

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ฮาร์ตแอนด์มายด์แอฟฟारेล จำกัด” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและความผูกพันต่อองค์กร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร และ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจกับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ขอบเขตของการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่พนักงานที่ทำงานในสำนักงานของบริษัท ฮาร์ตแอนด์มายด์แอฟฟारेล จำกัด ที่ตั้ง 23/395 หมู่ 8 ซอยพวงมณีศิริชัย 1 ถนนเพชรเกษม ตำบลอ้อมใหญ่ อำเภอสองพรวน จังหวัดนครปฐม จำนวนทั้งสิ้น 145 คน พนักงานประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ผู้บริหาร/หัวหน้างาน และเจ้าหน้าที่

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่ใช้ทั้งวิธีเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาในงานวิจัยฉบับนี้ได้แก่พนักงานบริษัท ฮาร์ตแอนด์มายด์แอฟฟारेล จำกัด เฉพาะพนักงานในสำนักงานจำนวนทั้งสิ้น 145 คน

ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) ได้แก่
 - ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อายุการทำงาน ตำแหน่งงาน และฝ่ายงาน
 - จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ความผูกพันต่อองค์กร

ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่งานวิจัยนี้รวบรวมข้อมูลและศึกษาเป็นกรณีศึกษาเฉพาะของบริษัท ฮาร์ท แอนด์มายด์แอฟฟारेล จำกัด ที่ตั้ง 23/395 หมู่ 8 ซอยพวงษ์ศิริชัย1 ถนนเพชรเกษม ตำบลอ้อมใหญ่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ โดยใช้เครื่องมือซึ่งได้แก่แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ โดยแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยข้อมูล 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อายุงาน ตำแหน่งงาน และฝ่ายงาน จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฮาร์ทแอนด์มายด์แอฟฟारेล จำกัด ใน 4 ด้านประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 18 ข้อ ได้แก่จริยธรรมด้านการบริหาร 5 ข้อ จริยธรรมด้านการตลาด 5 ข้อ จริยธรรมด้านสังคม 5 ข้อ และจริยธรรมด้านสิ่งแวดล้อม 3 ข้อ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร จำนวน 13 ข้อใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทฮาร์ทแอนด์มายด์แอฟฟारेล จำกัด เป็นคำถามปลายเปิด

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ เพื่อวัดประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยทดสอบในเรื่องของค่าความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อถือ (Reliability) ดังนี้

1) การทดสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่นำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง 3 ท่านคือดร.ประทีป มากมิตร รศ.ดร.เพ็ญศรี ฉรินัง และ รศ.พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ภาษาที่ใช้และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยวิธีดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index : IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ

คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับค่านิยมของตัวแปร

คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับค่านิยมของตัวแปร

คะแนน -1 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับค่านิยมของตัวแปร

หลังจากนั้น นำผลคะแนนมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร

$$\text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

R = ค่าคะแนนรายข้อตามคุณลักษณะของผู้เชี่ยวชาญ
N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ข้อความนั้นก็เป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะของกลุ่มพฤติกรรมนั้น ถ้าข้อความถามใดมีค่าดัชนีต่ำกว่า 0.5 ข้อความนั้นถูกตัดออกไป หรือต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขใหม่ให้ดีขึ้น

2) การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ทดลองในการวิจัยไปทำการทดสอบ (Pre-test) เพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่มีความน่าเชื่อถือกับเครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบในการเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนดำเนินการเก็บข้อมูลจริง การหาค่าความเชื่อมั่นใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ .9697

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ตามหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่เอกสารตำรา วารสาร บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในการเก็บข้อมูลจากประชากรจำนวน 145 ชุด ในบริษัทฮาร์ทเอนด์มายด์แอฟฟอเรล จำกัด โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามจำนวน 145 ชุด

2.2 ผู้วิจัยทำหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์จากบริษัทในการให้พนักงานตอบ

แบบสอบถาม

2.3 เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนมาแล้วก็นำมาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล ทำการลงรหัส ประมวลผล วิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการนำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ จากนั้นนำแบบสอบถามมาลงรหัส (Coding) เพื่อทำการประมวลผลและวิเคราะห์ โดยวิธีการดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ในรูปของตารางและบรรยายประกอบ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล จะใช้ค่าความถี่ (frequency) และ ร้อยละ (percentage)

1.2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และความผูกพันต่อองค์กร จะใช้การหาค่าเฉลี่ย (population mean : μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (population standard deviation : σ) ของความคิดเห็นแต่ละข้อที่ใช้ในคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert ดังนี้ ระดับ 5 หมายถึงมากที่สุด ระดับ 4 หมายถึงมาก ระดับ 3 หมายถึงปานกลาง ระดับ 2 หมายถึงน้อย และระดับ 1 หมายถึงน้อยที่สุด

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นของพนักงานดังกล่าว มากำหนดความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ช่วงคะแนน 4.50 – 5.00 หมายถึงท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นๆ ในระดับมากที่สุด

ช่วงคะแนน 3.50 – 4.49 หมายถึงท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นๆ ในระดับมาก

ช่วงคะแนน 2.50 – 3.49 หมายถึงท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นๆ ในระดับปานกลาง

ช่วงคะแนน 1.50 – 2.49 หมายถึงท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นๆ ในระดับน้อย

ช่วงคะแนน 1.00 – 1.49 หมายถึงท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นๆ ในระดับน้อยที่สุด

1.3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับความผูกพันต่อ องค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จะใช้ผลต่างค่าเฉลี่ยประชากรระหว่าง 2 กลุ่มประชากร ($\mu_1 - \mu_2$)

1.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมกับความผูกพันต่อองค์กร จะใช้สถิติ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Population Correlation Coefficient)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากคำถามปลายเปิด ในประเด็นเกี่ยวกับการสร้างความผูกพัน ต่อองค์กรของบริษัทฮาร์ทแอนด์มายด์แอฟฟอเรล จำกัด จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปแบบเชิงพรรณนา