

การศึกษาเปรียบเทียบตัวแบบผู้นำเชิงจริยธรรมของ
ผู้ประกอบการฐานชุมชน: การใช้ตัวแบบสมการโครงสร้าง
ในจังหวัดร้อยเอ็ดและเพชรบูรณ์

**COMPARATIVE STUDY OF THE ETHICAL
LEADERSHIP MODEL IN COMMUNITY-BASED
ENTREPRENEURS: USING THE STRUCTURAL
EQUATION MODEL IN ROI-ET AND PHETCHABUN
PROVINCES**

Received: November 24, 2018

Revised: March 11, 2019

Accepted: March 25, 2019

อำพล ชะโยมชัย*

Ampol Chayomchai*

* อาจารย์และปริญญาเอก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

* Lecturer and DBA, Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

* Email: ampolmarketing@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาตัวแบบสมการโครงสร้างของผู้นำเชิงจริยธรรมในผู้ประกอบการฐานชุมชนที่เข้าร่วมกับโครงการของรัฐบาล “ธงฟ้าประชารัฐ” ในจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเพชรบูรณ์ และ (2) ศึกษาเปรียบเทียบตัวแบบสมการโครงสร้างของผู้ประกอบการฐานชุมชนระหว่างจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเพชรบูรณ์ งานวิจัยเป็นวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกับโครงการธงฟ้าประชารัฐของพาณิชย์จังหวัดในจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 300 และ 190 ราย ตามลำดับ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและใช้การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างด้วยวิธี Partial Least Squares-SEM ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มใหญ่มีอายุมากกว่า 36 ปี และ การศึกษาคต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ทั้งสองจังหวัดเหมือนกัน (2) อายุของกิจการจากสองจังหวัดมีความแตกต่างกัน โดยจังหวัดร้อยเอ็ด กิจการของผู้ประกอบการกลุ่มใหญ่มีอายุไม่เกิน 5 ปี ส่วนกิจการกลุ่มใหญ่ในจังหวัดเพชรบูรณ์มีอายุระหว่าง 6-15 ปี (3) ตัวแบบทั้งสองจังหวัดมีความเหมือนกันในระดับที่สูง (4) ทุกเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรของทั้งสองตัวแบบมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ และ (5) ปัจจัยสำคัญที่สามารถอธิบายผู้นำเชิงจริยธรรมได้มี 3 ปัจจัย ได้แก่ เครือข่ายความสัมพันธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคม และความคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม งานวิจัยพบว่า ตัวแบบจังหวัดร้อยเอ็ด มีค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจอยู่ที่ร้อยละ 76.3 ส่วนตัวแบบจังหวัดเพชรบูรณ์ มีค่าอยู่ที่ร้อยละ 63.3 ผลวิจัยสรุปว่า ตัวแบบสมการโครงสร้างของทั้งสองจังหวัดสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเรื่องผู้นำเชิงจริยธรรมได้ โดยเน้นการพัฒนาเครือข่ายความสัมพันธ์ ความรับผิดชอบทางสังคม และความคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: ผู้นำเชิงจริยธรรม ผู้ประกอบการฐานชุมชน ตัวแบบสมการโครงสร้าง

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the structural equation model of the ethical leadership in community-based entrepreneurs who joined the government's Pracharat-blue-flag project from Roi-et and Phetchabun Provinces and (2) to compare two structural equation models of the community-based entrepreneurs between Roi-et Province and Phetchabun Province. The research was the quantitative research that used questionnaires to collect data from community entrepreneurs who registered the Pracharat-Blue-Flag project with Provincial Commercial Offices in Roi-et and Phetchabun Provinces. There were 300 and 190 respondents respectively. Descriptive statistics and the Structural equation model analysis by Partial Least Squares-SEM method were performed. The results showed that (1) the majority of respondents was above 36 years old and the education was below Bachelor degree in both Provinces, (2) the age of the enterprise from the two Provinces was different. The large group of enterprises in Roi-et was below 5 years old while the large group of Phetchabun enterprises was between 6-15 years old, (3) both models of Roi-et and Phetchabun Provinces were very similar, (4) all relationship paths of the models had the significant relationship, and (5) the key factors that explained the ethical leaders consisted of three factors including networking, social responsibility, and environment concern. The research found that the coefficient of determination (R^2) of Roi Et model was at 76.3 percent while the R^2 value of Petchabun model was at 63.3 percent. It concluded that both structural equation models of two Provinces can be utilized for ethical leadership by focusing on networking development, social responsibility, and environmental concern.

Keywords: Ethical Leadership, Community-Based Entrepreneurs, Structural Equation Model

บทนำ

นโยบายของรัฐบาลไทยพยายามมุ่งเน้นการพัฒนาประเทศบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและความยั่งยืน เป้าหมายหลักประการหนึ่ง คือ การสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในระดับชุมชนทั่วประเทศ ตัวอย่าง การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนผ่านโครงการรณรงค์เพื่อผู้บริโภคหรือร้านค้าในชุมชนเป็นศูนย์กลางของความเป็นอยู่ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์และบริการของคนในชุมชน ดังนั้น ผู้ประกอบการฐานชุมชน จึงหมายถึง ผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่เป็นเสมือนร้านค้าหรือธุรกิจการค้าที่ขายสินค้าและบริการให้กับชุมชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ที่ร้านค้าตั้งอยู่ รวมถึงชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงที่สามารถเดินทางมาร้านค้าได้สะดวก ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องแสดงออกถึงความเป็นที่พึงของชุมชนด้วยพฤติกรรมที่สอดคล้องกับจริยธรรมและคุณธรรมในการดำเนินงานของกิจการและการเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศชุมชน ดังนั้นจึงจะส่งผลต่อการคงอยู่และยั่งยืนของชุมชนตามนโยบายของภาครัฐและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงดังที่กล่าวมาข้างต้น

กิจการขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อทางธุรกิจหรือความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งพื้นฐานของการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อทางธุรกิจ กิจการขนาดกลางและขนาดย่อมต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ภาครัฐ ชุมชน ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้ส่งสินค้า ผู้ซื้อหรือลูกค้า สมาคมทางการค้า และองค์กรขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้อง เช่น การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและหน่วยงานรัฐระดับท้องถิ่น การสร้างความร่วมมือกับลูกค้าและหน่วยงานด้านการศึกษาเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Ginting, 2016) มิงงานวิจัยที่ระบุถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งในกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมอาจมีความแตกต่างออกไปตามโครงสร้างความเป็นเจ้าของ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ และสิ่งแวดล้อมของกิจการ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (Martinez-Martinez, Jesus, Jorge, & Sancho, 2017) การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการจะสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกิจการ โดยความเชื่อถือนี้ดังกล่าวมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างมาก มิงงานวิจัยที่ระบุว่า ความเชื่อถือที่เกิดกับผู้บริโภคมีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากกิจการและการสื่อสารเชิงชวนผู้บริโภคคนอื่นมาซื้อผลิตภัณฑ์ของกิจการด้วย ธุรกิจที่ขาดคุณธรรมและจริยธรรมมักส่งผลต่อความเชื่อถือในตัวกิจการและความเชื่อมั่นจากผู้บริโภค (Amisano, 2017) ดังนั้น ผู้นำหรือผู้บริหารองค์กรจึงต้องแสดงบทบาทในด้านจริยธรรมในองค์กรเพื่อเป็นแบบอย่างให้กับบุคลากรในองค์กรได้ยึดถือและปฏิบัติตาม รวมถึงการเป็นผู้นำเชิงจริยธรรมที่ใส่ใจในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสร้างชื่อเสียงที่ดีให้กับองค์กรและสร้างโอกาสเพื่อความสำเร็จของกิจการอย่างยั่งยืน (Zheng, Wang & Li, 2011)

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้นำเชิงจริยธรรมในกิจการร้านค้าฐานชุมชน โดยใช้การศึกษาจากตัวแบบสมการโครงสร้างของผู้นำเชิงจริยธรรมในผู้ประกอบการฐานชุมชนจากสองพื้นที่ คือ จังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับผู้นำเชิงจริยธรรมและทราบถึงความเหมือนหรือความแตกต่างของตัวแบบผู้นำเชิงจริยธรรมระหว่างสองจังหวัดที่อยู่คนละภูมิภาคของประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาตัวแบบสมการโครงสร้างของผู้นำเชิงจริยธรรมในผู้ประกอบการฐานชุมชนที่เข้าร่วมกับโครงการของรัฐบาล "ธงฟ้าประชารัฐ" ในจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบตัวแบบสมการโครงสร้างของผู้ประกอบการฐานชุมชนระหว่างจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเพชรบูรณ์

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้นำเชิงจริยธรรม

ความเป็นผู้นำเชิงจริยธรรม คือ พฤติกรรมตามแนวทางคุณธรรมและจริยธรรมที่เหมาะสม ซึ่งผู้นำแสดงออกทั้งในด้านส่วนตัวและการทำงานระหว่างบุคคลในองค์กร เพื่อสนับสนุนการทำงานอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรมของผู้ใต้บังคับบัญชาผ่านทาง การสื่อสาร การสนับสนุน และการตัดสินใจ (Amisano, 2017; Engelbrecht, Heine, & Mahembe, 2017; Othman & Rahman, 2014) ลักษณะส่วนบุคคลที่สำคัญของผู้นำเชิงจริยธรรมเกี่ยวข้องกับลักษณะด้านคุณธรรม ความซื่อตรง ความเชื่อถือ ความมีเกียรติ ความรอบคอบ มีวินัยในตนเอง ไม่เห็นแก่ตัว และมีความยุติธรรม (Shareef & Atan, 2018) ความเป็นผู้นำเชิงจริยธรรมส่งผลให้ตัวผู้นำแสดงออกและตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์กร การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และผลการปฏิบัติงานในระดับพนักงาน (Amisano, 2017) งานวิจัยความเป็นผู้นำที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางจริยธรรมของ Dion (2012) ระบุว่า ลักษณะผู้นำเชิงจริยธรรมมีความเชื่อมโยงอยู่กับหลักทางจริยธรรม เช่น ความรับผิดชอบต่อผู้อื่น เป็นต้น งานวิจัยของ Zheng, Wang and Li (2011) ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นผู้นำเชิงจริยธรรม โดยมุ่งเน้นศึกษาด้านความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ มุมมองสาธารณะ และผลประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า ความเป็นผู้นำเชิงจริยธรรมส่งผลบวกต่อความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและพนักงาน ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของกิจการในที่สุด ส่วนงานวิจัยของ Amisano (2017) พบว่า ลักษณะพฤติกรรมของผู้นำเชิงจริยธรรมบางด้านมีผลต่อความยั่งยืนทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ลักษณะของผู้นำเชิงจริยธรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ งานวิจัยเสนอแนะว่า ผู้นำธุรกิจขนาดเล็กในชุมชนต้องร่วมมือกับผู้นำท้องถิ่นในการใช้จริยธรรมและความยั่งยืนเป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อถือของธุรกิจและความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคในชุมชน โดยสรุป ผู้นำเชิงจริยธรรม หมายถึง ผู้นำที่มีคุณธรรม จริยธรรม และแนวปฏิบัติที่มุ่งเน้นสาธารณะและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แสดงออกทางพฤติกรรมทั้งด้านส่วนตัวและการทำงานปฏิบัติต่อผู้อื่นตามแนวคิดดังกล่าว ส่งผลให้ผู้อื่นแสดงออกในทางคุณธรรมและจริยธรรมในลักษณะเดียวกัน

ความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลักการกว้างในหลายมิติและมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องคุณธรรม ฝ่ายบริหารองค์กรตัดสินใจดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเน้นถึงมาตรฐานทางคุณธรรมและคุณค่าทางสังคม (Amisano, 2017; Gao & He, 2017) ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นความสามารถขององค์กรที่จะเปลี่ยนปัญหาของสังคมหรือชุมชนให้เกิดเป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสร้างประโยชน์ต่อกระบวนการทำงานขององค์กร (Amisano, 2017) งานวิจัยของ Martinez-Martinez, Jesus, Jorge, and Sancho (2017) พบว่า ผลประกอบการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสังคมมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการแข่งขัน งานวิจัยเสนอแนะว่า การวางแผนเชิงกลยุทธ์ของกิจการ ควรเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะการลงทุนในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพนักงานและลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ด้านงานวิจัยของ Madueno, Jorge, Conesa, and Martinez-Martinez (2016) ระบุว่า ธุรกิจถูกเรียกร้องให้ต้องรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยงานวิจัยพบว่า ความใส่ใจและการตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกิจการส่งผลดีต่อความสามารถในการแข่งขัน และยังพบว่า การดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการขนาดกลางและขนาดเล็กมีความแตกต่างจากกิจการขนาดใหญ่ ส่วนงานวิจัยของ Gao and He (2017) พบความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับผู้นำเชิงจริยธรรม โดยความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลเชิงบวกต่อผู้นำเชิงจริยธรรม และเชื่อมโยงไปสู่พฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงาน

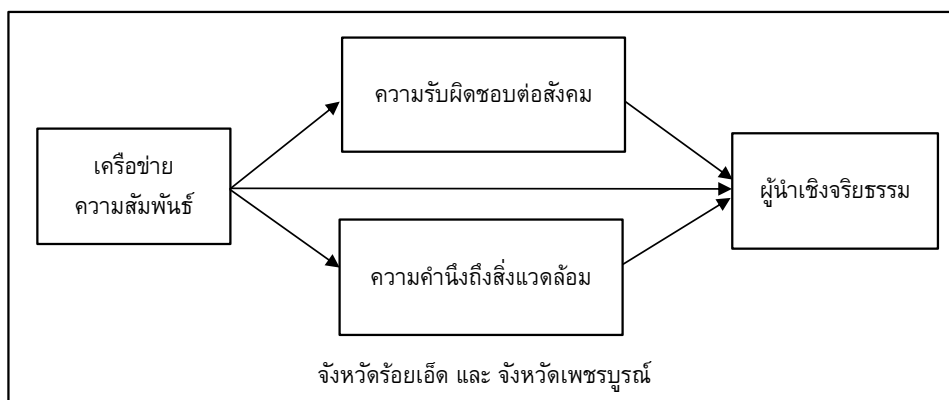
ความยั่งยืนสิ่งแวดล้อม

ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อมถือเป็นประเด็นที่ท้าทายหนึ่งขององค์กรในปัจจุบัน (Priyankara, Luo, Saeed, Nubuor, & Jayasuriya, 2018) องค์กรที่มุ่งความยั่งยืนจำเป็นต้องมีความเป็นผู้นำหลายลักษณะผสมผสานกัน เช่น ผู้นำเชิงจริยธรรม ผู้นำตามสถานการณ์ ผู้นำเชิงพฤติกรรม และผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง เป็นต้น (Amisano, 2017) ผู้นำเชิงจริยธรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการนำพา

องค์กรให้เกิดความสำเร็จตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร รวมถึงการสร้างชื่อเสียงขององค์กรต่อสังคมภายนอกและการพัฒนาสู่ความยั่งยืน ผู้นำองค์กรต้องคำนึงถึงคุณค่าทางสังคมและจริยธรรมที่ต้องปฏิบัติเพื่อการดำรงอยู่ขององค์กรในสังคม เช่น คำนึงถึงประเด็นความยุติธรรมทางสังคม การดูแลด้านนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (Mihelic, Lipicnik, & Tekavcic, 2010) ผู้นำเชิงจิตวิญญาณในองค์กรมีแนวโน้มที่จะใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น สร้างบรรยากาศในองค์กรให้พนักงานแสดงออกในการดูแลด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้พนักงานตระหนักถึงการทำธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และต้องร่วมกันรับผิดชอบในผลกระทบที่ธุรกิจมีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Amisano, 2017) ผู้นำองค์กรสมัยใหม่จะมุ่งเน้นประเด็นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม โดยการตั้งเป้าหมายองค์กรระยะยาว มุ่งส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกัน เน้นความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบริหารจัดการความร่วมมือระหว่างกลุ่มต่างๆ (Boiral, Baron & Gunnlaugson, 2014) งานวิจัยของ Priyankara, Luo, Saeed, Nubuor, and Jayasuriya (2018) พบว่า การสนับสนุนของผู้นำองค์กรในด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลสนับสนุนทิศทางขององค์กรที่มุ่งไปสู่ความยั่งยืนในอนาคต

เครือข่ายความสัมพันธ์

ความสำเร็จในขององค์กรต้องอาศัยการเชื่อมสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม โดยสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร คือ ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้ส่งสินค้า ลูกค้าขององค์กร ชุมชนรอบข้าง ภาครัฐ ภาคอุตสาหกรรม เศรษฐกิจ และการเมือง โดยตัวผู้นำและพนักงานทุกระดับในองค์กรต้องเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมหรือการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับภายนอก ผู้นำต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงหรือการสร้างเครือข่ายกับสิ่งแวดล้อมดังกล่าว (Harris, 2005) วัฒนธรรมที่ผู้นำสร้างขึ้นในองค์กรจะนำไปสู่การสื่อสารที่ชัดเจนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งผลดีต่อเป้าหมายและความมุ่งมั่นของพนักงานในองค์กร (Amisano, 2017) งานวิจัยของ Zheng, Wang and Li (2011) ระบุว่า การสร้างเครือข่ายกับสังคมหรือทุนทางสังคม เป็นการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลและสร้างโอกาสต่างๆ เพื่อประโยชน์ของกิจการได้มากขึ้น งานวิจัยของ Harris (2005) พบว่า การเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรส่งผลบวกต่อประสิทธิภาพขององค์กรในหลายด้าน เช่น ผลประกอบการ ความยืดหยุ่น พนักงานความพึงพอใจของลูกค้า โดยการเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมเป็นความร่วมมือที่มีหลายรูปแบบ เช่น รูปแบบของทีมงาน รูปแบบของเครือข่ายการเรียนรู้ รูปแบบของการปฏิบัติการในชุมชน เป็นต้น ด้านงานวิจัยของ Madueno et al. (2016) ระบุว่า ความใส่ใจ ความสัมพันธ์ที่ดี ความร่วมมือ และการตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน งานวิจัยของ Amisano (2017) พบว่า แรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะส่งผลให้การจัดการองค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมได้รับการใส่ใจและปฏิบัติในเชิงรุกมากขึ้น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดมีดังนี้

ประชากรและตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมโครงการจูงฟ้าประชารัฐจาก 2 จังหวัด คือ จังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งการเลือกประชากรและตัวอย่างจากสองจังหวัดนี้ เนื่องจากเป็นสองจังหวัดต้นๆที่ทางพาณิชย์จังหวัดได้ร่วมมือกับทางมหาวิทยาลัยในพื้นที่ คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดและมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จัดอบรมให้ความรู้กับผู้ประกอบการชุมชนตามนโยบายของทางรัฐบาลในการสนับสนุนการสร้างผู้ประกอบการฐานชุมชนตามโครงการจูงฟ้าประชารัฐ และอีกเหตุผลในการเลือก คือ ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงและเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ทำให้ผู้วิจัยเชื่อมั่นได้ว่า ข้อมูลที่เก็บมีความถูกต้องและเป็นความจริง โดยในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ด มีผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียน จำนวน 743 ราย กระจายในทุกอำเภอ ส่วนในพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ มีผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียน จำนวน 538 ราย (ที่มา ข้อมูล ณ วันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2561 จากเว็บ www.shop.moc.go.th) ในการคำนวณตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น (Confidence level) 95% และความผิดพลาด (Error) ที่ระดับ 5% จะได้ตัวอย่างของจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 253 ราย และตัวอย่างของจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 224 ราย

ตัวแปรที่ศึกษา ผู้วิจัยได้พัฒนาตัวแปรของการวิจัย โดยดัดแปลงจากงานวิจัยที่ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

องค์ประกอบ	สัญลักษณ์	ข้อคำถาม (ตัวแปร)	อ้างอิง
เครือข่ายความสัมพันธ์	NETWORK	ท่านหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งความรู้ต่างๆ อยู่ตลอดเวลา (NET1) ท่านติดต่อสื่อสารและพูดคุยกับผู้ส่งสินค้าให้กับร้านอยู่เสมอ (NET2) ท่านพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับลูกค้าเสมอ (NET3) ท่านรับรู้ข่าวสารการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆตลอดเวลา (NET4) ท่านพร้อมจะปรับตัวทันที เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ (NET5)	ดัดแปลงจาก Harris (2005); Zheng, Wang and Li (2011)
ความรับผิดชอบต่อสังคม	CSR	ท่านใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ผู้ส่งสินค้า และของทุกคนในร้าน (CSR1) ท่านให้ความสนใจในเรื่องความเป็นอยู่ของสังคมหรือชุมชนที่ดิงาม (CSR2) ท่านมักจะทบทวนการตัดสินใจของท่าน เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีขึ้นเสมอ (CSR3)	ดัดแปลงจาก Amisano (2017); Martinez-Martinez et al. (2017)
ความคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	ENVIRON	ในการทำงานของท่าน ท่านมักจะใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมเสมอ (ENV1) ท่านมักพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่องสิ่งแวดล้อมกับคนอื่นๆ (ENV2) ท่านดูแลการทำงานของร้านเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ENV3)	ดัดแปลงจาก Amisano (2017)

ตารางที่ 1 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย (ต่อ)

องค์ประกอบ	สัญลักษณ์	ข้อความถาม (ตัวแปร)	อ้างอิง
ผู้นำเชิงจริยธรรม	ETHIC-L	ลูกค้าให้ความไว้วางใจในการซื้อสินค้าจากร้านของท่าน (LEAD1) ลูกค้าเชื่อถือและกล่าวถึงความยุติธรรมของร้านท่าน (LEAD2) ท่านกำหนดวิธีทำงานในร้านเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่ามีความยุติธรรม (LEAD3) ท่านตัดสินใจบนพื้นฐานของความถูกต้องเสมอ (LEAD4) ท่านทำงานโดยคิดถึงสิ่งที่สังคมสนใจหรือสังคมให้ความสำคัญ (LEAD5)	ดัดแปลงจาก Amisano (2017); Zheng, Wang and Li (2011)

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลของการศึกษาในครั้งนี้ เก็บจากผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมฝึกอบรมกับโครงการฝึกอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการจรรยาบรรณวิชาชีพในจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานและการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างด้วยวิธี Partial Least Squares (PLS-SEM) โดยใช้โปรแกรม SmartPLS 3 โดยการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างเป็นการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายในของตัวแบบซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของ ตัวแปรดังกล่าว โดยตัวแปรแฝงจะถูกวัดค่าจากตัวแปรสังเกตได้ของแต่ละตัวแปรแฝง เมื่อใช้เทคนิควิธี Partial Least Squares (PLS-SEM) จะเริ่มจากการพิจารณาตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวว่า สามารถอธิบายตัวแปรแฝงหรือเป็นส่วนหนึ่งของตัวแปรแฝงหรือไม่ หากไม่เป็นส่วนหนึ่งของตัวแปรแฝงก็จะถูกตัดออกไป หลังจากนั้น จึงทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์หรืออิทธิพลของตัวแปรแฝงต่างๆในตัวแบบ

เกณฑ์ในการวิเคราะห์ความตรงและความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์เบื้องต้นใช้เกณฑ์ในการประเมินตัวแปรและองค์ประกอบ (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017) ได้แก่ (1) ความตรงเชิงสอดคล้อง (Convergent validity) โดยประเมินจากค่า Average Variance Extracted (AVE) ของตัวแปรแฝง ต้องมีค่าสูงกว่า 0.5 (2) การประเมินความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Construct reliability) โดยดูจากค่า CR (Composite reliability) เป็นการประเมินความสอดคล้องภายในของตัวแปร (Internal consistency) ต้องมีค่ามากกว่า 0.7 (3) ความน่าเชื่อถือด้วยค่า Cronbach's alpha ใช้ตรวจสอบโมเดลการวัด (measurement model) ต้องมีค่ามากกว่า 0.7 จึงจะถือว่ามีความสอดคล้องภายในของตัวแปรอยู่ในระดับยอมรับได้ (4) ความตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) โดยวัดจากค่า VIF (Variance inflation factor) เพื่อประเมินองค์ประกอบที่อยู่ในตัวแบบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์ (No collinearity) โดยมีเกณฑ์ผ่าน คือต้องมีค่า VIF น้อยกว่า 5

เกณฑ์ในการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง การวิเคราะห์ตัวแบบจะวิเคราะห์ด้วยวิธีการทำ Bootstrap ที่ขนาดตัวอย่าง 5000 ตัวอย่าง เพื่อประเมินค่าสถิติ (t-statistic) และค่านัยสำคัญทางสถิติที่ $p < 0.05$ ซึ่งจะทำให้ทราบว่า เส้นทางในตัวแบบเส้นทางไหนที่มีความสัมพันธ์หรืออิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ การประเมินตัวแบบจากค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจหรือค่าความเชื่อมั่น (Coefficient of determination: R^2) ที่แสดงถึงความสามารถของตัวแปรต้นในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม จะพิจารณาจากค่า R^2 โดยใช้เกณฑ์ คือ หากค่า R^2 เท่ากับ 0.25 ถือว่า อยู่ในระดับต่ำ หากค่า R^2 เท่ากับ 0.50 ถือว่า อยู่ในระดับปานกลาง และหากค่า R^2 มากกว่า 0.75 ถือว่า อยู่ในสูง ส่วนในการประเมินความเข้ากันได้ของตัวแบบ (Goodness of Model fit) จะประเมินจากค่าต่างๆ ดังนี้ (Henseler, 2017) (1) ค่า SRMR

(Standardized root mean squared residual) (2) ค่า dULS (Unweighted least squares discrepancy) และ (3) ค่า dG (Geodesic discrepancy) โดยเปรียบเทียบค่าทั้งสามค่าระหว่างตัวแบบที่ได้จากข้อมูลวิจัยกับตัวแบบเชิงทฤษฎี หากค่าทั้งสามค่าของตัวแบบที่ได้จากข้อมูลวิจัยมีค่าต่ำกว่าตัวแบบเชิงทฤษฎี แสดงว่าตัวแบบของงานวิจัยมีความเหมาะสม

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

หลังจากตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถาม พบว่า แบบสอบถามที่ใช้ได้และนำมาใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติ เป็นแบบสอบถามจากจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 300 ฉบับ และจากจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 190 ฉบับ รวมจากทั้งสองจังหวัด เป็น 490 ฉบับ

การวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน แสดงไว้ในตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงในสัดส่วนมากกว่าเพศชายทั้งสองจังหวัด ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มใหญ่ มีอายุมากกว่า 36 ปี และ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นส่วนมากทั้งสองจังหวัดเหมือนกัน ส่วนอายุของกิจการมีความแตกต่างกันระหว่างสองจังหวัด โดยจังหวัดร้อยเอ็ด กิจการของผู้ประกอบการกลุ่มใหญ่มีอายุไม่เกิน 5 ปี ส่วนกิจการกลุ่มใหญ่ในจังหวัดเพชรบูรณ์มีอายุระหว่าง 6-15 ปี

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน

ตัวแปร		จังหวัดร้อยเอ็ด		จังหวัดเพชรบูรณ์	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	140	46.7	81	42.6
	หญิง	160	53.3	109	57.4
อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	17	5.7	21	11.1
	26 – 35 ปี	51	17.0	41	21.6
	36 – 45 ปี	121	40.3	64	33.7
	46 ปีขึ้นไป	111	37.0	64	33.7
การศึกษา	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	12	4.0	2	1.1
	ปริญญาตรี	97	32.3	87	45.8
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	191	63.7	101	53.2
อายุกิจการ	0 – 5 ปี	126	42.0	51	26.8
	6 – 15 ปี	104	34.7	89	46.8
	16 – 25 ปี	33	11.0	34	17.9
	26 ปีขึ้นไป	37	12.3	16	8.4

ผลการวิจัยและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ผู้วิจัยวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างผู้นำเชิงจริยธรรมของทั้งสองจังหวัด โดยทำการวิเคราะห์ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือก่อนเป็นลำดับแรก หลังจากนั้น ทำการวิเคราะห์ตัวแบบสมการเชิงโครงสร้างทั้งตัวแบบ

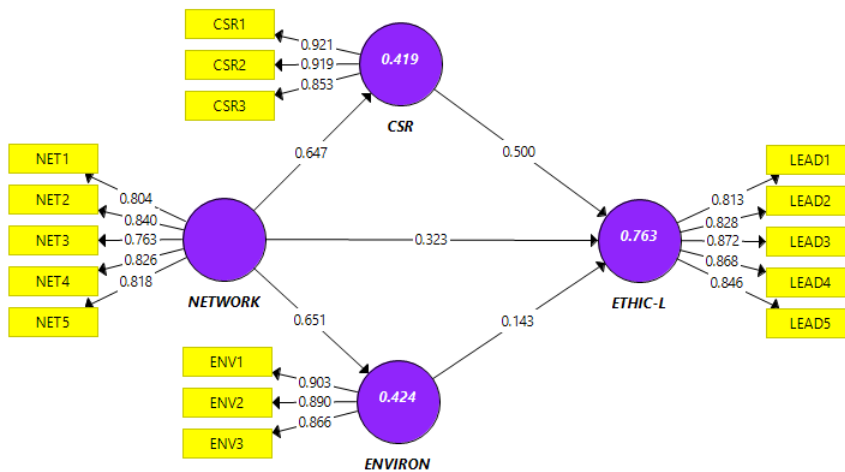
การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้ประกอบการฐานชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการวิเคราะห์ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของตัวแบบจังหวัดร้อยเอ็ด แสดงในตารางที่ 3 พบว่า ตัวแบบของงานวิจัยผ่านเกณฑ์ประเมินความตรงเชิงสอดคล้อง ความน่าเชื่อถือ และความตรงเชิงจำแนกตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ ค่า AVE ของตัวแปรแฝงที่ประเมินความตรงเชิงสอดคล้อง มีค่าสูงกว่า

0.5 ค่า CR ที่ประเมินความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง มีค่ามากกว่า 0.7 ค่า Cronbach's alpha ที่ใช้ตรวจสอบโมเดลการวัด มีค่ามากกว่า 0.7 และค่า VIF ที่ใช้ประเมินความไม่สัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์ขององค์ประกอบในตัวแบบ มีค่าต่ำกว่า ตัวแบบสุดท้ายแสดงในภาพที่ 2

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความตรงและความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบในตัวแบบจังหวัดร้อยเอ็ด

องค์ประกอบ	ความตรงเชิงสอดคล้อง		ความน่าเชื่อถือ		ความตรงเชิงจำแนก
	Loadings	AVE	Cronbach Alpha	CR	VIF
NETWORK	0.763 – 0.840	0.657	0.870	0.878	1.855
CSR	0.853 – 0.921	0.807	0.880	0.888	3.405
ENVIRON	0.866 – 0.903	0.786	0.864	0.874	3.433
ETHIC-L	0.813 – 0.872	0.715	0.900	0.902	



ภาพที่ 2 ตัวแบบสมการโครงสร้างผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้ประกอบการฐานชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเส้นทางระหว่างตัวแปรแฝงในตัวแบบ ใช้วิธีการทำ Bootstrap ด้วยขนาดตัวอย่าง 5000 ตัวอย่าง ประเมินความสัมพันธ์จากค่าสถิติ t ที่มากกว่า 1.96 แสดงว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 4 พบว่า เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกคู่ในตัวแบบของจังหวัดร้อยเอ็ด มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อวิเคราะห์อิทธิพลรวม (Total effects) ของตัวแบบ พบว่า ทุกเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรในตัวแบบ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ในตัวแบบสมการโครงสร้างของจังหวัดร้อยเอ็ด

ความสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง	t-value	p-value	ผลสรุป
NETWORK → CSR	0.647	14.049	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
NETWORK → ENVIRON	0.651	15.214	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
NETWORK → ETHIC-L	0.323	4.543	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
CSR → ETHIC-L	0.500	7.211	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
ENVIRON → ETHIC-L	0.143	2.283	0.022	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวมในตัวแบบสมการโครงสร้างของจังหวัดร้อยเอ็ด

ความสัมพันธ์	อิทธิพลรวม	t-value	p-value	ผลสรุป
NETWORK \leftrightarrow CSR	0.647	14.049	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
NETWORK \leftrightarrow ENVIRON	0.651	15.214	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
NETWORK \leftrightarrow ETHIC-L	0.740	19.430	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
CSR \leftrightarrow ETHIC-L	0.500	7.211	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
ENVIRON \leftrightarrow ETHIC-L	0.143	2.283	0.022	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ

ผลการวิเคราะห์ความเข้ากันดีของตัวแบบสมการโครงสร้าง แสดงในตารางที่ 6 พบว่า ตัวแบบมีความเข้ากันดีและได้ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (R^2) ในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม CSR และ ENVIRON อยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (R^2) ในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม ETHIC-L อยู่ในระดับสูง ซึ่งแสดงว่า ตัวแปรต้น NETWORK CSR และ ENVIRON สามารถร่วมกันอธิบายตัวแปรตาม ETHIC-L ได้สูงถึงร้อยละ 76.3

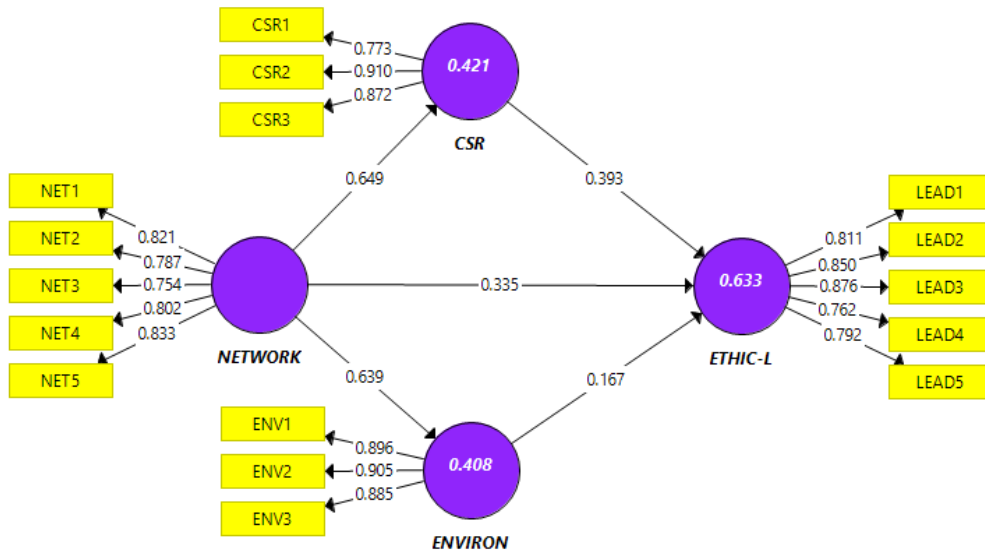
ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างของจังหวัดร้อยเอ็ด

ค่าประเมินตัวแบบ	ตัวแบบที่ได้จากข้อมูลวิจัย	ตัวแบบเชิงทฤษฎี	ผลลัพธ์
SEMR	0.067	0.017	ตัวแบบมีความเข้ากันดี
d_{ULS}	0.614	1.871	ตัวแบบมีความเข้ากันดี
d_G	0.550	0.754	ตัวแบบมีความเข้ากันดี
ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (Coefficient of determination: R^2)			
องค์ประกอบ		R^2	ผลลัพธ์
CSR		0.419	ต่ำ-ปานกลาง
ENVIRON		0.424	ต่ำ-ปานกลาง
ETHIC-L		0.763	สูง

การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้ประกอบการฐานชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์ ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของตัวแบบของจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ตัวแบบของงานวิจัยผ่านเกณฑ์ประเมินความตรงเชิงสอดคล้อง ความน่าเชื่อถือ และความตรงเชิงจำแนกตามเกณฑ์ที่กำหนดเช่นเดียวกับตัวแบบของจังหวัดร้อยเอ็ด ได้ตัวแบบสุดท้ายดังแสดงในภาพที่ 3

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความตรงและความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบในตัวแบบจังหวัดเพชรบูรณ์

องค์ประกอบ	ความตรงเชิงสอดคล้อง		ความน่าเชื่อถือ		ความตรงเชิงจำแนก
	Loadings	AVE	Cronbach Alpha	CR	VIF
NETWORK	0.754 – 0.833	0.640	0.859	0.899	1.917
CSR	0.773 – 0.910	0.728	0.811	0.889	2.460
ENVIRON	0.885 – 0.905	0.801	0.876	0.924	2.406
ETHIC-L	0.762 – 0.876	0.671	0.877	0.911	



ภาพที่ 3 ตัวแบบสมการโครงสร้างผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้ประกอบการฐานชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเส้นทางด้วยการทำ Bootstrap ที่ขนาด 5000 ตัวอย่าง แล้วประเมินความสัมพันธ์จากค่าสถิติ t ผลวิเคราะห์ที่แสดงในตารางที่ 8 พบว่า เส้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกคู่ในตัวแบบของจังหวัดเพชรบูรณ์ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อวิเคราะห์อิทธิพลรวมของความสัมพันธ์ในตัวแบบ พบว่า ทุกเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรในตัวแบบ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ในตัวแบบสมการโครงสร้างของจังหวัดเพชรบูรณ์

ความสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง	t-value	p-value	ผลสรุป
NETWORK → CSR	0.649	13.646	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
NETWORK → ENVIRON	0.639	14.400	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
NETWORK → ETHIC-L	0.335	6.073	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
CSR → ETHIC-L	0.393	5.287	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
ENVIRON → ETHIC-L	0.167	2.482	0.013	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวมในตัวแบบสมการโครงสร้างของจังหวัดเพชรบูรณ์

ความสัมพันธ์	อิทธิพลรวม	t-value	p-value	ผลสรุป
NETWORK → CSR	0.649	13.646	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
NETWORK → ENVIRON	0.639	14.400	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
NETWORK → ETHIC-L	0.697	16.876	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
CSR → ETHIC-L	0.393	5.287	0.000	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ
ENVIRON → ETHIC-L	0.167	2.482	0.013	มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ

ผลการวิเคราะห์ความเข้ากันดีของตัวแบบสมการโครงสร้างจังหวัดเพชรบูรณ์ แสดงในตารางที่ 10 พบว่า ตัวแบบมีความเข้ากันดี และงานวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (R²) ในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม CSR และ ENVIRON อยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง คล้ายกับตัวแบบของจังหวัดร้อยเอ็ด ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (R²) ในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม ETHIC-L อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง โดยมีค่าการอธิบายตัวแปรตาม ETHIC-L ด้วยแปรต้น NETWORK CSR และ ENVIRON ที่ร้อยละ 63.3 ซึ่งต่ำกว่าตัวแบบจากจังหวัดร้อยเอ็ด

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างของจังหวัดเพชรบูรณ์

ค่าประเมินตัวแบบ	ตัวแบบที่ได้จากข้อมูลวิจัย	ตัวแบบเชิงทฤษฎี	ผลลัพธ์
SEMR	0.069	0.097	ตัวแบบมีความเข้ากันดี
d _{ULS}	0.648	1.291	ตัวแบบมีความเข้ากันดี
d _G	0.460	0.547	ตัวแบบมีความเข้ากันดี
ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (Coefficient of determination: R ²)			
องค์ประกอบ		R ²	ผลลัพธ์
CSR		0.421	ต่ำ-ปานกลาง
ENVIRON		0.408	ต่ำ-ปานกลาง
ETHIC-L		0.633	ปานกลาง-สูง

จากผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า ในประเด็นของตัวแปรต้นทั้งสามตัวแปร คือ เครือข่ายความสัมพันธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคม และความคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับผู้นำเชิงจริยธรรม มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dion (2012) ที่ศึกษาทฤษฎีทางจริยธรรมและได้ระบุว่า ลักษณะผู้นำเชิงจริยธรรมมีความเชื่อมโยงอยู่กับหลักทางจริยธรรมหลายด้าน เช่น ความรับผิดชอบต่อผู้อื่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zheng, Wang and Li (2011) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นผู้นำเชิงจริยธรรม โดยประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องจะมุ่งเน้นในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ความซื่อสัตย์ มุมมองสาธารณะ และผลประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Amisano (2017) ที่ระบุว่า ผู้นำเชิงจิตวิญญาณ (ซึ่งรวมถึงผู้นำเชิงจริยธรรมในองค์กร) มีแนวโน้มใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อม จะสร้างบรรยากาศให้พนักงานตระหนักและแสดงออกในการดูแลสิ่งแวดล้อมและเข้าใจผลกระทบของธุรกิจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการร่วมมือกันรับผิดชอบต่อกรดำเนินงานทางธุรกิจที่มีผลต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gao and He (2017) ที่พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับผู้นำเชิงจริยธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Harris (2005) ที่พบว่า ผู้นำและพนักงานทุกระดับในองค์กรต้องเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมหรือการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับภายนอก ซึ่งหมายถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆภายนอกองค์กร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ginting (2016) ที่พบว่า ผู้นำที่จะสร้างความสำเร็จในองค์กรและเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับพนักงานได้ ต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ภาครัฐ ชุมชน ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้ส่งสินค้า ผู้ซื้อหรือลูกค้า สมาคมทางการค้า และองค์กรขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

จากผลการวิเคราะห์ที่ตัวแบบสมการโครงสร้างของผู้นำเชิงจริยธรรมในผู้ประกอบการฐานชุมชน จากทั้งจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ตัวแบบทั้งสองจังหวัดมีความเหมือนกันในระดับที่สูง โดยทั้งสองตัวแบบผ่านเกณฑ์ประเมินความตรงเชิงสอดคล้อง ความน่าเชื่อถือ และความตรงเชิงจำแนก เมื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆตามเส้นทางภายในตัวแบบ งานวิจัยพบว่า ทั้งสอง

ตัวแบบจากสองจังหวัดมีความเหมือนกัน คือ ทุกเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เครือข่ายความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม เครือข่ายความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความค่านึงถึงสิ่งแวดล้อม เครือข่ายความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับผู้นำเชิงจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับผู้นำเชิงจริยธรรม และความค่านึงถึงสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับผู้นำเชิงจริยธรรม เมื่อวิเคราะห์อิทธิพลรวมของเส้นทางความสัมพันธ์ในตัวแบบ พบว่า ทุกเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเหมือนกันทั้งสองตัวแบบของสองจังหวัด

จากผลวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจหรือค่าความเชื่อมั่น (R^2) ของตัวแบบสมการโครงสร้างจากจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามผู้นำเชิงจริยธรรมด้วยตัวแปรต้น 3 ตัวแปร ได้แก่ เครือข่ายความสัมพันธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคม และความค่านึงถึงสิ่งแวดล้อม ของตัวแบบจังหวัดร้อยเอ็ด มีค่าอยู่ที่ระดับร้อยละ 76.3 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามผู้นำเชิงจริยธรรมด้วยตัวแปรต้นทั้ง 3 ตัวแปรของตัวแบบจังหวัดเพชรบูรณ์ มีค่าอยู่ที่ร้อยละ 63.3 ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรต้นทั้งสามตัวแปรสามารถอธิบายตัวแปรตามคือผู้นำเชิงจริยธรรมได้ในระดับความเชื่อมั่นที่สูงทั้งสองตัวแบบจากสองจังหวัด

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้ศึกษาตัวแบบสมการโครงสร้างผู้นำเชิงจริยธรรมของสองจังหวัด คือ จังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแบบมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์ในการประเมินลักษณะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้ประกอบการฐานชุมชนได้ทั้งสองจังหวัดเหมือนกัน โดยปัจจัยสำคัญที่สามารถอธิบายผู้นำเชิงจริยธรรมได้มี 3 ปัจจัย ได้แก่ เครือข่ายความสัมพันธ์ ความรับผิดชอบต่อสังคม และความค่านึงถึงสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ งานวิจัยสรุปได้ว่า เครือข่ายความสัมพันธ์ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อทั้งความรับผิดชอบต่อสังคม ความค่านึงถึงสิ่งแวดล้อม และผู้นำเชิงจริยธรรม ดังนั้น จากผลการวิจัยจากตัวแบบผู้นำเชิงจริยธรรมทั้งสองจังหวัด ความเป็นผู้นำเชิงจริยธรรมในผู้ประกอบการชุมชน สามารถประเมินได้จากปัจจัยทางด้านความสามารถในการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับส่วนต่างๆภายนอกองค์กร และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมว่า ผู้ประกอบการนั้นมีการใส่ใจและดูแลในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากน้อยเพียงไร รวมถึงการประเมินจากปัจจัยด้านความค่านึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้นำเชิงจริยธรรมให้ความสนใจด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อสนับสนุนเป้าหมายให้สังคมมีความยั่งยืนและการดำเนินธุรกิจที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในทำนองเดียวกัน หากผู้ประกอบการชุมชนมีความมุ่งหวังความเป็นผู้นำเชิงจริยธรรม จำเป็นที่จะต้องดำเนินการให้เกิดปัจจัยสามด้านที่สำคัญตามตัวแบบสมการโครงสร้างของงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ปัจจัยเครือข่ายความสัมพันธ์ ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยความค่านึงถึงสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. สิ่งที่น่าสนใจและเป็นคำถามต่อเนื่องของงานวิจัยครั้งนี้ คือ ตัวแบบสมการโครงสร้างที่ได้จากงานวิจัยสามารถนำไปใช้ในประชากรอื่นๆได้หรือไม่ และเมื่อทดสอบในประชากรอื่น ผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นเหมือนผลสรุปของงานวิจัยนี้หรือไม่ ดังนั้น จึงควรศึกษาในประชากรอื่นๆ เช่น ประชากรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อพิสูจน์ว่า ตัวแบบผู้นำเชิงจริยธรรมนี้สามารถใช้ในประชากรเป็นองค์การขนาดใหญ่ขึ้นได้อย่างเหมาะสม

2. ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมว่า ยังมีตัวแปรอื่นที่สำคัญอีกหรือไม่ ที่นำเข้าสู่ตัวแบบสมการโครงสร้างที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้ แล้วสามารถอธิบายผู้นำเชิงจริยธรรมได้มากขึ้น เช่น ความเป็นผู้ประกอบการทางธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม เป็นต้น จะช่วยให้ตัวแบบมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ ดร.วิไลวรรณ โพนศิริ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด และ ดร.เจน จันทรสุภาแสน จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่มีส่วนทำให้การดำเนินการวิจัยเกิดความสมบูรณ์และสำเร็จลุล่วงด้วยดี

บรรณานุกรม

- Amisano, D. (2017). *The relationship between ethical leadership and sustainability in small businesses*. (Doctoral dissertation). Minnesota: Walden University. (UMI No. 3510938)
- Boiral, O., Baron, C., & Gunnlaugson, O. (2014). Environmental leadership and consciousness development: A case study among Canadian SMEs. *Journal of Business Ethics, 123*(3), 363-383.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. New York: John Willey and Sons.
- Dion, M. (2012). Are ethical theories relevant for ethical leadership? *Leadership & Organization Development Journal, 33*(1), 4-24.
- Engelbrecht, A. S., Heine, G., & Mahembe, B. (2017). Integrity, ethical leadership, trust and work engagement. *Leadership & Organization Development Journal, 38*(3), 368-379.
- Gao, Y. & He, W. (2017). Corporate social responsibility and employee organizational citizenship behavior: The pivotal roles of ethical leadership and organizational justice. *Management Decision, 55*(2), 294-309.
- Ginting, G. (2016). Modeling business responsibility of SMEs: A study based on the stakeholder approach. *Pertamina Journal of Social Science and Humanities, 24*(3), 1043-1056.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M, Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). California: SAGE Publications.
- Harris, C. L. (2005). *Collaboration for organization success: Linking organization support of collaboration and organization effectiveness*. (Doctoral dissertation). Texas: University of North Texas. (UMI No. 3206087)
- Henseler, J. (2017). *Partial least squares path modeling*. In P.S.H. Leeflang et al. (Eds.). *Advances methods of modeling markets* (pp. 361-381). Springer International Publishing.
- Madueno, J. H., Jorge, M. L., Conesa, I. M., & Martinez-Martinez, D. (2016). The relationship between corporate social responsibility and competitive performance in Spanish SMEs: Empirical evidence from a stakeholders' perspective. *Business Research Quarterly, 19*, 55-72.
- Martinez-Martinez, D., Jesus, H. M., Jorge, M. L., & Sancho, M. P. L. (2017). The strategic nature of corporate social responsibility in SMEs: A multiple mediator analysis. *Industrial Management & Data Systems, 117*(1), 2-31.
- Mihelic, K. K., Lipicnik, B., & Tekavcic, M. (2010). Ethical leadership. *International Journal of Management & Information Systems, 14*(5), 31-42.
- Othman, Z. & Rahman, R. A. (2014). Attributes of ethical leadership in leading good governance. *International Journal of Business and Society, 15*(2), 359-372.
- Priyankara, H. P. R., Luo, F., Saeed, A., Nubuor, S. A., & Jayasuriya, P. F. (2018). How does leaders' support for environment promote organizational citizenship behavior for environment? A multi-theory perspective. *Sustainability, 10*, 1-20.
- Shareef, R. A. & Atan, T. (2019). *The influence of ethical leadership on academic employees' organizational citizenship behavior and turnover intention: Mediating role of intrinsic motivation*. *Management Decision, 57*(3), 583-605.
- Zheng, Q., Wang, M., & Li, Z. (2011). Rethinking ethical leadership, social capital and customer relationship. *Journal of Management Development, 30*(7/8), 663-674.