

จริยธรรมทางธุรกิจ

Business Ethics



Modern Business Ethics:
Strategic Mechanisms
Empowering Value
-Driven Entrepreneurs
toward Sustainability

จริยธรรมทางธุรกิจ :

กลไกขับเคลื่อนผู้ประกอบการ
ที่มีคุณค่า สู่ธุรกิจยุคใหม่และความยั่งยืน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์
Assistant Professor Dr. Pornsri Laurujisawat

Business Ethics: A Compass for Long-Term Sustainability in a Challenging World

จริยธรรมธุรกิจ : เข็มทิศองค์กรในโลกที่ท้าทาย
สู่ความยั่งยืนระยะยาว



3 เสาหลัก

มิติด้านกลยุทธ์
และเป้าหมาย
(Strategic
Dimension)

มิติด้านการปฏิบัติต่อ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
(Stakeholder
Dimension)

มิติด้านวัฒนธรรม
องค์กรและธรรมาภิบาล
(Cultural &
Governance
Dimension)

4 ระดับ จริยธรรม

ระดับที่ 1
Personal Moral Virtues
หลักคุณธรรมส่วนบุคคล

ระดับที่ 2
Duty-Based &
Deontological Principles
หลักเชิงหน้าที่และเหตุผล

ระดับที่ 3
Transparency & Ethical
Governance
หลักความโปร่งใสและธรรมาภิบาล

ระดับที่ 4
Societal & Stakeholder-
Oriented Ethics
หลักผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคม

13 ปัจจัยจริยธรรม ทางธุรกิจ (Ethical Principles Framework)

1. Honesty/Veracity
2. Integrity
3. Fairness/Justice
4. Respect
5. Responsibility
6. Accountability
7. Beneficence
8. Non-maleficence
9. Loyalty
10. Confidentiality
11. Transparency
12. Compassion/Care
13. Dignity

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์
Assistant Professor Dr. Pornsri Laurujisawat

ชื่อหนังสือ : จริยธรรมทางธุรกิจ: BUSINESS ETHICS



ชื่อผู้เขียน:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์

Assistant Professor Dr. Pornsri Laurujisawat



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์

Assistant Professor Dr. Pornsri Laurujisaat

Email: Pornsri.teacher@gmail.com,

Pornsri.lau@gmail.ac.th

Tel 668-5-801-7744

Line 668-1-826-1800

“จริยธรรมทางธุรกิจ: Business Ethics”

ชุด

“แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ กลไกขับเคลื่อนผู้ประกอบการที่มีคุณค่า
สู่ธุรกิจยุคใหม่และความยั่งยืน”

“Modern Business Ethics: Strategic Mechanisms Empowering Value
-Driven Entrepreneurs toward Sustainability”

ผศ.ดร. พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์

Assistant Professor Dr. Pornsri Laurujisawat

Email: pornsri.lau@gmail.com, และ Pornsri.teacher@gmail.com

Tel 668-5-801-7744 Line 668-1-826-1800

(ตุลาคม-ธันวาคม 2568)

จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics)

:ชุดแนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ กลไกขับเคลื่อนผู้ประกอบการที่มีคุณค่า ผู้ธุรกิจยุคใหม่และความยั่งยืน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์

พิมพ์ครั้งแรก ธันวาคม พุทธศักราช 2568 (ฉบับอิเล็กทรอนิกส์)

ISBN (e-Book) 978-616-630-341-4

ราคา 99 บาท

จัดทำโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์

Assistant Professor Dr. Pornsri Laurujisawat

Tel: 668-1-826-1800 Line: 668-5-801-7744

e-mail: pornsri.lau@gmail.com, Pornsri.teacher@gmail.com

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

National Library of Thailand Cataloging in Publication Data

พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์.

“จริยธรรมทางธุรกิจ Business ethics” ชุด “แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ กลไกขับเคลื่อน
ผู้ประกอบการที่มีคุณค่า ผู้ธุรกิจยุคใหม่และความยั่งยืน”. -- กรุงเทพฯ : [ม.ป.พ.], 2568.

139 หน้า. -- (จรรยาบรรณทางธุรกิจ).

1.จรรยาบรรณทางธุรกิจ I. ชื่อเรื่อง.

174.4

ISBN (e-Book) 978-616-630-341-4

สงวนลิขสิทธิ์ ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ห้ามมิให้ทำซ้ำ คัดลอก
ดัดแปลง หรือเผยแพร่เนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมด ไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ โดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลาย
ลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์

คำนำ

ในโลกธุรกิจร่วมสมัยที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ความซับซ้อน และแรงกดดันจากการแข่งขันอย่างรุนแรง ผู้ประกอบการจำนวนมากต้องตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ **กฎเกณฑ์ไม่ชัดเจน คำตอบเชิงเทคนิคไม่เพียงพอ และผลกระทบของการตัดสินใจขยายตัวไกลเกินกว่าขอบเขตขององค์กร** คำถามสำคัญจึงไม่ใช่เพียงว่า “ธุรกิจจะเติบโตอย่างไร” หากแต่คือ “**ธุรกิจควรเติบโตไปในทิศทางใด จึงจะยั่งยืนและไม่เป็นส่วนหนึ่งของการทำลายคุณค่าที่สังคมพึงพา**”

หนังสือ “**จริยธรรมทางธุรกิจ: Business Ethics**” เล่มนี้ เริ่มต้นจากการตั้งคำถามพื้นฐานแต่ทรงพลังว่า **จริยธรรมยังมีบทบาทใดในโลกธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล เทคโนโลยี และผลตอบแทนระยะสั้น** ไม่ได้มองจริยธรรมเป็นเพียงกรอบศีลธรรมเชิงนามธรรม หรือข้อกำหนดเชิงกฎหมาย หากแต่มอง **จริยธรรมในฐานะ “เข็มทิศธุรกิจ (Business Compass)”** ที่ช่วยกำหนดทิศทางการเติบโตขององค์กร และในขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่เป็น **“กลไกปกป้องธุรกิจ”** จากความเสี่ยงเชิงระบบที่คุกคามความยั่งยืนในระยะยาว

หนังสือเล่มนี้นำเสนอกรอบคิด **Modern Business Ethics** โดยอธิบายว่าจริยธรรมมิใช่ต้นทุน มิใช่ข้อจำกัดของนวัตกรรม และมีใช่เรื่องปลายทางของความรับผิดชอบ หากแต่เป็น **กลไกเชิงกลยุทธ์ (Strategic Mechanisms)** ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถ กำหนดเป้าหมายทางธุรกิจที่มองไกลกว่ากำไรระยะสั้น, เลือกกลยุทธ์ที่สร้างคุณค่าร่วมระหว่างธุรกิจและสังคม, ออกแบบองค์กรที่ลดความเสี่ยงด้านชื่อเสียง กฎหมาย และความไว้วางใจ และรักษาความชอบธรรมของธุรกิจในสายตาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน ผ่านกรอบ **Creating Shared Value (CSV)** หนังสือชี้ให้เห็นว่า การสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและการแก้ปัญหาสังคมมิได้เป็นเป้าหมายที่ขัดแย้งกัน หากออกแบบกลยุทธ์อย่างถูกต้องทิศทาง จริยธรรมจะกลายเป็นแหล่งที่มาของ **ความได้เปรียบทางการแข่งขัน** และเป็นฐานของการเติบโตเชิงระบบในระยะยาว

โครงสร้างจริยธรรมทางธุรกิจผ่าน **สามเสาหลัก** ได้แก่ มิติด้านกลยุทธ์และเป้าหมาย มิติด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และมิติด้านวัฒนธรรมองค์กรและธรรมาภิบาล เชื่อมโยงกับ **จริยธรรม 4 ระดับ** จากคุณธรรมส่วนบุคคลสู่ความรับผิดชอบต่อสังคม และต่อยอดสู่ **กรอบ 13 ปัจจัยจริยธรรมทางธุรกิจ (Ethical Principles Framework)** ซึ่งทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงปฏิบัติที่ผู้ประกอบการสามารถใช้ “ตรวจสอบการตัดสินใจ” และ “ออกแบบพฤติกรรมองค์กร” ได้จริง

หนังสือเล่มนี้จึงมิได้มุ่งเพียงอธิบายว่า “**จริยธรรมคืออะไร**” แต่ตั้งใจชวนผู้อ่านสำรวจว่า “**จริยธรรมจะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอด เติบโต และได้รับความไว้วางใจในโลกที่ท้าทายนี้ได้อย่างไร**” สำหรับผู้ประกอบการและผู้บริหาร นักศึกษา นักวิชาการ รวมทั้งผู้สนใจทั่วไป และหวังจะทำหน้าที่เป็น **เข็มทิศ** ที่ช่วยนำทางการตัดสินใจในยามที่เส้นทางไม่ชัดเจน และเป็น **ภูมิคุ้มกัน** ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถยืนหยัดได้อย่างมั่นคง ท่ามกลางแรงกดดันของโลกธุรกิจยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ผศ.ดร. พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์

กิตติกรรมประกาศ

หนังสือเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นหนังสือประกอบการเรียนการสอนในรายวิชา “จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อธุรกิจ (BABA2110)” โดยมุ่งเสริมสร้างกรอบคิดด้านจริยธรรมให้นักศึกษาผู้ประกอบการยุคใหม่ ควบคู่กับการพัฒนาการตัดสินใจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ข้าพเจ้าขอขอบคุณนักศึกษา Institute of Entrepreneurial Science Ayutthaya (IESA) รวมถึงคณะบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการเพื่อเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล ที่มอบโอกาสและแรงบันดาลใจในการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนทางวิชาการ จนทำให้หนังสือเล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์

เนื้อหาในหนังสือพัฒนาขึ้นภายใต้กรอบ **จริยธรรมทางธุรกิจในฐานะเข้มทิศองค์กร** และกลไกขับเคลื่อนผู้ประกอบการที่มีคุณค่า สู่ความยั่งยืนในธุรกิจยุคใหม่ โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกกลุ่มในการบูรณาการจริยธรรมเข้ากับการเป็นผู้ประกอบการอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษา ผู้ประกอบการ นักวิชาการ หรือผู้สนใจทั่วไป ในการทำความเข้าใจและบูรณาการ **จริยธรรมทางธุรกิจเข้ากับแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่** เพื่อการตัดสินใจที่มีคุณค่า สร้างสรรค์ และยั่งยืนต่อทั้งองค์กรและสังคมโดยรวม

ในโอกาสนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ **บิดา มารดา และพี่น้อง** ผู้เป็นรากฐานสำคัญของชีวิต ที่มอบโอกาสทางการศึกษาและการสนับสนุนด้วยความรักและความเข้าใจเสมอมา รวมทั้งขอขอบคุณ **กัลยาณมิตรและผู้มีพระคุณทุกท่านจากทุกหนแห่ง** ที่ให้การสนับสนุน แนะนำ และเป็นกำลังใจแก่ข้าพเจ้าในทุกบทบาท จนทำให้ข้าพเจ้ามีโอกาสดำเนินชีวิตในวิชาชีพที่รัก ในฐานะผู้ถ่ายทอดความรู้และรับใช้สังคมด้วยปัญญา

ท้ายที่สุดนี้ หากหนังสือเล่มนี้มีข้อบกพร่องประการใด ข้าพเจ้าขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว และใคร่ขอความกรุณาจากผู้อ่านทุกท่านในการชี้แนะข้อคิดเห็นอันจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนางานวิชาการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ซึ่งข้าพเจ้าขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณทุกท่าน

ผศ.ดร. พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์

Assistant Professor Dr. Pornsri Laurujisawat

Email: pornsri.lau@gmail.com, และ Pornsri.teacher@gmail.com

Tel 668-5-801-7744 Line 668-1-826-1800

(ตุลาคม-ธันวาคม 2568)

สารบัญ

	หน้า
คำนำ:	- ก -
กิตติกรรมประกาศ:	- ข -
สารบัญ:	- ค -
สารบัญตาราง:	- ฉ -
สารบัญภาพ:	- ช -
บทที่ 1: บทนำ “แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ กลไกขับเคลื่อนผู้ประกอบการที่มีคุณค่า ผู้ธุรกิจยุคใหม่และความยั่งยืน	- 1 -
1. คำนำ	- 1 -
2. แนวคิดชื่อหนังสือ และ ความหมาย	- 2 -
3. บทสรุปและข้อเสนอแนะ (CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)	- 4 -
บทที่ 2: แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ	- 10 -
1. บทนำ: จริยธรรมทางธุรกิจในฐานะ “เข็มทิศ” ของผู้ประกอบการยุคใหม่	- 10 -
2. หลักจริยธรรมพื้นฐาน และ ความหมาย (4 หมวดหมู่ -13 ปัจจัย)	- 12 -
3. ความรับผิดชอบต่อสังคม (SOCIAL RESPONSIBILITY)	- 16 -
4. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (STAKEHOLDER RESPECT)	- 22 -
5. ธรรมาภิบาลและความโปร่งใส (GOOD GOVERNANCE) กับความสำคัญต่อแนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ	- 24 -
6. บูรณาการแนวคิดสามเสาหลักสู่ “จริยธรรมทางธุรกิจ” สู่ “ภูมิคุ้มกัน” และ “ความยั่งยืน”	- 25 -
7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	- 30 -
8. คำถามทบทวนท้ายบท	- 32 -
บทที่ 3: ลักษณะธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ กับแนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ	- 39 -
1. บทนำ: ลักษณะธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ กับแนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ	- 39 -
2. ลักษณะธุรกิจ (NATURE OF BUSINESS)	- 40 -
3. รูปแบบของธุรกิจ (FORMS OF BUSINESS ORGANIZATION)	- 40 -
4. กรณีศึกษา: การประยุกต์แนวคิดจริยธรรมในธุรกิจจริง	- 51 -
5. เปรียบเทียบ ลักษณะธุรกิจ / รูปแบบธุรกิจ กับ 13 ปัจจัยจริยธรรมทางธุรกิจ	- 55 -
6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	- 57 -
7. คำถามทบทวนท้ายบท	- 57 -

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 4: ธุรกิจระหว่างประเทศกับจริยธรรมทางธุรกิจ	- 65 -
1. บทนำ: ธุรกิจระหว่างประเทศกับจริยธรรมทางธุรกิจ	- 65 -
2. ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศ (INTERNATIONAL BUSINESS)	- 65 -
3. ความแตกต่างระหว่างธุรกิจในประเทศและต่างประเทศ	- 66 -
4. การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ: จริยธรรมทางธุรกิจในบริบทโลกและไทย	- 67 -
5. กรณีศึกษา: “K-TECH ELECTRONICS	- 68 -
6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	- 71 -
7. คำถามท้าทายท้ายบท	- 72 -
บทที่ 5: การดำเนินธุรกิจกับงานหลัก 5 ด้าน: จริยธรรมในบริบทองค์กรสมัยใหม่	- 78 -
1. บทนำ	- 78 -
2. การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ (OPERATIONS MANAGEMENT)	- 79 -
3. การตลาด (MARKETING)	- 79 -
4. การเงินและการบัญชี (FINANCE & ACCOUNTING)	- 79 -
5. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HUMAN RESOURCE MANAGEMENT)	- 80 -
6. การวิจัยและพัฒนา/นวัตกรรม (R&D / INNOVATION)	- 80 -
7. กรณีศึกษา บริษัท WELLSPRING FINANCE	- 81 -
8. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	- 83 -
9. คำถามท้าทายท้ายบท	- 84 -
บทที่ 6: การจัดการชั้นสูง กับจริยธรรมทางธุรกิจ	- 90 -
1. บทนำ	- 90 -
2. ความหมาย บทบาท และความสำคัญ “การจัดการชั้นสูง”	- 90 -
3. แนวคิดหลักของการจัดการชั้นสูง กับจริยธรรม	- 94 -
4. ตัดสินใจเชิงจริยธรรมของผู้บริหารระดับสูง และ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีคุณธรรม	- 98 -
5. กรณีศึกษา: บริบทองค์กร (สมมติ): ARIYA BANK	- 100 -
6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	- 104 -
7. คำถามท้าทายท้ายบท	- 105 -

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 7: วิเคราะห์ ผู้ประกอบการรายย่อย และผู้ประกอบการเพื่อสังคม ที่มักมีความเสี่ยงหรือโอกาสได้รับความไม่เป็นธรรมมากกว่า ในระบบเศรษฐกิจ	- 111 -
1. บทนำ: วิเคราะห์ผู้ประกอบการรายย่อย	- 111 -
2. กรอบแนวคิด: ผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ประกอบการเพื่อสังคมและความไม่เป็นธรรมเชิงโครงสร้าง	- 112 -
3. ความไม่เป็นธรรมเชิงโครงสร้างและห่วงโซ่มูลค่า	- 112 -
4. ความเสี่ยงและโอกาสได้รับความไม่เป็นธรรมของผู้ประกอบการรายย่อย, ผู้ประกอบการเพื่อสังคม และกลุ่มเปราะบาง	- 113 -
5. กรณีศึกษา: 2 กรณี “สวนผักเขียวใส” และ “ถักฝันชุมชน”	- 117 -
6. สรุปและข้อเสนอแนะ	- 123 -
7. คำถาม เพื่อความท้าทายประจำบท	- 124 -
บทที่ 8: บทส่งท้าย “จริยธรรมธุรกิจ: เข็มทิศองค์กรในโลกที่ท้าทาย สู่ความยั่งยืนระยะยาว”	- 131 -
1. คำนำ (INTRODUCTION)	- 131 -
2. หัวใจหลักของการศึกษาจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการ: (CONDENSED VERSION)	- 131 -
3. จริยธรรมคือเข็มทิศธุรกิจ (ETHICS AS A BUSINESS COMPASS)	- 134 -
4. จริยธรรมในฐานะปัจจัยปกป้ององค์กรเพื่อความยั่งยืน	- 135 -
5. สรุปและข้อเสนอแนะ (CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)	- 137 -
ดัชนี (INDEX)	- 139 -

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1: สรุปจริยธรรม 4 หมวดหมู่ – 13 ปัจจัยจริยธรรมทางธุรกิจ (ETHICAL PRINCIPLES FRAMEWORK)	- 15 -
ตารางที่ 2: เปรียบเทียบ “ความรับผิดชอบต่อ” และ “ความรับผิดชอบต่อเชิงจริยธรรม”	- 18 -
ตารางที่ 3: เปรียบเทียบ ความรับผิดชอบต่อแบบทั่วไป VS RESPONSIBILITY เชิงจริยธรรม	- 18 -
ตารางที่ 4: เปรียบเทียบให้เห็นชัด ความรับผิดชอบต่อเชิงจริยธรรม และ ความรับผิดชอบต่อทางสังคม (CSR)	- 21 -
ตารางที่ 5: การบูรณาการ “3 เสาหลัก – 4 ระดับจริยธรรม – 13 ปัจจัยจริยธรรมทางธุรกิจ	- 29 -
ตารางที่ 6: การเชื่อมโยงลักษณะธุรกิจ ความเสี่ยง และจริยธรรมทางธุรกิจ	- 48 -
ตารางที่ 7: รูปแบบธุรกิจ ระดับจริยธรรม และกรอบจริยธรรมร่วมสมัย	- 49 -
ตารางที่ 8: สรุปเปรียบเทียบ ลักษณะธุรกิจ / รูปแบบธุรกิจ กับ 13 ปัจจัยจริยธรรมทางธุรกิจ	- 56 -

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1: จริยธรรม 3 มิติ	- 11 -
ภาพที่ 2: หลักจริยธรรม 4 ระดับ/ 4 หมวดหมู่	- 14 -
ภาพที่ 3: ความสำคัญของการจัดการชั้นสูง	- 94 -
ภาพที่ 4: แบบจำลองการจัดการชั้นสูง กับจริยธรรมทางธุรกิจ	- 97 -
ภาพที่ 5: “จริยธรรมธุรกิจ: เข็มทิศองค์กรในโลกที่ท้าทาย สู่ความยั่งยืนระยะยาว BUSINESS ETHICS: A Compass for Long-Term Sustainability in a Challenging World”	- 135 -

บทที่ 1: บทนำ (Introduction)

“แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ กลไกขับเคลื่อนผู้ประกอบการที่มีคุณค่า สู่ธุรกิจยุคใหม่และความยั่งยืน”

“Modern Business Ethics: Strategic Mechanisms Empowering Value -Driven Entrepreneurs toward Sustainability”

1. คำนำ
2. แนวคิดชื่อหนังสือ และ ความหมาย
3. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1. คำนำ

ในช่วงเริ่มต้น แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจมีรากฐานมาจาก **ศีลธรรมส่วนบุคคล (Personal Morality)** ซึ่งผู้ประกอบการจะตัดสินใจบนพื้นฐานของความถูกต้องและความดี เช่น ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และความยุติธรรม (Boatright, 2009) ต่อมาในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 20 แนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาในระดับองค์กร โดยมองว่า “องค์กรธุรกิจ” เองก็มีสถานะเป็น “หน่วยที่มีจริยธรรม” (Corporate Moral Agent) ที่ต้องรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม (French, 1979; Carroll & Buchholtz, 2015) การเปลี่ยนมุมมองดังกล่าวทำให้ “จริยธรรม” กลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบการบริหารจัดการองค์กร ไม่ใช่เพียงการกำกับพฤติกรรมส่วนบุคคลของผู้บริหาร หรือพนักงานเท่านั้น

ในยุคปัจจุบันที่โลกธุรกิจเผชิญการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากกระแสของเทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ก่อให้เกิดแรงขับเคลื่อนโครงสร้างที่กำหนดรูปแบบเศรษฐกิจ และธุรกิจยุคใหม่ (OECD, 2019; UNESCO, 2021) ในขณะที่แรงกดดันด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นตัวผลักดันให้องค์กรต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและธรรมาภิบาลที่ดี (responsible governance) ดังนั้น จึงมีผลทำให้ “ผู้ประกอบการ” จำเป็นต้องมี “กรอบคุณธรรม หรือ จริยธรรม” เป็นเข็มทิศในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับ “นวัตกรรม” และ “ความยั่งยืน” การเป็น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเผชิญกับโจทย์ใหม่ของการดำเนินธุรกิจที่ไม่ได้วัดเพียงความสามารถในการสร้างผลกำไรเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการต้องบริหารงาน ด้วยหลักจริยธรรม ภายใต้การสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ ร่วมกับ **ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)** ในสังคม และ **ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Environment responsibility)** ทำให้เกิดการยอมรับว่า “จริยธรรมธุรกิจ คือเงื่อนไขสำคัญของความไว้วางใจและความยั่งยืนขององค์กร (Treviño & Nelson, 2021)

เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของ Treviño & Nelson (2021) ที่ระบุว่าจริยธรรมธุรกิจยุคใหม่ต้องขยายจาก “กฎทางศีลธรรม” ไปสู่ “กลไกการกำกับดูแลองค์กรในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล” ซึ่งต้องเชื่อมกับ

Stakeholder Capitalism และ ความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นระบบ ดังนั้นในหนังสือจึงให้ความสำคัญกับเนื้อหาของหนังสือ ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) จริยธรรมธุรกิจ (2) ผู้ประกอบการที่มีคุณค่า (3) บริบทเศรษฐกิจยุคใหม่ (4) การพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจและสังคม

2. แนวคิดชื่อหนังสือ และ ความหมาย

ความหมายเชิงแนวคิดของชื่อหนังสือ (Conceptual Meaning)

“แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ กลไกขับเคลื่อนผู้ประกอบการที่มีคุณค่า ผู้ธุรกิจยุคใหม่และความยั่งยืน”
สื่อถึงความหมาย แบ่งได้เป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่

1) “แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ Business Ethics” ความหมายกว้าง ครอบคลุมทั้ง จริยธรรมส่วนบุคคล (personal morality)/ จริยธรรมวิชาชีพ / “จริยธรรมทางธุรกิจ (business ethics)” (Boatright, 2009; Treviño & Nelson, 2021)/จริยธรรมองค์กร และสังคม

หนังสือมุ่งเน้น **ฐานคิด (conceptual foundation)** เกี่ยวกับ จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics) ไม่ใช่เพียงข้อปฏิบัติหรือกฎระเบียบ แต่เป็น “กรอบความคิด” ที่ใช้ในการพิจารณาและตัดสินใจขององค์กร และ ผู้ประกอบการ : ซึ่งถูกพัฒนาจาก

- แนวคิดเรื่อง **ศีลธรรมส่วนบุคคลและคุณธรรมของผู้บริหาร** (Virtue Ethics, Personal Morality) เช่น ความซื่อสัตย์ ความยุติธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ (Boatright, 2009)
- การเชื่อมโยงสู่ระดับองค์กร เช่น **จริยธรรมองค์กร (organizational ethics)** และ **ธรรมาภิบาล (corporate governance)** (Treviño & Nelson, 2021)
- การขยายไปสู่ระดับสังคม ผ่านกรอบ บทบาทธุรกิจในการแข่งขัน-สิ่งแวดล้อม (Carroll & Buchholtz, 2015; Porter & Kramer, 2011; Elkington, 1998) เดี่ยวข้องกับปัจจัย ได้แก่

○ **CSR (Corporate Social Responsibility)** หมายถึง “**ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร**” ซึ่งเป็นแนวคิดที่ธุรกิจต้องดำเนินกิจการโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อ **สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม** ควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรอย่างเหมาะสม ไม่ใช่แสวงหากำไรโดยละเลยผลกระทบต่อสังคมที่เกิดขึ้น

○ **CSV (Creating Shared Value)** คือ **แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมสำหรับองค์กรและสังคม** ซึ่งเสนอว่า “ธุรกิจสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness) ไปพร้อมกับการพัฒนาประโยชน์ให้สังคม” โดยการผสาน **ประเด็นสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกลยุทธ์และรูปแบบธุรกิจหลัก (Core Business Strategy)** ไม่ใช่การทำกิจกรรมเพื่อสังคมแยกส่วนเหมือน CSR แบบดั้งเดิม (Porter & Kramer, 2011) เป็น “กลไกใหม่ของทุนนิยมที่รับผิดชอบต่อสังคม” (Responsible Capitalism) ที่นำจริยธรรมความยั่งยืน และกลยุทธ์เข้าสู่กระบวนการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจระดับองค์กร

○ **ESG (Environmental, Social, and Governance)** คือ กรอบการประเมินความยั่งยืนขององค์กร ที่ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ Environmental (E): สิ่งแวดล้อม / Social (S): สังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ Governance (G): ธรรมาภิบาลและระบบกำกับดูแล โดย ESG ไม่ใช่เพียงกิจกรรมเพื่อสังคม

แต่เป็น กลไกเชิงกลยุทธ์ และชุดตัวชี้วัด (metrics) เพื่อตรวจสอบว่าองค์กรมีความเสี่ยงอย่างไร และเติบโตอย่างยั่งยืนได้หรือไม่ (Kotsantonis et al., 2016)

○ **SDGs (Sustainable Development Goals)** คือ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) สหประชาชาติ (United Nations) ในปี 2015 ภายใต้ปฏิญญา “Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development” กำหนด ชุดเป้าหมาย ระดับโลกจำนวน 17 เป้าหมาย

ดังนั้นคำว่า “แนวคิดจริยธรรมธุรกิจ” ใน หนังสือ เล่มนี้ จึงมีแนวคิด “จริยธรรมทางธุรกิจ” บูรณาการ 3 มิติ ได้แก่ (1) พัฒนาการของแนวคิดทางทฤษฎี, (2) กรอบการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมจริยธรรมเข้ากับการตัดสินใจทางธุรกิจ, (3) การวิพากษ์ขอบเขตและข้อจำกัดของจริยธรรมในโลกธุรกิจยุคปัจจุบัน

2) **“กลไก ขับเคลื่อนผู้ประกอบการที่มีคุณค่า” Mechanism for Value-Driven Entrepreneurship** คำว่า **“กลไกขับเคลื่อน”** (mechanisms) สื่อถึง โครงสร้าง/ระบบ/เครื่องมือ หรือ ชุดของปัจจัยเชิงกระบวนการ (processes) ที่ทำให้ **“แนวคิดจริยธรรมธุรกิจ”** แปรรูปจาก **“หลักคิดเชิงนามธรรม”** ไปเป็น **“พฤติกรรมและผลลัพธ์ที่จับต้องได้”** ในระดับผู้ประกอบการ (entrepreneurs) ทุกภาคส่วน ทั้งผู้ประกอบการ การทั่วไป และกลุ่มเป้าหมายในยุค start-up, SMEs, social enterprise

ส่วน **“ผู้ประกอบการที่มีคุณค่า”** สามารถตีความได้ 2 มิติหลัก

(ก) **มิติตุณค่าทางศีลธรรม (Moral Value):** ผู้ประกอบการที่เคารพหลักความยุติธรรม ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สอดคล้องกับกรอบ Responsible Entrepreneurship และ Ethical Leadership ที่เน้นบทบาทผู้นำในการหล่อหลอมวัฒนธรรมจริยธรรม (Pless, 2007)

(ข) **มิติตุณค่าทางสังคม-เศรษฐกิจ (Socioeconomic Value):** สร้าง **“คุณค่าร่วม”** ให้ทั้งองค์กร ชุมชน และสังคม ตามแนวคิด CSV (Creating Shared Value) ของ Porter & Kramer (2011) ไม่ใช่เพียง **“ผู้ประกอบการที่มีกำไร”** แต่เป็น **“ผู้ประกอบการที่สร้างคุณค่าเชิงสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจอย่างสมดุล”**

ดังนั้น เนื้อหา ในหนังสือ จึงต้องการสื่อถึง ทั้ง **“การอธิบายทฤษฎีจริยธรรมธุรกิจ”** และ **“ก้าวไปสู่การออกแบบ “กลไก” หรือ “โมเดล” ที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำจริยธรรมไปใช้เป็นพลังขับเคลื่อนธุรกิจ** เช่น กลไกด้านธรรมาภิบาล, กลไกด้านวัฒนธรรมองค์กร, กลไกด้านกลยุทธ์ ESG/SDGs, กลไกด้านการพัฒนาผู้ประกอบการและการเรียนรู้แบบตลอดชีวิต จึงคาดหวังว่า เนื้อหาของหนังสือ จะมีการเสนอ **framework / model / roadmap** ที่ชัดเจน ทำให้ หนังสือเล่มนี้ แตกต่างจากตำราจริยธรรมธุรกิจทั่วไป

3) **“สู่ธุรกิจยุคใหม่” – Toward Modern and Sustainable Business** และหนังสือ ต้องการ ให้ข้อมูลในหนังสือ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง ดังนั้น จึงสื่อถึง **“โจทย์ร่วมสมัย”** ที่สำคัญมากในเวทีโลก ได้แก่

● **ธุรกิจยุคใหม่ (Modern Business / Next-Generation Business)** ที่มีการเชื่อมต่อกับ เทคโนโลยี ยุคใหม่ ได้แก่ บริบทของ ดิจิทัลแพลตฟอร์ม, AI, Big Data, Platform Economy, Gig Economy และ เผชิญแรงกดดันจาก Disruption ทั้งด้านเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และการแข่งขันระดับโลก