

เรื่อง	จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานบริษัท ฮาร์ทแอนด์มายด์แอฟฟारेล จำกัด
ชื่อผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กษวรรณ ขจรเสรี
แหล่งเงินทุนอุดหนุนการวิจัย	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
งบประมาณ	42,320 บาท
ระยะเวลาในการดำเนินงาน	มิถุนายน 2556 - พฤษภาคม 2557
ปีงบประมาณ	2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1.ความคิดเห็นของพนักงานต่อจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจขององค์กรและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน 2.ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร และ 3.ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจขององค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่พนักงานบริษัท ฮาร์ทแอนด์มายด์แอฟฟारेล จำกัด จำนวน 145 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร 2 กลุ่มด้วย สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1. ความคิดเห็นของพนักงานต่อจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ จริยธรรมด้านการตลาด จริยธรรมด้านสังคม จริยธรรมด้านการบริหาร และจริยธรรมด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ และความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก 2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร เป็นดังนี้ 2.1 เพศ พนักงานเพศชายและเพศหญิงมีความผูกพันระดับมาก 2.2 อายุ พนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีมีความผูกพันปานกลางและพนักงานอายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไปมีความผูกพันมาก 2.3 ระดับการศึกษา พนักงานที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีมีความผูกพันระดับมาก 2.4 รายได้ พนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความผูกพันต่อองค์กรระดับปานกลาง และพนักงานที่มีรายได้มากกว่า 10,001 บาทขึ้นไปมีความผูกพันต่อองค์กรระดับมาก 2.5 อายุงาน พนักงานที่มีอายุงานทุกระดับอายุงานมีความผูกพันต่อองค์กรระดับมาก 2.6 ตำแหน่งงาน พนักงานที่มีตำแหน่งงานทั้งผู้บริหาร/หัวหน้างานและเจ้าหน้าที่ที่มีความผูกพันระดับมาก และ 2.7 ฝ่ายงาน พนักงานทุกฝ่ายงานทั้งฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ฝ่ายบริหารจัดการ ฝ่ายบัญชีการเงิน และฝ่ายผลิต มีความผูกพันต่อองค์กรระดับมาก และ 3. จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจขององค์กร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

Title	Business Ethics Influencing Employee's Commitment of Heart and Mind Apparel Co.,Ltd.
Researcher	Assistant Professor Kasawan Kachonseree
Subsidy Resource	Southeast Asia University
Budget	42,320 baht
Operative Period	July 2012 – June 2013
Year	2014

Abstract

The purposes of this research were to study 1. the opinions of employees on business ethic and commitment to the organization 2. the personal factors affecting organizational commitment and 3) the relationship between opinions of employees about the business ethics and organization commitment. The population in this study were 145 employees of Heart and Mind Apparel Co.,Ltd. A questionnaire was used as a tool to collect data. Data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, difference between two groups, Pearson's Correlation, and content analysis.

The results of this study were as follow : 1. Employee opinions to the business ethics have a high level. Descending order as follows: marketing ethic, social ethic, administrative ethic and environmental ethic. Opinions on the organizational commitment have a high level too. 2. personal factors affecting organizational commitment as follows: 2.1 Gender ; male and female employees have a high engagement levels. 2.2 Age; employees under the age of 30 years have a moderate engagement level and older than 31 years have a high engagement level. 2.3 Education employee; both lower education and a bachelor's degree have a high level of commitment. 2.4 Income; employees who earn less than 10,000 baht have a moderate level of organizational commitment, but employees who earn more than 10,001 have a high level of organizational commitment. 2.5 years of experience; all levels have a high level of commitment. 2.6 Position; both supervisor and staff have a moderate levels of organization commitment. 2.7 Department; business development, management development, accounting-financial development and production development have a high related. And 3. The relationship between the opinions of employees on business ethic by management ethic, marketing ethic, social ethic, environment ethic and commitment to the organization have statistically related.