล	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจของผู้ค้าปลีก ประเภทหาบเร่ แผงลอย ประกอบด้วย การรับรู้ที่มีต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค คู่แข่งขัน

พนักงาน/ลูกจ้าง หน่วยราชการ สังคมและสิ่งแวดล้อม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัด
ประเมินค่า แบ่งเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับการรับรู้	คะแนน
พิตรุนแรง	5
พิศ	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่พิศ	2
ถือเป็นเรื่องปกติ	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	จัดอยู่ในระดับ	รับรู้มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	จัดอยู่ในระดับ	รับรู้มาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	จัดอยู่ในระดับ	รับรู้ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	จัดอยู่ในระดับ	รับรู้น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	จัดอยู่ในระดับ	รับรู้น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
ประกอบไปด้วยมุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการบริหารภายใน
มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์ให้
คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	จัดอยู่ในระดับ	สำคัญน้อยที่สุด

4. ความถูกต้องและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษารายละเอียดของความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร จากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจในโครงสร้างด้านเนื้อหา

2. กำหนดวัตถุประสงค์จากการวิจัย ประเด็น และขอบเขตคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบข้อคำถามและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (รายละเอียดดังภาคผนวก ข) เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงให้มีความเที่ยงตรงมากขึ้น โดยใช้ดัชนีค่าความสอดคล้อง (Item objective congruence index : IOC) เป็นเกณฑ์ตัดสินว่าจะตัดหรือปรับปรุงข้อคำถามนั้นหรือไม่ โดยแทนค่าดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ไม่ตรงตามคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

เลือกข้อที่มีค่าดัชนีค่าความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ส่วนที่มีค่าน้อยกว่า

0.5 นำมาปรับปรุง

ผลงานวิจัยนี้ศึกษาถึงระดับปฏิกิริยา

การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ค้าปลีก ประเภทหาบเร่ แผงลอย ในพื้นที่ใกล้เคียงซึ่งไม่ใช่บุคคลที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการทางสถิติ หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, อ้างถึงใน ประสพชัย พสุนนท์ 2553 : 657) โดยปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จมีค่า $\alpha = 0.9148$ การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจมีค่า $\alpha = 0.9705$ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมีค่า $\alpha = 0.9683$ (รายละเอียดดังภาคผนวก ค)

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ตามข้อเสนอแนะที่ได้รับจากอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง ก่อนนำไปใช้จริง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอความร่วมมือจากผู้ค้าปลีกประเภทหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร เพื่อเก็บข้อมูล ในจุดพื้นที่ผ่อนผันทั้งสิ้น 11 จุด โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 272 ชุด และได้ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling Design) โดยมีลักษณะในการเก็บแบบสอบถาม ดังนี้

1.1 ให้กลุ่มตัวอย่างอ่านและกรอกแบบสอบถามเอง

1.2 สอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง และมีการอธิบายในคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจ เพื่อทำความเข้าใจให้ตรงกัน และให้ได้คำตอบที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

2. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ มาใช้ในการประมวลผลข้อมูล และจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัย โดยจำแนกประเภทของการวิเคราะห์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับอธิบาย ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านตัวบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการดำเนินการค้า จำนวนการจ้างงาน **ผลการวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี**

2. ค่าเฉลี่ย (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ใช้สำหรับอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ในการอธิบายแนวทางด้านอรรถประโยชน์ แนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิ และแนวทางด้านความยุติธรรม ใช้อธิบายข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ในการอธิบายการรับรู้ที่มีต่อลูกค้า หรือผู้บริโภค ต่อคู่แข่ง ต่อพนักงานและลูกจ้าง ต่อหน่วยราชการและสังคม และการรับรู้ต่อ

สิ่งแวดลอม และใช้อธิบายความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ในการอธิบายมุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการบริหารภายใน มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา และมุมมองทางการเงิน

3. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson) ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (ประสพชัย พสุนนท์ 2553 : 472) ได้ดังนี้

$|r| \geq 0.8$ แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันสูง

$0.5 < |r| < 0.8$ แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันปานกลาง

$|r| \leq 0.5$ แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันต่ำ

7. สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ พื้นที่ประกอบการค้าของผู้ค้าปลีกประเภท หาบเร่ แผงลอย ณ จุดผ่อนผัน 11 จุดของเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาถึงความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่
แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 5
ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านตัวบุคคลของผู้ค้าปลีกหาบเร่
แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ
(Percentage)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผล
ต่อความสำเร็จของผู้ค้าปลีกหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ลักษณะเป็นแบบ
มาตราส่วนประมาณค่า นำข้อมูลมาคำนวณวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจของ
ผู้ค้าปลีกหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า
นำข้อมูลมาคำนวณวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ค้า
ปลีกหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า นำ
ข้อมูลมาคำนวณวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน
เป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลกับความสำเร็จในการ
ประกอบธุรกิจ และการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

\bar{X} = ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

r = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านตัวบุคคล

ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านตัวบุคคล ได้ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 3 โดยสามารถอธิบายลักษณะได้ดังนี้

เพศ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 63.24 หรือ 172 คน รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36.76 หรือ 100 คน

อายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.60 หรือ 105 คน รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.93 หรือ 95 คน อายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.79 หรือ 62 คน และ อายุ น้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.68 หรือ 10 คน ตามลำดับ

ศาสนา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 95.96 หรือ 261 คน รองลงมานับถือศาสนาอิสลาม คิดเป็นร้อยละ 2.94 หรือ 8 คน และนับถือศาสนาคริสต์ คิดเป็นร้อยละ 1.10 หรือ 3 คน ตามลำดับ

ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาเทียบเท่ามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 73.16 หรือ 199 คน รองลงมาคือ ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 24.26 หรือ 66 คน และระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.57 หรือ 7 คน ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.60 หรือ 105 คน รองลงมามีรายได้มากกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.72 หรือ 89 คน และ รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.68 หรือ 78 คน ตามลำดับ

ระยะเวลาในการดำเนินการค้า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินการค้า 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 49.63 หรือ 135 คน รองลงมามีระยะเวลามากกว่า 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.96 หรือ 57 คน ระยะเวลา 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.07 หรือ 41 คน และ ระยะเวลา น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.34 หรือ 39 คน ตามลำดับ

จำนวนการจ้างงาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการจ้างงาน คิดเป็นร้อยละ 53.68 หรือ 146 คน รองลงมามีการจ้างงานจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 22.79 หรือ 62 คน มีการจ้างงานมากกว่า 2 คน ขึ้นไปคิด

เป็นร้อยละ 12.50 หรือ 34 คน และมีการจ้างงานจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.03 หรือ 30 คน ตามลำดับ

ประเภทสินค้าที่จำหน่าย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป คิดเป็นร้อยละ 45.22 หรือ 123 คน รองลงมาจำหน่ายประเภทอาหารสดและของแห้ง คิดเป็นร้อยละ 43.38 หรือ 118 คน จำหน่ายประเภทสิ่งของเครื่องใช้ คิดเป็นร้อยละ 10.29 หรือ 28 คน และประเภทบริการต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.10 หรือ 3 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยตัวบุคคลของผู้ค้าปลีก ประเภทหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

	ปัจจัยตัวบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	100	36.76
	หญิง	172	63.24
2. อายุ	อายุน้อยกว่า 20 ปี	10	3.68
	อายุ 20 – 30 ปี	62	22.79
	อายุ 31 – 40 ปี	105	38.60
	อายุมากกว่า 40 ปี	95	34.93
3. ศาสนา	พุทธ	261	95.96
	คริสต์	3	1.10
	อิสลาม	8	2.94
4. ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	66	24.26
	มัธยมศึกษา	199	73.16
	ปริญญาตรี	7	2.57
5. รายได้เฉลี่ย/ต่อเดือน	น้อยกว่า 10,000 บาท	78	28.68
	10,001 ถึง 30,000 บาท	105	38.60
	30,001 ขึ้นไป	89	32.72

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยตัวบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. ระยะเวลาในการดำเนินการค้า	น้อยกว่า 1 ปี	39	14.34
	มากกว่า 1 ปี ถึง 3 ปี	57	20.96
	มากกว่า 3 ปี ถึง 5 ปี	41	15.07
	5 ปี ขึ้นไป	135	49.63
7. จำนวนการจ้างงาน	ไม่มีลูกจ้าง	146	53.68
	1 คน	62	22.79
	2 คน	30	11.03
	มากกว่า 2 คน ขึ้นไป	34	12.50
8. ประเภทสินค้าที่จำหน่าย	อาหารสดและของแห้ง	118	43.38
	อาหารสำเร็จรูป	123	45.22
	สิ่งของเครื่องใช้	28	10.29
	บริการ	3	1.10

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จ
ข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย แนวทางด้าน
บรรณประโยชน์ แนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิ และแนวทางด้านความยุติธรรม ที่ส่งผลต่อความ
สำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิเคราะห์ดัง
ตารางที่ 4 โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

แนวทางด้านบรรณประโยชน์

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับแนวทางด้านบรรณประโยชน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 อันดับที่ 2 การให้ความสำคัญในการตั้งราคาให้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 อันดับที่ 3 การให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบของผู้บริโภคและผู้ค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และ

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 อันดับที่ 4 การให้ความสนใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94 อันดับที่ 5 การปิดบังหรือบิดเบือนข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.11 อันดับที่ 6 การให้ความสำคัญต่อกิจกรรมส่งเสริมทางการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.12

แนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับแนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิที่ส่งผลต่อความสำเร็จโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือเป็นภัยต่อชุมชนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 อันดับที่ 2 การให้ความสำคัญกับกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94 อันดับที่ 3 การแสดงความโปร่งใสโดยการเปิดเผยข้อมูลและตรวจสอบได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.05 อันดับที่ 4 การให้ความสนใจสนับสนุนสาธารณกุศล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 อันดับที่ 5 การดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณโดยการไม่สนับสนุนการให้เงินหรือสิ่งของเพื่อจูงใจให้บุคคลกระทำการเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.19 อันดับที่ 6 การให้ความสำคัญในการจำหน่ายเฉพาะสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.13

แนวทางด้านความยุติธรรม

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับแนวทางด้านความยุติธรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการจ้างเฉพาะแรงงานไทย หรือแรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94 อันดับที่ 2 การตั้งราคาสินค้าตามมูลค่าจริงของตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 อันดับที่ 3 การให้ความยุติธรรมในการจ่ายค่าแรงงานโดยเท่าเทียมกันระหว่างแรงงานไทยกับแรงงานต่างด้าว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 อันดับที่ 4 การให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ลูกค้า ลูกจ้าง เป็นต้น) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 อันดับที่ 5 การเปิดโอกาสให้ลูกจ้างได้แสดงความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01 อันดับที่

6 การจ้างเฉพาะแรงงานที่มีอายุมากกว่า 18 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.14

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จ

ปรัชญาจริยธรรมทาง ธุรกิจส่วนบุคคล	ระดับความเห็น (จำนวน)					\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	ร้อยละ							
	5	4	3	2	1			
ด้านอรรถประโยชน์						3.76	0.64	มาก
1. เรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อ พัฒนาธุรกิจ	(76) 27.94	(81) 29.78	(100) 36.76	(11) 4.04	(4) 1.47	3.79	0.94	มาก
2. ความรับผิดชอบต่อ ผู้บริโภคและผู้ค้า	(84) 30.88	(107) 39.34	(71) 26.10	(5) 1.84	(5) 1.84	3.96	0.90	มาก
3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับสินค้า	(81) 29.78	(142) 52.21	(45) 16.54	(4) 1.47	(0) 0	4.10	0.71	มาก
4. กำเนิดถึงความพึง พอใจของผู้บริโภค	(45) 16.54	(83) 30.51	(78) 28.68	(53) 19.49	(13) 4.78	3.35	1.11	ปานกลาง
5. การตั้งราคาให้ เหมาะสมกับสินค้า	(95) 34.93	(114) 41.91	(50) 18.38	(9) 3.31	(4) 1.47	4.06	0.89	มาก
6. กิจกรรมการส่งเสริม ทางการตลาด	(54) 19.85	(60) 22.06	(96) 35.29	(49) 18.01	(13) 4.78	3.34	1.12	ปานกลาง
ด้านศีลธรรมและสิทธิ						3.61	0.74	มาก
7. จำหน่ายเฉพาะสินค้า ที่มีลิขสิทธิ์	(51) 18.75	(72) 26.47	(96) 35.29	(34) 12.50	(19) 6.99	3.37	1.13	ปานกลาง
8. ธุรกิจสามารถ ตรวจสอบและเปิดเผย ข้อมูล	(81) 29.78	(81) 29.78	(80) 29.41	(23) 8.46	(7) 2.57	3.76	1.05	มาก
9. ไม่ส่งเสริมหรือจูงใจ เพื่อเอื้อประโยชน์	(56) 20.59	(75) 27.57	(83) 30.51	(34) 12.50	(24) 8.82	3.39	1.19	ปานกลาง

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปรัชญาจริยธรรมทาง ธุรกิจส่วนบุคคล	ระดับความเห็น (จำนวน) ร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
10. ผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมและชุมชน	(69) 25.37	(116) 42.65	(80) 29.41	(6) 2.21	(1) 0.37	3.90	0.81	มาก
11. สนับสนุนกิจกรรม สาธารณกุศล	(52) 19.12	(80) 29.41	(102) 37.50	(34) 12.50	(4) 1.47	3.52	0.98	มาก
12. กิจกรรมอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	(65) 23.90	(100) 36.76	(89) 32.72	(12) 4.41	(6) 2.21	3.76	0.94	มาก
ด้านความยุติธรรม						3.86	0.71	มาก
13. ให้ความเป็นธรรม กับผู้ที่เกี่ยวข้อง	(72) 26.47	(113) 41.54	(75) 27.57	(9) 3.31	(3) 1.10	3.89	0.87	มาก
14. ราคาสินค้าไม่สูงเกิน มูลค่าตลาด	(88) 32.35	(104) 38.24	(73) 26.84	(4) 1.47	(3) 1.10	3.99	0.86	มาก
15. การจ้างแรงงานที่มี อายุมากกว่า 18 ปี	(70) 25.74	(77) 28.31	(82) 30.15	(28) 10.29	(15) 5.51	3.58	1.14	มาก
16. การจ้างเฉพาะ แรงงานไทยและแรงงาน ต่างด้าว ที่ได้รับอนุญาต	(100) 36.76	(91) 33.46	(67) 24.63	(10) 3.68	(4) 1.47	4.00	0.94	มาก
17. ความยุติธรรมใน การจ่ายค่าแรง	(91) 33.46	(85) 31.25	(92) 33.82	(2) 0.74	(2) 0.74	3.96	0.87	มาก
18. เปิดโอกาสให้ลูกจ้าง แสดงความคิดเห็น	(79) 29.04	(90) 33.09	(73) 26.84	(26) 9.56	(4) 1.47	3.79	1.01	มาก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย การรับรู้ที่มีต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค ต่อคู่แข่ง ต่อพนักงานและลูกจ้าง ต่อหน่วยราชการและสังคม และการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 5 โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านการรับรู้ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างแสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภคโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับรับรู้มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ในเรื่องของการจัดส่งสินค้าหรือนำหนักให้ตรงมาตรฐาน ที่ได้ทำการตกลงซื้อขายไว้มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 อันดับที่ 2 การรับรู้ว่าจะไม่ควรถัดสินค้าหรือวัตถุดิบเพื่อจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 อันดับที่ 3 การรับรู้ว่าจะไม่ควรกักตุนสินค้าหรือวัตถุดิบเพื่อทำกำไร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03 อันดับที่ 4 การรับรู้ว่าจะไม่ควรแสดงความไม่พอใจหากมีการต่อรองราคาหรือขอเลือกสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 อันดับที่ 5 การรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้าเมื่อเกิดความเสียหาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 อันดับที่ 6 การขึ้นราคาสินค้าหรือบริการต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.23

ด้านการรับรู้ต่อคู่แข่ง

กลุ่มตัวอย่างแสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อคู่แข่งโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับรับรู้มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ว่าจะไม่ควรอ้างวานหรือให้สินบนแก่ลูกจ้างของคู่แข่งเพื่อขโมยความลับทางการค้ามากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 อันดับที่ 2 รับรู้ว่าจะไม่ควรใส่ร้ายป้ายสีคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 อันดับที่ 3 ไม่ควรกลั่นแกล้งคู่แข่งโดยการแจ้งหน่วยงานราชการให้เข้าไปตรวจสอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 อันดับที่ 4 ไม่ควรขายสินค้าออกเลียนแบบคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.22 อันดับที่ 5 ไม่ควรผูกขาดสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.21 อันดับที่ 6 รับรู้ว่าจะไม่ควรตัดราคาสินค้าโดยตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.33

ด้านการรับรู้ต่อพนักงานและลูกจ้าง

กลุ่มตัวอย่างแสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อพนักงานและลูกจ้างโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับรับรู้มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ว่าจะไม่ควรดูถูกเหยียดขามลูกจ้างมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 อันดับที่ 2

รับรู้ว่าไม่ควรใช้งานลูกจ้างเกินเวลายานปกติโดยไม่มีค่าตอบแทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 อันดับที่ 3 ให้ความเคารพสิทธิส่วนบุคคลของลูกจ้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 อันดับที่ 4 ไม่ควรให้ค่าจ้างที่ไม่เป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 อันดับที่ 5 ไม่ควรเลือกปฏิบัติโดยกระจายงานอย่างไม่ยุติธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 อันดับที่ 6 เปิดโอกาสให้ลูกจ้างได้แสดงความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85

ด้านการรับรู้ต่อหน่วยงานราชการและสังคม

กลุ่มตัวอย่างแสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อหน่วยงานราชการและสังคมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับรับรู้มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ที่ไม่ควรส่งเสริมหรือให้การสนับสนุนผู้มีอิทธิพลหรือเจ้าพนักงานกระทำการทุจริตเพื่อเอื้อประโยชน์ทางการค้ามากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 อันดับที่ 2 รับรู้ว่าไม่ควรเมินเฉยเมื่อพบว่ามีการใช้อำนาจจากเจ้าหน้าที่รัฐอย่างไม่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 อันดับที่ 3 ไม่ควรเมินเฉยต่อกฎระเบียบบกพร่องของชุมชนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 อันดับที่ 4 ไม่ควรให้ของขวัญหรือของกำนัลต่อเจ้าหน้าที่เพื่อสร้างความสนิทสนม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07 อันดับที่ 5 ไม่ควรหลีกเลี่ยงหรือไม่ร่วมโครงการที่สร้างสรรค์สังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.02 อันดับที่ 6 รับรู้ว่าไม่ควรสนับสนุนการให้ของขวัญหรือของรางวัลในช่วงเทศกาลอันส่งผลให้คนในสังคมขาดคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.16

ด้านการรับรู้ต่อกฎหมาย

กลุ่มตัวอย่างแสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อกฎหมายโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับรับรู้มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ที่ไม่ควรผลิตหรือลอกเลียนแบบสินค้ามากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 อันดับที่ 2 รับรู้ว่าไม่ควรเมินเฉยต่อที่มาของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 อันดับที่ 3 ไม่ควรจ้างแรงงานต่างด้าวที่ลักลอบเข้าประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 อันดับที่ 4 ไม่ควรวางสิ่งของรुक้าผิวการจราจรหรือวางของเกะกะกีดขวางทางเดิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 อันดับที่ 5 ไม่ควร

หลีกเลี่ยงภาษี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 อันดับที่ 6 ระบุว่าไม่ควรสนับสนุนหรือส่งเสริมให้เกิดการเสี่ยงโชคนอกกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.06

ด้านการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างแสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับรับรู้มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ว่าไม่ควรทิ้งสิ่งปฏิกูลและของเสียลงสู่ทางสาธารณะมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 อันดับที่ 2 ระบุว่าควรทิ้งขยะให้เป็นที่เป็นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 อันดับที่ 3 ไม่ควรส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 อันดับที่ 4 ควรแยกชนิดของขยะก่อนทิ้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.04 อันดับที่ 5 ควรใช้น้ำประปาและไฟฟ้าอย่างประหยัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.18 อันดับที่ 6 ระบุว่าไม่ควรใช้ถุงพลาสติกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.22

ตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

การรับรู้เกี่ยวกับ จริยธรรม ในการประกอบธุรกิจ	ระดับความเห็น (จำนวน ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ การรับรู้
	5	4	3	2	1			
ด้านการรับรู้ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค						3.89	0.64	มาก
1. การขึ้นราคาสินค้า หรือ บริการโดยไม่แจ้ง ล่วงหน้า	(55)	(115)	(45)	(26)	(31)	3.50	1.23	มาก
2. ส่งสินค้าไม่ครบ ตามที่ทำการซื้อขายกับ ลูกค้า	(115)	(129)	(23)	(1)	(4)	4.29	0.75	มาก
3. ปะปนสินค้า	(97)	(111)	(52)	(6)	(6)	4.06	0.91	มาก

ตารางที่ 5 (ต่อ)

การรับรู้เกี่ยวกับ จริยธรรม ในการประกอบธุรกิจ	ระดับความเห็น (จำนวน) ร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ การรับรู้
	5	4	3	2	1			
4. ไม่รับเปลี่ยนแปลงสินค้า	(61) 22.43	(126) 46.32	(61) 22.43	(18) 6.62	(6) 2.21	3.80	0.93	มาก
5. กักตุนสินค้าเพื่อโก่ง ราคา	(85) 31.25	(120) 44.12	(35) 12.87	(25) 8.46	(9) 3.31	3.92	1.03	มาก
6. แสดงความไม่พอใจ เมื่อลูกค้าขอเลือกสินค้า หรือต่อรองราคา	(58) 21.32	(143) 52.57	(47) 17.28	(12) 4.41	(12) 4.41	3.82	0.96	มาก
ด้านการรับรู้ต่อคู่แข่ง						3.79	0.77	มาก
7. โฉ่ร้ายป้ายสี	(100) 36.76	(134) 49.26	(22) 8.09	(8) 2.94	(8) 2.94	4.14	0.90	มาก
8. ตัดราคาขายสินค้า	(53) 19.49	(94) 34.56	(44) 16.18	(42) 15.44	(39) 14.34	3.92	1.33	ปานกลาง
9. ขายสินค้า ลอกเลียนแบบคู่แข่ง	(80) 29.41	(75) 27.57	(52) 19.12	(53) 19.49	(12) 4.41	3.58	1.22	มาก
10. ผูกขาดสินค้า	(48) 17.65	(86) 31.62	(76) 27.94	(32) 11.76	(30) 11.03	3.33	1.21	ปานกลาง
11. กลั่นแกล้งคู่แข่ง	(95) 34.93	(128) 47.06	(35) 12.87	(7) 2.57	(7) 2.57	4.09	0.89	มาก
12. จ้างวานหรือให้ สินบนแก่ลูกจ้างของ คู่แข่ง เพื่อขโมยความลับ ทางการค้า	(138) 50.74	(96) 35.29	(26) 9.56	(10) 3.68	(2) 0.74	4.32	0.84	มาก
ด้านการรับรู้ต่อพนักงานและลูกจ้าง						4.08	0.64	มาก
13. กระจายงานอย่างไม่ ยุติธรรม	(86) 31.62	(119) 43.75	(60) 22.06	(4) 1.47	(3) 1.10	4.03	0.83	มาก

ตารางที่ 5 (ต่อ)

การรับรู้เกี่ยวกับ จริยธรรม ในการประกอบธุรกิจ	ระดับความเห็น (จำนวน) ร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ การรับรู้
	5	4	3	2	1			
14. ให้ค่าจ้างที่ไม่เป็น ธรรม	(72) 26.47	(159) 58.46	(32) 11.76	(7) 2.57	(2) 0.74	4.07	0.74	มาก
15. ใช้งานลูกจ้างเกิน เวลางานโดยไม่มีค่า ตอบแทน	(92) 33.82	(136) 50.00	(37) 13.60	(4) 1.47	(3) 1.10	4.14	0.78	มาก
16. ถูกเหยียดขาม ลูกจ้าง	(122) 44.85	(115) 42.28	(25) 9.19	(8) 2.94	(2) 0.74	4.28	0.80	มาก
17. ไม่เปิดโอกาสให้ แสดงความคิดเห็น	(54) 19.85	(149) 54.78	(46) 16.91	(21) 7.72	(2) 0.74	3.85	0.85	มาก
18. ไม่เคารพสิทธิส่วนบุคคล	(97) 35.66	(128) 47.06	(40) 14.71	(2) 0.74	(5) 1.84	4.14	0.82	มาก
ด้านการรับรู้ต่อหน่วยราชการและสังคม						3.91	0.78	มาก
19. ให้ของขวัญหรือ ของกำนัลต่อเจ้าหน้าที่ เพื่อสร้างความสนิท สนม	(79) 29.04	(109) 40.07	(57) 20.96	(11) 4.04	(16) 5.88	3.82	1.07	มาก
20. สนับสนุนการให้ ของขวัญ ของรางวัล ในช่วงเทศกาลอันส่งผล ให้คนในสังคมขาด คุณภาพ	(76) 27.94	(98) 36.03	(64) 23.53	(11) 4.04	(23) 8.46	3.71	1.16	มาก
21. ส่งเสริมหรือ สนับสนุนผู้มีอิทธิพล กระทำการทุจริตเพื่อเอื้อ ประโยชน์	(106) 38.97	(112) 41.18	(36) 13.24	(8) 2.94	(10) 3.68	4.09	0.98	มาก

ตารางที่ 5 (ต่อ)

การรับรู้เกี่ยวกับ จริยธรรม ในการประกอบธุรกิจ	ระดับความเห็น (จำนวน) ร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ การรับรู้
	5	4	3	2	1			
22. เมินเฉยเมื่อพบว่ามีการใช้อำนาจอย่างไม่ถูกต้อง	(91) 33.46	(120) 44.12	(48) 17.65	(4) 1.47	(9) 3.31	4.03	0.93	มาก
23. หลีกเลียงหรือไม่รวมโครงการที่สร้างสรรค์สังคม	(69) 25.37	(124) 45.59	(49) 18.01	(19) 6.99	(11) 4.04	3.81	1.02	มาก
24. เมินเฉยต่อกฎระเบียบและกฎเกณฑ์ของชุมชน	(72) 26.47	(147) 54.04	(43) 15.81	(3) 1.10	(7) 2.57	4.01	0.83	มาก
ด้านการรับรู้ต่อกฎหมาย						4.17	0.74	มาก
25. หลีกเลียงการเสียภาษี	(92) 33.82	(139) 51.10	(27) 9.93	(5) 1.84	(9) 3.31	4.10	0.89	มาก
26. ไม่สนใจหรือตรวจสอบที่มาของสินค้า	(117) 43.01	(119) 43.75	(23) 8.46	(7) 2.57	(6) 2.21	4.23	0.87	มาก
27. จ้างแรงงานต่างด้าวที่ลักลอบเข้าประเทศ	(120) 44.12	(119) 43.75	(16) 5.88	(3) 1.10	(14) 5.15	4.21	0.98	มาก
28. พลัดหรือลอกเลียนแบบสินค้า	(141) 51.84	(98) 36.03	(22) 8.09	(4) 1.47	(7) 2.57	4.33	0.88	มาก
29. วางสิ่งของรुकกล้าผิวการจราจรหรือเกาะกะทางเดิน	(88) 32.35	(147) 54.04	(27) 9.93	(2) 0.74	(8) 2.94	4.12	0.84	มาก
30. สนับสนุนหรือส่งเสริมการเลี้ยงโชคนอกกฎหมาย	(102) 37.50	(124) 45.59	(20) 7.35	(10) 3.68	(16) 5.88	4.05	1.06	มาก

ตารางที่ 5 (ต่อ)

การรับรู้เกี่ยวกับ จริยธรรม ในการประกอบธุรกิจ	ระดับความเห็น (จำนวน) ร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ การรับรู้
	5	4	3	2	1			
ด้านการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม						3.60	0.80	มาก
31. ทิ้งขยะไม่เป็นที่	(53)	(159)	(42)	(7)	(11)			
	19.49	58.46	15.44	2.57	4.04	3.87	0.89	มาก
32. ทิ้งสิ่งปฏิกูลของเสีย ลงสู่ทางสาธารณะ	(73)	(146)	(43)	(3)	(7)			
	26.84	53.68	15.81	1.10	2.57	4.01	0.83	มาก
33. ไม่แยกชนิดของขยะ	(42)	(127)	(70)	(13)	(20)			
	15.44	46.69	25.74	4.78	7.35	3.58	1.04	มาก
34. การใช้ถุงพลาสติก	(30)	(80)	(84)	(34)	(44)			
	11.03	29.41	30.88	12.50	16.18	3.07	1.22	ปานกลาง
35. การใช้เสียงดัง	(34)	(163)	(62)	(5)	(8)			
	12.50	59.93	22.79	1.84	2.94	3.77	0.80	มาก
36. การใช้น้ำประปา และไฟฟ้าอย่างไม่ ประหยัด	(30)	(125)	(51)	(34)	(32)			
	11.03	45.96	18.75	12.50	11.76	3.32	1.18	ปานกลาง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ผลงานวิจัยบัณฑิตภา ระดับปริญญาตรี

ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการบริหารภายใน มุมมองทางด้านการเรียนรู้และพัฒนา และมุมมองด้านการเงิน ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 6 โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านลูกค้า

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับมุมมองทางด้านลูกค้าที่ส่งผลต่อความสำเร็จโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการรักษาลูกค้าเก่ามากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 อันดับที่ 2 ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ

0.74 อันดับที่ 3 การให้บริการหลังการขายเพื่อสร้างความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 อันดับที่ 4 การให้เลือกและต่อรองราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 อันดับที่ 5 การเพิ่มขึ้นของยอดขายในแต่ละเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 อันดับที่ 6 การให้ความสำคัญในการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ในแต่ละเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89

ด้านกระบวนการภายใน

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับมุมมองทางด้านกระบวนการภายในที่ส่งผลต่อความสำเร็จโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการรักษาความสะอาด และสุขอนามัยบริเวณขายแร่แผงลอยมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 อันดับที่ 2 ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการขายสินค้าหรือให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 อันดับที่ 3 ความสม่ำเสมอในการทำการค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 อันดับที่ 4 การลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นระหว่างดำเนินการค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 อันดับที่ 5 การจัดสรรคนให้เหมาะกับงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 อันดับที่ 6 การให้ความสำคัญในการรักษาลูกจ้างให้อยู่กับธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89

ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับมุมมองทางด้านการเรียนรู้และพัฒนาที่ส่งผลต่อความสำเร็จโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการเรียนรู้และหาช่องทางให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 อันดับที่ 2 ให้ความสำคัญในการพัฒนาตัวสินค้าหรือบริการอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 อันดับที่ 3 การพัฒนาสภาพแวดล้อมบริเวณที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 อันดับที่ 4 การส่งเสริมให้พนักงานหรือลูกจ้างเรียนรู้เพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 อันดับที่ 5 การนำเทคโนโลยีมาใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 อันดับที่ 6 การให้ความสำคัญในการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79

ด้านการเงิน

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับมุมมองทางด้านการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.92 ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการให้ความสำคัญต่อผลกำไรที่ได้รับในแต่ละเดือนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 อันดับที่ 2 ให้ความสำคัญต่อผลกำไรโดยรวมในแต่ละปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.06 อันดับที่ 3 ด้านสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 อันดับที่ 4 ด้านค่าใช้จ่ายที่ลดลงในแต่ละเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.16 อันดับที่ 5 การให้ความสำคัญด้านความสามารถในการขอสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.19

ตารางที่ 6 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจ	ระดับความเห็น (จำนวน ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
ด้านลูกค้า						3.85	0.65	มาก
1. จากยอดขายที่เพิ่มขึ้น	(64) 23.53	(89) 32.72	(109) 40.07	(7) 2.57	(3) 1.10	3.75	0.88	มาก
2. จากการเพิ่มขึ้นของ ลูกค้าใหม่ในแต่ละเดือน	(56) 20.59	(100) 36.76	(99) 36.40	(13) 4.78	(4) 1.47	3.70	0.89	มาก
3. จากการรักษาลูกค้า เก่า	(68) 25.00	(125) 45.96	(76) 27.94	(3) 1.10	(6) 0.00	3.95	0.75	มาก
4. จากความพึงพอใจใน การให้บริการหลังการ ขาย	(69) 25.37	(118) 43.38	(82) 30.15	(3) 1.10	(0) 0.00	3.93	0.77	มาก
5. จากความพึงพอใจใน การเลือกและต่อราคา สินค้า	(49) 18.01	(134) 49.26	(85) 31.25	(3) 1.10	(1) 0.37	3.83	0.73	มาก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจ	ระดับความเห็น (จำนวน) ร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
6. จากความพึงพอใจ ของลูกค้าทางด้านราคา และคุณภาพที่เหมาะสม	(62) 22.79	(135) 49.63	(72) 26.47	(2) 0.74	(1) 0.37	3.94	0.74	มาก
ด้านกระบวนการภายใน						3.81	0.66	มาก
7. ความสะอาดและ สุขอนามัยบริเวณที่ตั้ง	(77) 27.57	(111) 40.81	(82) 30.15	(4) 1.47	(0) 0.00	3.97	0.79	มาก
8. ความสม่ำเสมอใน การทำกรค้า	(59) 21.69	(112) 41.18	(97) 35.66	(4) 14.7	(0) 0.00	3.83	0.77	มาก
9. ความรวดเร็วในการ ขาย	(66) 24.26	(110) 40.44	(93) 34.19	(3) 1.10	(0) 0.00	3.88	0.78	มาก
10. การรักษาลูกจ้างให้ คงอยู่	(53) 19.49	(99) 36.40	(108) 39.71	(5) 1.84	(7) 2.57	3.68	0.89	มาก
11. ลดความผิดพลาด ระหว่างดำเนินการค้า	(54) 19.85	(120) 44.12	(84) 30.88	(9) 3.31	(5) 1.84	3.77	0.86	มาก
12. การจัดสรรคนให้ เหมาะสมกับงาน	(53) 19.49	(108) 39.71	(105) 38.60	(5) 1.84	(1) 0.37	3.76	0.79	มาก
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา						3.86	0.66	มาก
13. การพัฒนาตัวสินค้า หรือบริการอย่างสม่ำเสมอ	(58) 21.32	(138) 50.74	(71) 26.10	(5) 1.84	(0) 0.00	3.92	0.73	มาก
14. การพัฒนา สภาพแวดล้อม และ บริเวณที่ตั้ง	(54) 19.85	(136) 50.00	(74) 27.21	(7) 2.57	(1) 0.37	3.86	0.76	มาก
15. การปรับเปลี่ยนและ เพิ่มมูลค่าของสินค้า	(52) 19.12	(121) 44.49	(88) 32.35	(11) 4.04	(0) 0.00	3.79	0.79	มาก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจ	ระดับความเห็น (จำนวน) ร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	5	4	3	2	1			
16. การนำเทคโนโลยีมา ใช้	(55) 20.22	(133) 48.90	(63) 23.16	(17) 6.25	(4) 1.47	3.80	0.88	มาก
17. ส่งเสริมให้พนักงาน เกิดการเรียนรู้	(50) 18.38	(143) 52.57	(60) 22.06	(15) 5.51	(4) 1.47	3.81	0.85	มาก
18. เรียนรู้และหา ช่องทางให้ธุรกิจประสบ ความสำเร็จ	(82) 30.15	(123) 45.22	(56) 20.59	(9) 3.31	(2) 0.74	4.01	0.84	มาก
ด้านการเงิน						3.51	0.92	มาก
19. ผลกำไรที่ได้	(70) 25.74	(68) 25.00	(129) 47.43	(4) 1.47	(1) 0.37	3.74	0.87	มาก
20. ค่าใช้จ่ายที่ลดลง	(58) 21.32	(68) 25.00	(88) 32.35	(41) 15.07	(17) 6.25	3.40	1.16	ปานกลาง
21. สินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น	(60) 22.06	(66) 24.26	(117) 43.01	(26) 9.56	(3) 1.10	3.57	0.97	มาก
22. ความสามารถในการ ขอสินเชื่อ	(49) 18.01	(65) 23.90	(83) 30.51	(53) 19.49	(22) 8.09	3.24	1.19	ปานกลาง
23. ผลกำไรโดยรวมต่อ ปี	(73) 26.84	(65) 23.90	(112) 41.18	(8) 2.94	(14) 5.15	3.64	1.06	มาก

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)

ข้อที่ 1 ประชากรจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล ประกอบด้วย แนวทางด้านอรรถประโยชน์
แนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิ และแนวทางด้านความยุติธรรม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบ
ธุรกิจ หาบเร่ แผงลอย ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) รายละเอียด
ดังตารางที่ 7 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะพบรายละเอียดดังนี้

แนวทางด้านความยุติธรรมมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.470 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันต่ำ

แนวทางด้านความยุติธรรมมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.240 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันต่ำ

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ			
	มุมมองด้านลูกค้า	มุมมองด้านกระบวนการภายใน	มุมมองด้านการเรียนรู้	มุมมองด้านการเงิน
แนวทางด้านอรรถประโยชน์	0.501	0.445	0.424	0.350
แนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิ	0.353	0.364	0.364	0.339
แนวทางด้านความยุติธรรม	0.397	0.460	0.470	0.240

ข้อที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจค้าปลีก ประกอบด้วยการรับรู้ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค การรับรู้ต่อคู่แข่ง การรับรู้ต่อพนักงานและลูกจ้าง การรับรู้ต่อหน่วยราชการและสังคม การรับรู้ต่อกฎหมาย และการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ทาบเร่ แผลงลอย ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) รายละเอียดดังตารางที่ 8 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะพบรายละเอียดดังนี้

การรับรู้ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค

การรับรู้ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านลูกค้า ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.196 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันต่ำ

การรับรู้ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านกระบวนการภายใน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.276 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันต่ำ

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจค้าปลีกที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรม ในการประกอบธุรกิจ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ			
	มุมมอง ด้านลูกค้า	มุมมองด้าน กระบวนการ ภายใน	มุมมอง ด้านการ เรียนรู้	มุมมอง ด้านการเงิน
ด้านการรับรู้ต่อลูกค้าหรือ ผู้บริโภค	0.196	0.276	0.250	0.024
ด้านการรับรู้ต่อคู่แข่ง	0.133	0.117	0.086	-0.083
ด้านการรับรู้ต่อพนักงานและ ลูกจ้าง	0.273	0.337	0.355	0.096
ด้านการรับรู้ต่อหน่วยราชการ และสังคม	0.196	0.272	0.330	0.065
ด้านการรับรู้ต่อกฎหมาย	0.162	0.240	0.307	0.072
ด้านการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม	0.318	0.363	0.368	0.134

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา ความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่แผงลอย โดยมุ่งค้นหาคำตอบเกี่ยวกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson) ในการหาความสัมพันธ์ โดยเลือกเฉพาะผู้ค้าปลีกประเภทหาบเร่แผงลอย ที่ประกอบการค้าในจุดผ่อนผันจำนวน 11 จุด ของเขตบางแค กรุงเทพมหานคร จำนวน 272 ราย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และแสดงผลการวิจัย สำหรับบทนี้จะกล่าวถึงการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ลักษณะทางด้านตัวบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (คิดเป็นร้อยละ 63.24) มีอายุ 31-40 ปี (คิดเป็นร้อยละ 38.60) นับถือศาสนาพุทธ (คิดเป็นร้อยละ 95.96) มีระดับการศึกษาเทียบเท่ามัธยมศึกษา (คิดเป็นร้อยละ 73.16) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001–30,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 38.60) มีระยะเวลาในการดำเนินการค้า 5 ปี ขึ้นไป (คิดเป็นร้อยละ 49.63) ส่วนใหญ่ไม่มีการจ้างงาน (คิดเป็นร้อยละ 53.68) และจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป (คิดเป็นร้อยละ 45.22)

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแนวทางด้านบรรณธรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จอยู่ในระดับสำคัญมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64) ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิที่ส่งผลต่อความสำเร็จอยู่ในระดับสำคัญมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74) และให้ความสำคัญเกี่ยวกับแนวทางด้านความยุติธรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จอยู่ในระดับสำคัญมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71)

3. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจของผู้ค้าปลีก พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภคอยู่ในระดับรับรู้มาก (มีค่าเฉลี่ย 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64) แสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อคู่แข่งอยู่ในระดับรับรู้มาก (มีค่าเฉลี่ย 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77)

แสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อพนักงานและลูกจ้างอยู่ในระดับรับรู้มาก (มีค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64) แสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อหน่วยงานราชการและสังคมอยู่ในระดับรับรู้มาก (มีค่าเฉลี่ย 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78) แสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อกฎหมายอยู่ในระดับรับรู้มาก (มีค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74) และแสดงการรับรู้ทางด้านจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับรับรู้มาก (มีค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80)

4. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับมุมมองทางด้านลูกค้าที่ส่งผลต่อความสำเร็จอยู่ในระดับสำคัญมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65) ให้ความสำคัญเกี่ยวกับมุมมองทางด้านกระบวนการภายในที่ส่งผลต่อความสำเร็จอยู่ในระดับสำคัญมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66) ให้ความสำคัญเกี่ยวกับมุมมองทางการเรียนรู้และพัฒนาที่ส่งผลต่อความสำเร็จอยู่ในระดับสำคัญมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66) และให้ความสำคัญเกี่ยวกับมุมมองทางการเงินที่ส่งผลต่อความสำเร็จอยู่ในระดับสำคัญมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92)

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 9 สรุปผลการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
1. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านอรรถประโยชน์ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านลูกค้า ในระดับปานกลาง	0.501
2. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านความยุติธรรมมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในระดับต่ำ	0.470
3. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านความยุติธรรมมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านกระบวนการภายใน ในระดับต่ำ	0.460

ตารางที่ 9 (ต่อ)

การวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
4. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านบรรณประ โยชน์ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านกระบวนการภายใน ในระดับต่ำ	0.445
5. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านบรรณประ โยชน์ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในระดับต่ำ	0.424
6. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านความยุติธรรมมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านลูกค้า ในระดับต่ำ	0.397
7. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในระดับต่ำ	0.368
8. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านกระบวนการภายในในระดับต่ำ	0.364
9. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในระดับต่ำ	0.364
10. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านกระบวนการภายใน ในระดับต่ำ	0.363
11. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในระดับต่ำ	0.355
12. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านลูกค้า ในระดับต่ำ	0.353

ตารางที่ 9 (ต่อ)

การวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
13. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านอรรถประโยชน์ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน ในระดับต่ำ	0.350
14. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน ในระดับต่ำ	0.339
15. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านกระบวนการภายใน ในระดับต่ำ	0.337
16. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อหน่วยราชการและสังคม มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในระดับต่ำ	0.330
17. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านลูกค้า ในระดับต่ำ	0.318
18. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อกฎหมายและสังคม มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในระดับต่ำ	0.307
19. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านกระบวนการภายใน ในระดับต่ำ	0.276
20. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านลูกค้า ในระดับต่ำ	0.273
21. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อหน่วยราชการและสังคม มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านกระบวนการภายใน ในระดับต่ำ	0.272

ตารางที่ 9 (ต่อ)

การวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
22. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในระดับต่ำ	0.250
23. ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านความยุติธรรม มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน ในระดับต่ำ	0.240
24. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อกฎหมาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านกระบวนการภายใน ในระดับต่ำ	0.240
25. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านลูกค้า ในระดับต่ำ	0.196
26. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อหน่วยราชการและสังคม มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านลูกค้า ในระดับต่ำ	0.196
27. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อกฎหมาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านลูกค้า ในระดับต่ำ	0.162
28. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน ในระดับต่ำ	0.134
29. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อคู่แข่ง มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านลูกค้า ในระดับต่ำ	0.133
30. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อคู่แข่ง มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านกระบวนการภายใน ในระดับต่ำ	0.117
31. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อลูกจ้าง มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน ในระดับต่ำ	0.096

ตารางที่ 9 (ต่อ)

การวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
32. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อคู่แข่ง มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในระดับต่ำ	0.086
33. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อกฎหมาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน ในระดับต่ำ	0.072
34. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อหน่วยราชการและสังคม มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน ในระดับต่ำ	0.065
35. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน ในระดับต่ำ	0.024
36. การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อคู่แข่ง มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน ในระดับต่ำ	-0.083

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของจริยธรรมและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาแพร่แฝงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร พบว่า

ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล แนวทางด้านอรรถประโยชน์ มีความสัมพันธ์มากที่สุดต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน มีค่าเท่ากับ 0.501

การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ด้านการรับรู้ต่อคู่แข่ง มีความสัมพันธ์ต่ำที่สุดต่อความสำเร็จในมุมมองด้านการเงิน มีค่าเท่ากับ -0.083

2. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จ

1. แนวทางด้านอรรถประโยชน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 การให้ความสำคัญในเรื่องของการตั้งราคาให้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล นิราทร (2548 : 160) ที่ได้ทำการศึกษารื่อง หาบเร่แผงลอยความสำเร็จและตัวบ่งชี้ พบว่า การให้ความสำคัญในระดับมากต่อตัวบ่งชี้ด้านสินค้า แสดงถึงความสำคัญของความสะอาด รสชาติ และราคาที่ย่อมเยา ของอาหารต่อความสำเร็จในการประกอบอาชีพ

2. แนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิที่ส่งผลต่อความสำเร็จ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือเป็นภัยต่อชุมชนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 การให้ความสำคัญกับกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันัส สนใจ (2550 : 50) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง และคุณภาพชีวิตในการทำงานของพ่อค้าแม่ค้าตลาดนัดในเขตลาดปลาเค้า พบว่า ในด้านคุณธรรมพ่อค้าแม่ค้ามีการกระทำอันคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก และการเข้าร่วมกิจกรรมของสังคมอย่างสม่ำเสมอ

3. แนวทางด้านความยุติธรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการจ้างเฉพาะแรงงานไทย หรือแรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 การตั้งราคาสินค้าตามมูลค่าจริงของตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุภาพร พิศอบุตร (2544 : 85) พบว่า แนวทางความยุติธรรมเป็นแนวทางของการตัดสินใจและการกำหนดพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเสมอภาค เป็นธรรมและไม่ลำเอียง เป็นหลักเท่าเทียมกันของบุคคลซึ่งพฤติกรรมนั้นอาจสอดคล้องกับมาตรฐานทางจริยธรรมหรือทางกฎหมาย

ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

1. การรับรู้ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ในระดับรับรู้มาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ในเรื่องของการจัดส่งสินค้าหรือน้ำหนักให้ตรงมาตรฐาน ที่ได้ทำการตกลงซื้อขายไว้มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 การ

รับรู้ว่าไม่ควรปะปนสินค้าหรือวัตถุดิบเพื่อจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมพร เทพลีธา (2544 : 19) พบว่า ลูกค้าพึงรับการปฏิบัติอย่างซื่อสัตย์และเป็นธรรม เพราะหากนักธุรกิจไม่สามารถรักษาลูกค้าของตนได้ ก็จะไม่สามารถรักษาธุรกิจของตนไว้ได้เช่นกัน

2. การรับรู้ต่อคู่แข่ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงการรับรู้อยู่ในระดับรับรู้มาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ว่าไม่ควรจ้างวานหรือให้สินบนแก่ลูกจ้างของคู่แข่งเพื่อขโมยความลับทางการค้ามากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 รับรู้ว่าไม่ควรใส่ร้ายป้ายสีคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมพร เทพลีธา (2544 : 19) พบว่า การแข่งขันเป็นสิ่งที่พิสูจน์ความสามารถ การแข่งขันเป็นการสร้างสรรค์ มิใช่เพื่อการทำร้ายกันและกัน ควรละเว้นการกลั่นแกล้ง ใส่ร้ายป้ายสีไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม อันจะทำให้คู่แข่งเสียโอกาสอย่างไม่เป็นธรรม

3. การรับรู้ต่อพนักงานและลูกจ้าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงการรับรู้อยู่ในระดับรับรู้มาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ว่าไม่ควรดูถูกเหยียดหยามลูกจ้างมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 รับรู้ว่าไม่ควรใช้งานลูกจ้างเกินเวลายานปกติโดยไม่มีค่าตอบแทน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมพร เทพลีธา (2544 : 19) พบว่า พนักงานเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบธุรกิจ การมีพนักงานที่ดี มีความซื่อสัตย์ จะทำให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ นักธุรกิจพึงปฏิบัติต่อลูกจ้างโดยยึดหลักให้ค่าจ้างและผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความสามารถ ให้ความสำคัญเป็นธรรมในการปกครองและพิจารณาผลตอบแทน พึงเคารพสิทธิส่วนบุคคลและความสามารถของพนักงาน

4. การรับรู้ต่อหน่วยงานราชการและสังคม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงการรับรู้อยู่ในระดับรับรู้มาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ว่าไม่ควรส่งเสริมหรือให้การสนับสนุนผู้มีอิทธิพลหรือเจ้าพนักงานกระทำการทุจริตเพื่อเอื้อประโยชน์ทางการค้ามากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 รับรู้ว่าไม่ควรเมินเฉยเมื่อพบว่ามีการใช้อำนาจจากเจ้าหน้าที่รัฐอย่างไม่ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมพร เทพลีธา (2544 : 19) พบว่า สังคมเป็นฐานการประกอบธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงของสังคมย่อมกระทบต่อธุรกิจได้ นักธุรกิจจึงควรถือเป็นความรับผิดชอบในอันที่จะมีส่วนร่วมสร้างสรรค์สังคมให้เจริญก้าวหน้าโดยยึดหลักละเว้นการประกอบธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อม

5. การรับรู้ต่อกฎหมาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงการรับรู้อยู่ในระดับรับรู้มาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ว่าไม่ควรผลิตหรือลอกเลียนแบบสินค้ามากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 รับรู้ว่าไม่ควรเมินเฉยต่อที่มาของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมพร เทพลีธา (2544 : 19) พบว่า การรับของโจร รับซื้อไม้เถื่อนเพื่อทำเฟอร์นิเจอร์

ขาย สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งบั่นทอนศีลธรรมและความเจริญของสังคม นักธุรกิจควรหลีกเลี่ยงเพราะทุกคนมีหน้าที่ สิทธิและเสรีภาพในฐานะพลเมืองเท่าเทียมกันตามกฎหมาย

6. การรับรู้ต่อสิ่งแวดลอม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงการรับรู้อยู่ในระดับรับรู้มาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่แสดงการรับรู้ที่ไม่ควรทิ้งสิ่งปลูกและของเสียลงสู่ทางสาธารณะมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 รับรู้ว่าควรทิ้งขยะให้เป็นที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมพร เทพสิทธิ์า (2544 : 19) พบว่า สิ่งที่อยู่นอกเหนือขอบเขตการบังคับของกฎหมาย นักธุรกิจในฐานะสมาชิกของสังคมควรช่วยกันสร้างสรรค์ สภาพแวดล้อม สภาพสังคม โดยละเว้นการประกอบธุรกิจที่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

1. ความสำเร็จในมุมมองด้านลูกค้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการรักษาคูกค้าเก่ามากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มงคล วงษ์วุฒิศักดิ์ (2550 : 72) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ พบว่าผู้ประกอบการมีความเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในด้านความพึงพอใจของลูกค้าทั้งในเรื่องของการพึงพอใจในต่อการบริการ หรือความพึงใจต่อการอำนวยความสะดวกที่ได้รับ

2. ความสำเร็จในมุมมองทางด้านกระบวนการภายใน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการรักษาความสะอาด และสุขอนามัยบริเวณหาบเร่แผงลอยมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล นิราทร (2548 : 160) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง หาบเร่แผงลอยความสำเร็จและตัวบ่งชี้ พบว่า กรณีพื้นที่ขายสะอาด ผู้ค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญแต่เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะเป็นปัจจัยที่อยู่เหนือการควบคุม เนื่องจากต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ค้าที่อยู่ใกล้เคียง รวมทั้งการมีแหล่งน้ำสะอาด มีถังขยะรองรับเศษอาหาร

3. ความสำเร็จในมุมมองทางการเรียนรู้และพัฒนา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการเรียนรู้และหาช่องทางให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 ให้ความสำคัญในการพัฒนาตัวสินค้าหรือบริการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล นิราทร (2548 : 138) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง หาบเร่แผงลอยความสำเร็จและตัวบ่งชี้ พบว่า ผลความสำคัญของ “ความรู้” เพื่อเป็นการรักษาระดับการประกอบอาชีพ โดยที่การวางแผนการเงินและการวางแผนการค้ามีความสำคัญ เนื่องจากมีบทบาทต่อการสร้างรายได้ การวางแผนเงินหมายถึงการทำให้มีเงิน

พอหมุนเวียนในแต่ละวัน ส่วนการวางแผนการค้ามีบทบาทต่อการสร้างรายได้ในแต่ละวัน ส่วนความรู้เกี่ยวกับการผลิตอาหารที่เป็นที่ต้องการ ไม่ได้จำกัดเฉพาะความรู้ในการผลิตอาหารเท่านั้น แต่ยังหมายถึง “ความรู้” ที่ว่าควรจะผลิตอาหารชนิดใดหรือนำอาหารชนิดใดมาขาย

4. ความสำเร็จในมุมมองทางด้านการเงิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการให้ความสำคัญต่อผลกำไรที่ได้รับในแต่ละเดือนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 ให้ความสำคัญต่อผลกำไรโดยรวมในแต่ละปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พันธุ์ศักดิ์ ลีลาวรรณกุลศิริ (2549) กล่าวว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนั้น หมายถึงมีการลงทุนพอเหมาะ ขยายมากหรือขายเร็ว สามารถทำกำไร และมีสภาพคล่อง รวมถึงมีความสามารถในการชำระหนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ข้อที่ 1 ปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล ประกอบด้วย แนวทางด้านอรรถประโยชน์ แนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิ และแนวทางด้านความยุติธรรม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หาบเร่ แผงลอย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลกับความสำเร็จ อยู่ในระดับปานกลางก่อนไปทางต่ำ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจหาบเร่แผงลอยให้ความสำคัญต่อแนวทางด้านอรรถประโยชน์ ในมุมมองด้านลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนทางด้านรายละเอียดอื่น ๆ รวมถึงแนวทางด้านศีลธรรมและสิทธิ และแนวทางด้านความยุติธรรมอยู่ในระดับปานกลางก่อนไปทางต่ำ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพื้นฐานทางจริยธรรมในเรื่องของปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล โดยสามารถตัดสินใจได้ว่าอะไรถูก อะไรผิด อะไรเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง และสามารถอธิบายการกระทำนั้นได้ โดยเฉพาะแนวทางด้านอรรถประโยชน์ในมุมมองทางด้านลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 85) กล่าวว่าแนวทางอรรถประโยชน์สนับสนุนด้านการก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบุคคลจำนวนมากที่สุด ใช้ได้กับเป้าหมายด้านประสิทธิภาพ ผลิตผล และการทำให้ได้กำไรสูงสุด

ซึ่งถ้ามองในด้านของความสำเร็จกำไรคือตัวชี้วัดสภาพทางการเงินของธุรกิจ การที่ธุรกิจจะได้กำไรเท่าใด สุดท้ายแล้วขึ้นอยู่กับว่าธุรกิจนั้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากน้อยแค่ไหน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ถ้าหากลูกค้ามีความพอใจในสินค้า หรือบริการ กำไรจะต้องเกิดขึ้นตามมาอย่างแน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมพร เทพสิทธา (2544 : 19) กล่าวว่าลูกค้าเป็นกลุ่มบุคคลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ธุรกิจดำเนินได้ เป็นผู้ซื้อสินค้าและใช้บริการ ทำให้สร้างกำไรและมีรายได้เพื่อการใช้จ่ายในการบริหารธุรกิจ ตลอดจนสร้างความเจริญเติบโตในธุรกิจต่อไป

ในภาพรวม เมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่า ความสัมพันธ์ของปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคล ต่อความสำเร็จ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางก่อนไปทางต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คีวีวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 85) กล่าวว่า แนวทางศีลธรรมและสิทธิ และแนวทางยูติธรรมจะเน้นสิทธิส่วนบุคคลและความจำเป็นในการกระจายผลผลิตเป็นสำคัญอาจจะเป็นผลให้มองข้ามความถูกต้องชอบธรรมที่พึงมีในบุคคล ซึ่งแตกต่างจากแนวทางอรรถประโยชน์

ข้อที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ประกอบด้วย การรับรู้ต่อลูกค้า หรือผู้บริโภค การรับรู้ต่อคู่แข่ง การรับรู้ต่อพนักงานและลูกจ้าง การรับรู้ต่อหน่วยราชการและสังคม การรับรู้ต่อกฎหมาย และการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หาบเร่แผงลอย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจกับความสำเร็จ อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดของ สมพร เทพสิทธิ (2544 : 19) กล่าวว่า หลักจริยธรรมสำหรับนักธุรกิจนั้นจะกำหนดบทบาทต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ลูกค้า คู่แข่งขัน หน่วยงานราชการ พนักงานและสังคม ซึ่งนักธุรกิจต้องให้ความสำคัญเพราะบทบาทเหล่านี้เป็นหลักเกณฑ์การประพฤติปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ และถ้าหากมองในด้านของความสำเร็จตามแนวคิดของ วิชัย โสสุวรรณจินดา (2547 : 7-9) พบว่าธุรกิจขนาดย่อมจะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้โดยการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน มีความยืดหยุ่นในการตัดสินใจเพื่อสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ มีการพัฒนาสินค้า และผู้ประกอบการควรมีความแน่ใจว่าปัจจัยใดมีผลต่อความสำเร็จ โดยเฉพาะเรื่องเงินทุน พนักงาน กระบวนการผลิตและข้อมูลการตลาด

จากแนวคิดของสมพร เทพสิทธิ และ วิชัย โสสุวรรณจินดา จะเห็นได้ว่าการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ กับความสำเร็จมีรายละเอียดที่คล้ายกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านลูกค้า การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม ขายสินค้าในราคายุติธรรม สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ยอมรับไปผู้ดูแลหรือให้บริการซ้ำ หรือจะเป็นด้านของคู่แข่ง การแข่งขันเป็นสิ่งพิสูจน์ความสามารถ เป็นการสร้างสรรค์ให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและกำไร

ผลการวิจัยในครั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้และเข้าใจในเรื่องของจริยธรรม โดยสามารถตัดสินใจได้ว่าอะไรถูก อะไรผิด อะไรเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง และรับรู้ว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไรถึงจะประสบความสำเร็จ แต่ในความเป็นจริงหลักจริยธรรมเพียงอย่างเดียวในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนั้น ไม่สามารถที่จะทำให้อธุรกิจประสบความสำเร็จได้ ยังคงต้องอาศัยปัจจัยอื่นอีกที่จะนำพาให้อธุรกิจประสบความสำเร็จ

3. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผลการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างบางส่วนไม่เข้าใจ หรือมีความเชื่อที่ไม่ถูกต้องในเรื่องของจริยธรรมกับความสำเร็จ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีหน่วยงานของรัฐเข้ามาดูแลและให้ความรู้ เพื่อพัฒนาพื้นฐานจริยธรรมที่ถูกต้อง และชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จที่แท้จริงหากกลุ่มตัวอย่างนำไปยึดถือปฏิบัติ

2. ผลการศึกษาพบว่า การให้เหล่า บุหรี่ สิ่งมอมเมาในช่วงเทศกาลเพื่อเป็นของขวัญ ให้กับลูกค้าในช่วงเทศกาล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือเป็นเรื่องปกติ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ควรมีการรณรงค์ให้ผู้ค้าปลีก หาบเร่ แผงลอย ทราบถึงผลเสียที่อาจจะตามมาไม่ว่าจะเป็นทางด้านสุขภาพ หรือความปลอดภัยในชีวิตของผู้ที่ได้รับ อันส่งผลให้คนในสังคมขาดคุณภาพ

3. ผลการศึกษาพบว่า การพนัน หรือการเลี้ยงโชคนอกกฎหมาย ยังสามารถพบเห็นและถือเป็นเรื่องปกติของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นควรมีหน่วยงานเข้ามาให้ความรู้และชี้ให้เห็นโทษของการพนัน รวมถึงสนับสนุนให้เกิดการออมเงินในพื้นที่

4. ผลการศึกษาพบว่า ถุงพลาสติกยังเป็นปัจจัยหลักในการประกอบอาชีพ หาบเร่ แผงลอย ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ควรมีการรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติกโดยชี้ให้เห็นโทษทางด้านสิ่งแวดล้อม และประโยชน์ในการลดต้นทุนของตัวผู้ค้าปลีกเอง

5. ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถในการขอสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์ ยังเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยากในความคิดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นภาครัฐควรมีนโยบายให้ธนาคารพาณิชย์ช่วยเหลือทางด้านสินเชื่อ โดยการกำหนดเกณฑ์เพื่อสร้างมาตรฐาน และความน่าเชื่อถือให้กับผู้ค้าปลีก หาบเร่ แผงลอย เพื่อช่วยเหลือให้ผู้ค้าปลีกได้รับโอกาสในการขอสินเชื่อ แทนที่การเป็นหนี้นอกระบบ

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

4. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยข้อจำกัดทางด้านเวลา และประชากร อีกทั้งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นทำให้เกิดข้อจำกัดในการเสนอความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และละเอียด ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรมีการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จ เชิงคุณภาพแบบเจาะลึก โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านตัวบุคคล ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมทางด้านจริยธรรมทางธุรกิจ

2. ควรมีการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในมุมมองของผู้บริโภค ควบคู่กันกับผู้ค้าปลีก เพื่อให้ทราบถึงข้อคิดเห็น และความคาดหวังที่จะได้รับจากผู้ค้าปลีกหาบเร่แผงลอย เพื่อวัดความสัมพันธ์ทางด้านจริยธรรมระหว่างผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค

3. ควรมีการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในพื้นที่ใกล้เคียง หรือพื้นที่อื่นๆ เพื่อทำการเปรียบเทียบ โดยอาจทำการเปรียบเทียบในลักษณะประเภทสินค้าที่ขายเหมือนกัน เพศเดียวกัน หรือช่วงอายุเดียวกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลและผลการวิจัยที่แม่นยำยิ่งขึ้น



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สถิติจำนวนสถานประกอบการ จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย และภาค พ.ศ.2545 [ออนไลน์].

เข้าถึงเมื่อ 17 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/table/files/C-bts-m/2545/000/00_C-bts-m_2545_000_000000_00200.xls

กิตติพร ใจบุญ. ตลาดกับวิถีชีวิต [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 11 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก

http://203.172.204.162/intranet/1027_sac/Subdetail/seminar/sum_of_seminar/seminar43.html

โคมทอง ถานอาคนาม. “ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.” วิทยานิพนธ์ ปรัชญาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2548.

เฉลิมศักดิ์ งามโกมุท. เกิดการกรุง: ชุตลอนหนทาง. กรุงเทพมหานคร : แพรว, 2537.

ญาณิณี จาตุรงค์กุล. “ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.” ปริญญานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.

ฐิติมา วัฒนโสภาศิริ. “ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมธุรกิจ บุคลิกภาพเมคคิอาเวลเลียน ค่านิยมในการทำงานกับความเครียดของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

ณรงค์ โชควัฒนา. เศรษฐกิจชุมชนทางเลือกเพื่อทางรอดสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดัตต, 2542.

ผลงานวิจัยระดับบัณฑิต ระดับปริญญาตรี

ณัฐกฤตา จันทา. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจของผู้บริหารรุ่นใหม่ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างนักธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ : กรณีศึกษาเฉพาะผู้บริหารที่กำลังศึกษาในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง.” วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2547.

ณัฐนี แจ้งขำ. “การรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร.” ปริญญานิพนธ์ การศึกษาปฐมวัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.

- ธงชัย สันติวงษ์. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2540.
- นฤมล นิราทร. “หาบเร่แผงลอยอาหาร : ความสำเร็จและตัวบ่งชี้.” วิทยานิพนธ์ ปรัชญาคุณฤๅบัณฑิต
สหวิทยาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.
- นิตย์ สัมมาพันธ์. ยุทธศาสตร์การบริหารใน 3 โลกธุรกิจสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์อินโนกราฟฟิกส์, 2542.
- นุชรินทร์ เจนผาสุก. “พฤติกรรมผู้บริโภคต่อธุรกิจค้าปลีก ประเภทซูเปอร์เซ็นเตอร์ในเขต
กรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2547.
- ประทุม สุวดี, เกลียวูไร ศิริวรรณ และ เจริญ คุวินทร์พันธุ์. “หาบเร่ในกรุงเทพมหานคร.”
งานวิจัย วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,
2523.
- ประสพชัย พสุนนท์. สถิติธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ท็อป, 2553.
- พนัส สนใจ. “คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง และคุณภาพชีวิตในการทำงานของพ่อค้า
แม่ค้าตลาดนัดในเขตตลาดปลาเค้า.” ภาคินิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 2550.
- พรนพ พุกกะพันธุ์. จริยธรรมทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จามจุรีโปรดักส์, 2544.
- พวงรัตน์ เกษรแพทย์ และ ดุษฎี โยเนลา. “การศึกษาเขาวน้อารมณ์ในฐานะตัวกำหนดความสำเร็จ
ของผู้บริหาร.” วารสารพฤติกรรมศาสตร์ 1, ฉบับปริทัศน์ (กันยายน 2546) : ไม่ปรากฏ
เลขหน้า.
- พันธ์ศักดิ์ ลีลาวรรณกุลศิริ. ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 17 สิงหาคม
2553. เข้าถึงได้จาก <http://thaiextile.org>
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. ศึกษาระบบเศรษฐกิจพอเพียงในชนทุกระดับชั้น [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 7
เมษายน 2553. เข้าถึงได้จาก <http://pipatory.blogspot.com/2007/01/blog-post.html>
- ภรณ์ กิรีดิบุตร. การประเมินประสิทธิผลขององค์การ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเด็สโตร,
2529.
- ภูวดล สุวรรณดี. เหตุเกิดที่ท่าพระจันทร์ : อวสานตลาดโบราณแห่งรัตนโกสินทร์. กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์ศิลปวัฒนธรรม, 2538.
- มงคล วงษ์วุฒิสักดิ์. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ
ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการทางการ
กีฬา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2550.

มาลัย ม่วงเทศ. จริยธรรมในอาชีพคอมพิวเตอร์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วังอักษร, 2548.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน, 2545.

เรณู สังข์ทองจีน. “การประกอบอาชีพของแรงงานหญิงในกรุงเทพมหานคร: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกอบการอาชีพหาบเร่ประเภทร้านอาหาร.” วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

วิชัย โสสุวรรณจินดา. ครบเครื่องเรื่องบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น), 2547.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร : ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2541.

สมเกียรติ แสนทวีสุข. “การสำรวจความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550

สมชาติ วิจิตรการลิขิต. “แนวทางการพัฒนาการค้าปลีกธนบุรี กรณีศึกษา: ย่านบางแค.” วิทยานิพนธ์ปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

สมพร เทพสิทธิ์า. คุณธรรมและจริยธรรมของนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร : สมชายการพิมพ์, 2544.

สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น. จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 พฤษภาคม 2553. เข้าถึงได้จาก [http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?passTo=077ae80cba1956846b33a8fd9bb5a85f&pageid=43&bookID=1173&read=true&count=true)

[passTo=077ae80cba1956846b33a8fd9bb5a85f&pageid=43&bookID=1173&read=true&count=true](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?passTo=077ae80cba1956846b33a8fd9bb5a85f&pageid=43&bookID=1173&read=true&count=true)
 สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 28. ตลาด [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2553. เข้าถึงได้จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/BOOK28/chapter3/t28-3-11.htm>

สำนักงานประมาณ. การประเมินประสิทธิผล. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545.

สำนักงานเทคนิคกรุงเทพมหานคร. ข้อมูลสถิติเขตบางแค [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2553. เข้าถึงได้จาก <http://office.bangkok.go.th/bangkhae/index2.html>

สืบวงศ์ วิชัยลักษณ์ และ เสถียร วิชัยลักษณ์. รวมกฎหมายไทย เล่ม 17. กรุงเทพมหานคร : นิติเวช, 2532.

สุดาตวง เรืองรุจิระ. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ขงพล เทรดดิ้ง, 2541.

สุภาพร พิศาลบุตร. จริยธรรมทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : วิ.เจ.พรินติ้ง, 2544.

สุมนา อยู่โพธิ์. การค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2544.

ภาษาอังกฤษ

Mosley, D.C., P. H. Pietri, and L. C. Megginson. Management, Leadership in Action. New York :
Harper Collins College., 1996.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ ใช้ประกอบการค้นคว้าอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ในหัวข้อเรื่อง “ความสัมพันธ์ของจริยธรรมกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร”

อนึ่ง ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้สละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ด้วยทั้งนี้ ข้อมูลส่วนตัว และความคิดเห็นของท่านจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ด้านการศึกษาเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย π ลงในช่อง หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ น้อยกว่า 20 ปี 20 ถึง 30 ปี
 31 ถึง 40 ปี มากกว่า 40 ปี
3. ศาสนา พุทธ คริสต์
 อิสลาม อื่น ๆ

4. ระดับการศึกษาสูงสุด ประถมศึกษา มัธยมศึกษา

ผลงานวิจัย ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ย/ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 10,001 ถึง 30,000
 30,001 ขึ้นไป

6. ระยะเวลาดำเนินการค้า น้อยกว่า 1 ปี มากกว่า 1 ปี ถึง 3 ปี
 มากกว่า 3 ปี ถึง 5 ปี 5 ปีขึ้นไป

7. จำนวนการจ้างงาน ไม่มีลูกจ้าง 1 คน
 2 คน มากกว่า 2 คนขึ้นไป
8. ประเภทสินค้าที่ขาย อาหารสดและของแห้ง อาหารสำเร็จรูป
 สิ่งของเครื่องใช้ สินค้าอื่น ๆ
- บริการ

ส่วนที่ 2 ประชากรวิจัยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่
 แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ในการตอบแบบสอบถามโปรดใส่เครื่องหมาย π ลงในช่องหมายเลขที่ตรงกับความคิดเห็นหรือใกล้เคียงกับความคิดเห็นมากที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น

หลักการและแนวทางในการ ดำเนินธุรกิจ	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มากที่สุด (5)	สำคัญ มาก (4)	สำคัญ ปานกลาง (3)	สำคัญ น้อย (2)	ไม่มีผล (1)
ด้านอรรถประโยชน์					
1. ท่านมีแนวโน้มที่จะเรียนรู้เพิ่มเติม เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจ					
2. ท่านให้ความสำคัญต่อความ รับผิดชอบของผู้บริโภคและผู้ค้า โดยไม่คำนึงถึงแต่ผลประโยชน์ ระยะสั้น					
3. ท่านให้ความสำคัญกับการสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภค					

หลักการและแนวทางในการ ดำเนินธุรกิจ	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มากที่สุด (5)	สำคัญ มาก (4)	สำคัญ ปานกลาง (3)	สำคัญ น้อย (2)	ไม่มีผล (1)
4. ท่านคำนึงถึงความพึงพอใจของ ผู้บริโภคโดยการปิดบังหรือบิดเบือน ข้อมูลสินค้าหรือบริการบางส่วน					
ด้านศีลธรรมและสิทธิ					
5. นโยบายหลักในการดำเนินธุรกิจ ของท่านคือการตั้งราคาให้ เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ					
6. ท่านคำนึงถึงกิจกรรมส่งเสริม ทางการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม อยู่เสมอ					
7. ท่านให้ความสำคัญในการเลือก ซื้อเฉพาะสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ เพื่อ จำหน่ายโดยไม่หวังผลกำไร					
8. ธุรกิจของท่าน สามารถตรวจสอบ ได้รวมทั้งให้ข้อมูลที่ถูกต้องและ ชัดเจน เปิดเผยข้อมูลและให้ความ โปร่งใส					
9. ท่านไม่ส่งเสริมการให้เงินหรือ สิ่งของเพื่อจูงใจให้บุคคลหนึ่ง บุคคลใดกระทำการเพื่อเอื้อ ประโยชน์ต่อธุรกิจของท่าน					
10. ท่านคำนึงถึงสิ่งที่เป็นผลกระทบ ทางลบต่อสิ่งแวดล้อม หรือเป็น ภัยต่อชุมชน					

หลักการและแนวทางในการ ดำเนินธุรกิจ	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มากที่สุด (5)	สำคัญ มาก (4)	สำคัญ ปานกลาง (3)	สำคัญ น้อย (2)	ไม่มีผล (1)
11. ท่านให้ความสนใจกับการ สนับสนุนกิจกรรมสาธารณกุศล					
12. ท่านให้ความสนใจกับกิจกรรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
ด้านความยุติธรรม					
13. ท่านให้ความสำคัญกับผู้ เกี่ยวข้องกับ (ลูกค้า ลูกจ้าง ผู้ขาย เจ้าหน้าที่ รัฐบาล สังคมอย่าง ยุติธรรม และปฏิบัติอย่างเท่า เทียมกันไม่ว่าจะเป็นรายใหญ่ หรือรายเล็ก ชาวไทยหรือ ชาวต่างชาติ)					
14. ราคาสินค้าของท่านจะไม่สูงไป กว่ามูลค่าจริงของตลาด (ไม่แพง หรือทำกำไรเกินความเป็นจริง)					
15. หากท่านมีลูกจ้าง ท่านจะจ้าง เฉพาะแรงงานที่มีอายุมากกว่า 18 ปีเท่านั้น					
16. หากท่านมีลูกจ้าง ท่านจะจ้างเฉพาะ แรงงานไทย หรือแรงงานต่างด้าว ที่ได้รับอนุญาตให้ทำงานเท่านั้น					
17. หากท่านมีลูกจ้าง ท่านจะให้ความ ยุติธรรมในการจ่ายค่าแรงของ แรงงานต่างด้าว เท่าเทียมแรงงาน ไทย					

หลักการและแนวทางในการ ดำเนินธุรกิจ	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มากที่สุด (5)	สำคัญ มาก (4)	สำคัญ ปานกลาง (3)	สำคัญ น้อย (2)	ไม่มีผล (1)
18. หากท่านมีลูกจ้าง ท่านจะเปิด โอกาสให้ลูกจ้างของท่านได้ แสดงความคิดเห็น					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย
คำชี้แจง ในการตอบแบบสอบถาม โปรดใส่เครื่องหมาย π ลงในช่องหมายเลขที่ตรงกับความคิดเห็นหรือใกล้เคียงกับความคิดเห็นมากที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น

ท่านคิดว่าการกระทำใดต่อไปนี้ เป็นเรื่องที่ดี	ระดับความคิดเห็น				
	ผิด รุนแรง (5)	ผิด (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ผิด (2)	เป็นเรื่อง ปกติ (1)
ด้านรับรู้ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค					
19. การขึ้นราคาสินค้าหรือบริการโดย ไม่แจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า					
20. ส่งสินค้าไม่ครบตามจำนวน หรือ น้ำหนักไม่ถึงตามมาตรฐาน ตามที่ได้ทำการซื้อขายกับลูกค้า					
21. ปะปนสินค้า หรือวัตถุดิบ (เก่า ผสมใหม่) ที่มีคุณภาพต่ำกว่า สินค้าที่ขายหน้าร้าน					
22. ไม่รับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า เมื่อ เกิดความเสียหาย					

ท่านคิดว่าการกระทำใดต่อไปนี้ เป็นสิ่งที่ผิด	ระดับความคิดเห็น				
	ผิด รุนแรง (5)	ผิด (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ผิด (2)	เป็นเรื่อง ปกติ (1)
23. กักตุนสินค้า หรือวัตถุดิบ เพื่อโก่ง ราคาหรือทำกำไร ขามภาวะสินค้า ขาดตลาด					
24. แสดงความไม่พอใจ เมื่อลูกค้าขอ เลือกสินค้าหรือต่อรองราคา (เสียดสีและเหน็บแนม)					
ด้านการรับรู้ต่อคู่แข่ง					
25. ใสร้ายป้ายสีคู่แข่ง					
26. ตัดราคาขายสินค้า โดยตั้งราคาต่ำ กว่าราคาของคู่แข่ง					
27. ขายสินค้าลอกเลียนแบบคู่แข่ง					
28. ผูกขาดสินค้า (พยายามเป็นผู้ขายราย เดียว เจ้าเดียวในพื้นที่)					
29. กลั่นแกล้งคู่แข่งโดยการแจ้ง หน่วยงานราชการให้เข้าไป ตรวจสอบ					
30. จ้างวานหรือให้สินบนแก่ลูกจ้าง ของคู่แข่ง เพื่อขโมยความลับทาง การค้า					
ด้านการรับรู้ต่อพนักงานและลูกจ้าง					
31. กระจายงานอย่างไม่ยุติธรรม (เลือกปฏิบัติ)					
32. ให้ค่าจ้างที่ไม่เป็นธรรม					
33. ใช้งานลูกจ้างเกินเวลางานปกติ โดยไม่มีค่าตอบแทน					

ท่านคิดว่าการกระทำใดต่อไปนี้ เป็นเรื่องที่ผิด	ระดับความคิดเห็น				
	ผิด รุนแรง (5)	ผิด (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ผิด (2)	เป็นเรื่อง ปกติ (1)
34. ถูกเหยียดหยามลูกจ้าง					
35. ไม่เปิดโอกาสให้ลูกจ้างได้แสดง ความคิดเห็น					
36. ไม่ให้ความเคารพสิทธิส่วนบุคคล ของลูกจ้าง (นินทาให้ร้าย จ่าย แจกหรือเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว)					
ด้านการรับรู้ต่อหน่วยราชการและ สังคม					
37. ให้ของขวัญหรือของกำนัลราคา แพงต่อเจ้าหน้าที่เพื่อสร้างความ สนิทสนม (ติดสินบน)					
38. สนับสนุนการให้ของขวัญ ของ รางวัลในช่งเทศกาลอันส่งผลให้ คนในสังคมขาดคุณภาพ (ให้เหล้า บุหรี สิ่งมอมเมา)					
39. ส่งเสริมหรือให้การสนับสนุนผู้มี อิทธิพล หรือเจ้าพนักงานกระทำ การทุจริตเพื่อเอื้อประโยชน์ทาง การค้า					
40. เมินเฉยเมื่อพบว่ามีการใช้อำนาจ จากเจ้าหน้าที่ของรัฐ อย่างไม่ถูกต้อง					
41. หลีกเลียงหรือไม่ร่วมโครงการที่ สร้างสรรค์สังคม (งดเหล้า เข้าพรรษาเมาไม่ขับ เจ็ดวัน อันตราย)					

ท่านคิดว่า การกระทำใดต่อไปนี้เป็นเรื่องที่ผิด	ระดับความคิดเห็น				
	ผิดรุนแรง (5)	ผิด (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ผิด (2)	เป็นเรื่องปกติ (1)
42. เมินเฉยต่อกฎระเบียบ กฎเกณฑ์ของชุมชน					
ด้านการรับรู้ต่อกฎหมาย					
43. หลีกเลี่ยงการเสียภาษี					
44. ไม่สนใจหรือตรวจสอบที่มาของสินค้า (รับซื้อของโจร สินค้าเถื่อน สินค้าลอกเลียนแบบ กรรมวิธีการผลิต)					
45. จ้างแรงงานต่างด้าวที่ลักลอบเข้าประเทศเพื่อลดต้นทุนการจ้างงาน					
46. ผลิตหรือลอกเลียนแบบสินค้า (ละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญาของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต)					
47. วางสิ่งของรुकล้ำผิวการจราจร หรือวางของเกะกะกีดขวางทางเดิน (พ.ร.บ.รักษาความสะอาดฯ มาตรา 20 พ.ศ.2535)					
48. สนับสนุนหรือส่งเสริมให้เกิดการเลี้ยงโซคนอกกฎหมาย (หวยใต้ดิน โต้ะบอล ฯลฯ)					
ด้านการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม					
49. ทิ้งขยะไม่เป็นที่					
50. ทิ้งสิ่งปฏิกูลของเสียลงสู่ทางสาธารณะ					

ท่านคิดว่า การกระทำใดต่อไปนี้ เป็นสิ่งที่ผิด	ระดับความคิดเห็น				
	ผิด รุนแรง (5)	ผิด (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ผิด (2)	เป็นเรื่อง ปกติ (1)
51. ไม่แยกชนิดของขยะก่อนทิ้ง (ขยะ เปียก ขยะแห้ง)					
52. การใช้ถุงพลาสติก					
53. การใช้เสียงดังรบกวนผู้อื่น					
54. การใช้น้ำประปา และไฟฟ้าอย่าง ไม่ประหยัด					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

คำชี้แจง ในการตอบแบบสอบถามโปรดใส่เครื่องหมาย π ลงในช่องหมายเลขที่ตรงกับความคิดเห็นหรือใกล้เคียงกับความคิดเห็นมากที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านลูกค้า					
55. จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นในแต่ละ เดือน					
56. จากการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ใน แต่ละเดือน					
57. จากการรักษาลูกค้าเก่าในแต่ละ เดือน					
58. จากความพึงพอใจของลูกค้าใน การให้บริการหลังการขายของ ท่าน					

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
59. จากความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกซื้อ และต่อราคาสินค้าของท่าน					
60. จากความพึงพอใจของลูกค้าทางด้านราคาและคุณภาพที่เหมาะสมของสินค้า					
ด้านกระบวนการภายใน					
61. ความสะอาดและสุขอนามัยบริเวณหน้าร้าน แสงลอยของทาง					
62. ความสม่ำเสมอ (เวลาเปิด-ปิด) ในการทำการค้า					
63. ความรวดเร็วในการขายสินค้าและให้บริการ					
64. การรักษาลูกจ้างให้อยู่กับธุรกิจ					
65. ลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นระหว่างดำเนินการค้า (ทำสินค้าตกหล่น เสียหาย ทอนเงินผิด ฯลฯ)					
66. การจัดสรรคนให้เหมาะสมงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดเวลาในการดำเนินการค้า					
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา					
67. การพัฒนาตัวสินค้าหรือบริการอย่างสม่ำเสมอ					
68. การพัฒนาสภาพแวดล้อมบริเวณที่ตั้งหน้าร้าน แสงลอย					

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
69. การปรับเปลี่ยนและเพิ่มมูลค่าของสินค้า					
70. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาขั้นตอนการดำเนินธุรกิจ					
71. ส่งเสริมให้พนักงานหรือลูกจ้างเกิดการเรียนรู้เพิ่มเติม					
72. เรียนรู้และแสวงหาช่องทางในการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ					
ด้านการเงิน					
73. ผลกำไรที่ได้ในแต่ละเดือน					
74. ค่าใช้จ่ายที่ลดลงในแต่ละเดือน					
76. สินทรัพย์เพิ่มขึ้น					
77. ความสามารถในการขอสินเชื่อ (สินเชื่อธนาคาร (เงินกู้ยืม) เพิ่มขึ้น					
78. ผลกำไรโดยรวมต่อปี					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณคะ...

ภาคผนวก ข

หนังสือขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร. 0-32594-043 ต่อ 41052

ที่ /2553

วันที่ 29 กันยายน 2553

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

ด้วยนางสาวอรพรรณ พิณจสอน นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ กำลังดำเนินการทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ความสัมพันธ์ของจริยธรรมและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร” มีความประสงค์จะขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย ให้กับนักศึกษารายดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร. 0-32594-043 ต่อ 41052

ที่ /2553

วันที่ ๒๘ กันยายน 2553

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

ด้วยนางสาวอรพรรณ พิณจสอน นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ กำลังดำเนินการทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ความสัมพันธ์ของจริยธรรมและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร” มีความประสงค์จะขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ให้กับนักศึกษารายดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา



บันทึกข้อความ

113

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร. 0-32594-043 ต่อ 41052

ที่ /2553

วันที่ 28 กันยายน 2553

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงเงิน ชื่อภักดี

ด้วยนางสาวอรพรรณ พินิจสอน นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ กำลังดำเนินการทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ความสัมพันธ์ของจริยธรรมและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจหาบเร่ แผงลอย ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร” มีความประสงค์จะขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย ให้กับนักศึกษารายดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา



ภาคผนวก ค
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 10 แสดงค่าความเชื่อมั่นของข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จรายข้อ (Item-total Statistics)

ข้อคำถามที่	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Correlated Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1	58.1333	69.4989	0.8479	0.9036
2	58.2333	74.6678	0.4589	0.9132
3	57.8667	75.6368	0.4545	0.9133
4	58.3667	83.6885	-0.3249	0.9292
5	58.0333	72.4471	0.4342	0.9153
6	57.9667	68.3782	0.5837	0.9118
7	57.9000	66.6448	0.9285	0.9000
8	58.2667	76.4092	0.1791	0.9231
9	58.3667	77.9644	0.1462	0.9204
10	58.3000	73.2517	0.9263	0.9068
11	58.4000	74.6621	0.4011	0.9147
12	58.2333	72.8057	0.9095	0.9063
13	58.1333	73.8437	0.7200	0.9090
14	57.9000	69.3345	0.8116	0.9042
15	57.8333	66.4195	0.9143	0.9002
16	57.8667	68.8092	0.7665	0.9049
17	58.0667	66.6161	0.9186	0.9002
18	58.2000	63.9586	0.9266	0.8987

ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficients) ของคำถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่นเกี่ยวกับปรัชญาจริยธรรมทางธุรกิจส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จมีดังนี้ จำนวนตัวอย่าง = 30 ตัวอย่าง จำนวนข้อคำถาม = 18 ข้อ Alpha = .9148

ตารางที่ 11 แสดงค่าความเชื่อมั่นของข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับจริยธรรมในการประกอบธุรกิจรายข้อ
(Item-total Statistics)

ข้อคำถามที่	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Correlated Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1	135.9333	537.3057	0.1372	0.9729
2	134.8667	519.0161	0.7500	0.9694
3	135.3667	531.4816	0.3755	0.9709
4	135.1333	526.6023	0.5316	0.9703
5	135.1000	527.6793	0.5129	0.9704
6	135.4000	524.7310	0.7383	0.9697
7	135.1333	516.1195	0.5914	0.9702
8	135.7333	520.5471	0.3989	0.9718
9	135.4000	517.0759	0.4844	0.9711
10	135.5000	523.0862	0.4962	0.9706
11	135.1333	516.5333	0.5826	0.9702
12	134.7000	506.0793	0.9138	0.9685
13	135.2333	522.3920	0.5591	0.9702
14	135.1000	504.7828	0.9030	0.9685
15	135.0333	508.7920	0.9547	0.9685
16	134.8333	499.1782	0.8904	0.9685
17	135.1667	501.8678	0.9147	0.9684
18	134.9000	503.4034	0.9351	0.9684
19	135.1000	518.7828	0.6593	0.9698
20	135.1667	509.1782	0.8769	0.9687
21	134.8333	505.8678	0.9604	0.9683
22	134.8000	507.3379	0.9517	0.9684
23	135.0333	508.7920	0.9547	0.9685
24	135.0333	521.3437	0.6199	0.9699

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ข้อคำถามที่	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Correlated Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
25	135.2667	534.5471	0.3780	0.9708
26	134.6667	514.0920	0.8631	0.9689
27	134.6667	514.0920	0.8631	0.9689
28	134.5667	512.7368	0.8845	0.9688
29	134.7333	511.9264	0.8951	0.9688
30	134.7333	511.5126	0.9066	0.9687
31	135.4333	520.3230	0.6745	0.9697
32	135.2000	532.7172	0.4632	0.9705
33	135.5333	514.9471	0.6368	0.9699
34	135.7000	513.7345	0.6540	0.9698
35	135.2667	528.4782	0.5865	0.9701
36	135.6000	512.4552	0.6509	0.9699

ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficients) ของคำถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของการรับรู้เกี่ยวกับ
จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ คำนวณด้วยจำนวนตัวอย่าง = 30 ตัวอย่าง จำนวนข้อคำถาม = 36 ข้อ
Alpha = .9705

ผลงานวิทยนัการศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 12 แสดงค่าความเชื่อมั่นของข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจรายข้อ (Item-total Statistics)

ข้อคำถามที่	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Correlated Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1	74.2000	161.6138	0.7754	0.9666
2	74.1000	163.4724	0.7655	0.9667
3	74.0333	163.8264	0.8073	0.9664
4	74.0667	165.1678	0.7242	0.9670
5	74.1000	164.7138	0.7502	0.9668
6	73.9667	164.3092	0.7911	0.9665
7	74.2000	163.2000	0.8506	0.9660
8	74.0667	163.8575	0.8022	0.9664
9	74.3667	163.6885	0.8887	0.9659
10	74.6000	158.9379	0.7153	0.9676
11	74.2667	162.8920	0.8885	0.9657
12	74.3333	163.7471	0.8650	0.9660
13	74.0000	166.0000	0.6823	0.9674
14	73.8333	165.3851	0.7788	0.9667
15	74.0333	165.5506	0.7044	0.9672
16	73.7667	166.8747	0.7251	0.9672
17	73.8667	165.3609	0.7627	0.9668
18	73.9000	167.5414	0.6140	0.9679
19	74.4000	163.2138	0.9447	0.9655
20	75.0000	159.4483	0.6559	0.9686
21	74.5000	161.9138	0.8196	0.9661
22	75.0333	157.1368	0.6990	0.9684
23	74.5667	159.9782	0.6607	0.9684
ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficients) ของคำถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ มีดังนี้ จำนวนตัวอย่าง = 30 ตัวอย่าง จำนวนข้อคำถาม = 23 ข้อ Alpha = .9683				

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาว ทิฐินันท์ พินิจสอน
 ที่อยู่ 104/243 ถนนเอกชัย 109 แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร
 ที่ทำงาน วงษ์พาณิชย์ สาขาศลาตพลู
 267 ถนนเทิดไทย แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2546 สำเร็จการศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม
 พ.ศ.2552 ศึกษาต่อระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประกอบการ
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ.2547-2550 เจ้าหน้าที่อนุมัติสินเชื่อ แผนกสินเชื่อ ธนาคารซีทีแบงก์ เอ็น.เอ.
 สาขารุงเทพฯ
 พ.ศ.2550-ปัจจุบัน วงษ์พาณิชย์ สาขาศลาตพลู



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี