

## บทที่ 5

### ต้นแบบและผลการทดสอบความเหมาะสมในการใช้งาน

#### แบบวัดภาพลักษณ์องค์กร

การรายงานผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การพัฒนาต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร และ 2) ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ซึ่งผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 การพัฒนาต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร

การออกแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร” ผู้วิจัยยึดตามรูปแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรของ ศุกลิน วนาเกษมสันต์ ซึ่งได้ออกแบบไว้แล้ว หลังจาก que ผู้วิจัยทำการวิจัยต่อในเรื่องการทดสอบความถูกต้องตามโครงสร้าง (Construct Validity) และการทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability) แล้ว จึงได้แบบสอบถามชุดใหม่ที่แบ่งออกเป็น 6 ด้าน จำนวนข้อคำถาม 50 ข้อคำถาม ประกอบไปด้วย ภาพลักษณ์ด้านองค์กร จำนวน 17 ข้อคำถาม ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน จำนวน 9 ข้อคำถาม ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร จำนวน 7 ข้อคำถาม ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม จำนวน 6 ข้อคำถาม ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ จำนวน 6 ข้อคำถาม และภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ จำนวน 5 ข้อคำถาม ซึ่งนำไปทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability) ของเครื่องมือกับกลุ่มทดสอบ จำนวน 30 คน ได้ค่า Alpha ( $\alpha$ ) เท่ากับ .9808 แบบสอบถามมีลักษณะเป็นดังนี้

**ต้นแบบ**  
**แบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กร**  
**(ชื่อองค์กร).....**

ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อโดยครบถ้วนตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่อการวิจัย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีจำนวน 50 ข้อ ให้ท่านพิจารณาข้อคำถามทั้งหมดว่าเป็นจริงตามคุณลักษณะขององค์กรหรือความคิดของท่านมากน้อยเพียงใด ถ้าสอดคล้องเป็นจริงตรงตามคุณลักษณะหรือความรู้สึกของท่านให้เลือกในช่อง “จริงที่สุด” ถ้าไม่สอดคล้องหรือไม่เป็นจริงตามคุณลักษณะหรือความรู้สึกของท่านให้เลือกในช่อง “ไม่จริง”

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ○ ที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ภาพลักษณ์ด้านองค์กร		ความคิดเห็น				
1	ท่านคิดว่า องค์กรมีระบบการบริหารงานที่ดี	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
2	ท่านคิดว่า องค์กรมีนโยบายการทำงานที่ชัดเจน	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
3	ท่านคิดว่า องค์กรเป็นองค์กรที่ “ไม่” มีความมั่นคง	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
4	ท่านคิดว่า องค์กรเป็นองค์กรที่ล้ำสมัย	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
5	ท่านคิดว่า องค์กร “ไม่ได้” เป็นองค์กรชั้นนำของประเทศ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
6	ท่านคิดว่า องค์กร เป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการให้แก่สังคมได้	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
7	ท่านคิดว่าองค์กรมีการพัฒนาวิธีการทำงานอยู่เสมอ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
8	ท่านคิดว่า องค์กร เปิดโอกาสให้พนักงานก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
9	ท่านเข้าใจว่า องค์กร มีการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
10	ท่านคิดว่า องค์กร เป็นองค์กรที่ ขาด ความรับผิดชอบ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
11	ท่านคิดว่า องค์กร ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
12	ท่านคิดว่า องค์กร มีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
13	ท่านคิดว่า องค์กร มีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
14	ท่านคิดว่า องค์กร สามารถอำนวยความสะดวกในทุกเรื่อง	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ

ภาพลักษณ์ด้านองค์กร (ต่อ)		ความคิดเห็น				
15	ท่านรู้สึกว่ องค์กร บริหารงานภายใต้กรอบของกฎหมาย	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
16	ท่านคิดว่า องค์กร มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้บริโภค	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
17	ท่านคิดว่าบุคคลภายนอกอยากจะทำางานที่องค์กร	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน		ความคิดเห็น				
18	ท่านคิดว่าพนักงานของ องค์กร มีบุคลิกภาพดี	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
19	ท่านคิดว่าพนักงานของ องค์กร ขาดทักษะในการสื่อสาร	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
20	ท่านรู้สึกว่พนักงานของ องค์กร ทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
21	ท่านรู้สึกว่พนักงานของ องค์กร ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
22	ท่านคิดว่าพนักงานของ องค์กรมีมนุษยสัมพันธ์ดี	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
23	ท่านคิดว่าพนักงานของ องค์กร ให้ข้อมูลตรงกับความต้องการ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
24	ท่านคิดว่ากาแต่งกายของพนักงานของ องค์กร "ไม่" เหมาะสม	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
25	ท่านคิดว่าพนักงานของ องค์กร มีความรับผิดชอบ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
26	ท่านรู้สึกพอใจความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน องค์กร	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร		ความคิดเห็น				
27	ท่านคิดว่าผู้บริหารของ องค์กร เป็นผู้ที่ไม่มีความรู้ความสามารถ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
28	ท่านคิดว่าผู้บริหารของ องค์กร "ไม่" เป็นที่ยอมรับนับถือ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
29	ท่านคิดว่าผู้บริหารของ องค์กร เป็นผู้ที่ขาดวิสัยทัศน์	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
30	ท่านคิดว่าผู้บริหารของ องค์กรมีบุคลิกภาพดี	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
31	ท่านคิดว่าผู้บริหารของ องค์กรเป็นคนซื่อสัตย์	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
32	ท่านคิดว่าผู้บริหารของ องค์กร มีความเป็นผู้นำ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
33	ท่านคิดว่าผู้บริหารของ องค์กรทำธุรกิจอย่างตรงไปตรงมา	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ

ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	ความคิดเห็น				
34 ท่านคิดว่า องค์กร เป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการจ้างงาน	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
35 ท่านคิดว่า องค์กร เป็นองค์กรที่ละเอียดต่อปัญหา สิ่งแวดล้อม	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
36 ท่านคิดว่า องค์กร เป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุน กิจกรรมของสถาบันการศึกษา	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
37 ท่านคิดว่า องค์กร เป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุน ทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชน	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
38 ท่านคิดว่า องค์กร เป็นองค์กรที่ "ไม่" คำนึงถึงความ ปลอดภัยของประชาชน	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
39 ท่านคิดว่า องค์กร เป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการ หมุนเวียนเงินทุนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ	ความคิดเห็น				
40 ท่านรู้สึกว่าคุณค่า/บริการของ องค์กร สามารถ ตอบสนองความต้องการของท่านได้	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
41 ท่านเข้าใจว่าคุณค่า/บริการของ องค์กร ได้มาตรฐาน	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
42 ท่านเห็นว่าสินค้า/บริการของ องค์กร มีความ หลากหลาย	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
43 ท่านรู้สึกว่าคุณค่า/บริการของ องค์กร มีความคุ้มค่า ด้านราคา	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
44 ท่านเห็นว่าสินค้า/บริการของ องค์กร สามารถให้ ความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันได้	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
45 ท่านคิดว่าสินค้า/บริการของ องค์กร มีคุณภาพดี	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคารและ สถานที่	ความคิดเห็น				
46 ท่านคิดว่า องค์กร มีการออกแบบอาคารสถานที่อย่าง ลงตัว	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
47 ท่านคิดว่า องค์กร มีการตกแต่งภายในที่สวยงาม	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
48 ท่านคิดว่า องค์กร มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้ มาตรฐาน	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
49 ท่านคิดว่า องค์กร มีระบบการดูแลความสะอาดที่ไม่มี ประสิทธิภาพ	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ
50 ท่านคิดว่า องค์กร มีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ครบ ครัน	<input type="radio"/> จริงที่สุด	<input type="radio"/> ค่อนข้างจริง	<input type="radio"/> ไม่ค่อยจริง	<input type="radio"/> ไม่จริง	<input type="radio"/> ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ค่ะ

## ส่วนที่ 2 การทดสอบความเหมาะสมในการใช้งานแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร

ความเหมาะสมในการใช้งานของแบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กร จะช่วยพัฒนาแบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กรให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตามที่ศุภลิน วนาเกษมสันต์ เสนอแนะให้มีการทดสอบในเรื่องความเหมาะสมในการใช้งาน ซึ่งจะช่วยพัฒนาแบบสอบถามวัดภาพลักษณ์ให้สมบูรณ์ และสามารถนำไปใช้งานได้จริง โดยการทดสอบความเหมาะสมในการใช้งานของแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร จะดูในด้านเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับองค์กรที่ใช้วัด ความสะดวกสบายในการวัดภาพลักษณ์ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการทดสอบโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารจาก 5 กลุ่มองค์กรที่มีความแตกต่างตามลักษณะวัตถุประสงค์ขององค์กร คือ องค์กรทางเศรษฐกิจ องค์กรทางการเมือง องค์กรทางสังคม องค์กรทางด้านความปลอดภัยของประชาชน และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร พิจารณาด้านแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรนั้น โดยประเด็นคำถามมีดังต่อไปนี้

- แบบสอบถามมีความเหมาะสมกับการใช้วัดภาพลักษณ์องค์กรของท่านหรือไม่ มากน้อยเพียงใด อะไรที่เหมาะสม อะไรที่ไม่เหมาะสม เพราะอะไร
- แบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กรมีความสะดวกในการใช้งานมากน้อยเพียงใด เพราะอะไร
- ท่านมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการใช้แบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กรนี้อย่างไร โปรดบรรยายละเอียด

### ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์ของตัวแทนจาก 5 ประเภทองค์กรนั้นผู้วิจัยขอนำเสนอความคิดเห็นตามประเด็นการสัมภาษณ์ โดยแต่ละประเด็นมีรายละเอียดดังนี้

## ประเด็นที่ 1 ความเหมาะสมในการใช้งานของต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในเรื่องความเหมาะสมของต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร ว่าภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์ดีที่สามารถนำไปใช้ในองค์กรได้จริง โดยแสดงว่าคิดเห็นเรื่องความเหมาะสมในการแบ่งด้านของภาพลักษณ์องค์กรออกเป็น 6 ด้านนั้นมีความชัดเจนดีโดยผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละท่านกล่าวว่า

“ในความคิดเห็นคิดว่าแบบสอบถามแบ่งด้านเป็น 6 ด้านก็ถือว่าเหมาะสมกับองค์กรนะคะ และที่แบ่งเป็น 6 ด้านถือว่าครอบคลุมในทุกด้านที่เราทำอยู่คะและคนที่จะตอบแบบสอบถามก็สามารถนึกภาพออกได้อย่างชัดเจน”

(ญัฐริกา จันทอินทร์, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2554)

“รูปแบบโดยรวมของแบบสอบถามโอเคเลยคะ เหมาะกับการเป็นแบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กร มีการแบ่งด้านที่ชัดเจนดี 6 ด้านที่แบ่งมาที่ว่ามันก็โอเค มองออกได้ง่าย”

(วิรดา วัฒนการ, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2554)

“ผมคิดว่าโดยรวมแบบสอบถามมีความเหมาะสมนะ ในส่วนของการแบ่งด้านเป็น 6 ด้าน ก็ถือว่าสมควรดี”

(สมหมาย ใจวิสกุล, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2554)

“ถือว่าเหมาะสมที่จะใช้เป็นแบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กรครับมีการแบ่งด้านชัดเจน เข้าใจง่าย”

(ปิยะ หาญวรวงค์ชัย, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2554)

“ถ้าถามผม ผมคิดว่าแบบสอบถามนี้เหมาะสมครับ สามารถนำไปใช้วัดภาพลักษณ์องค์กรได้ ด้านแต่ละด้านที่แบ่งมา ผมว่ามันก็แบ่งได้ชัดเจนดีอยู่”

(วีระศักดิ์ พุทธาศรี, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2554)

นอกจากความเหมาะสมในภาพรวมของแบบสอบถาม และการแบ่งด้าน 6 ด้านที่ถือว่าครอบคลุมดีแล้ว หากมองในเรื่องของความเหมาะสมของข้อคำถามในแต่ละด้านแล้ว ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นมีดังต่อไปนี้

### 1. ข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านองค์กร

ความเหมาะสมของข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านองค์กรนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าคิดเห็นตรงกันในเรื่องของความเหมาะสมโดยรวมของข้อคำถาม หากแต่มีคำแนะนำในการปรับใช้ภาษาเพื่อให้ตรงกับลักษณะประเภทขององค์กรดังต่อไปนี้

“ข้อคำถามด้านองค์กรมองคร่าวๆ นั้นถือว่าสามารถนำมาใช้วัดได้ ยิ่งในคำถามเรื่อง ระบบการบริหารจัดการงาน นโยบายนั้น ถือว่าเป็นคำถามที่ดี”

(วิรดา วัฒนการ, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2554)

“ถ้ามองภาพรวมของข้อคำถามในด้านองค์กร ถือว่าใช้ได้ครับ แต่อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยน และเพิ่มเติมอีกหน่อย”

(วีระศักดิ์ พุทธาศรี, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2554)

“คำถามด้านองค์กรถือว่าใช้ได้ครับ แต่สำหรับคำที่ใช้บางคำอาจจะต้องเปลี่ยนนะ ครับ เช่นข้อที่ 16 คำถามเรื่องสัมพันธภาพผู้บริโภค ซึ่งเราไม่มีผู้บริโภค คงต้องเปลี่ยนคำเสียใหม่”

(ปิยะ หาญรวงศ์ชัย, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2554)

“ภาพรวมข้อการใช้คำถามวัดภาพลักษณ์ด้านองค์กรมีเกณฑ์ที่ดี แต่ในบางข้อคำถามถ้าจะนำมาใช้กับองค์กรตำรวจ อาจจะต้องตัดทิ้ง เช่นคำถามที่ว่า องค์กรเป็นองค์กรชั้นนำของประเทศ เพราะเราเป็นองค์กรของรัฐบาลคงไม่ต้องไปแข่งเพื่อเป็นองค์กรชั้นนำ...”

(สมหมาย ใจสกุล, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2554)

“ในความคิดเห็นส่วนตัว คิดว่าคำถามด้านองค์กรเหมาะสมและดีมากค่ะ ทุกข้อคำถามสามารถนำมาใช้กับการวัดภาพลักษณ์องค์กรของเราได้ดีเลยทีเดียว”

(ณัฐสิฎา จันทอินทร์, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2554)



## 2. ข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านพนักงาน

ความเหมาะสมของข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านพนักงานนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนให้ความเห็นว่าคิดเห็นตรงกันในเรื่องของความเหมาะสมโดยรวมของข้อคำถาม และจำนวนข้อคำถามที่มีความเหมาะสมดีมากโดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“ข้อคำถามด้านพนักงาน จำนวนข้อความกำลังดี และคำถามครอบคลุมในเรื่องพนักงานดีและเป็นคำถามที่ใช้วัดภาพลักษณ์ด้านพนักงานได้ดีด้วย”

(วิรดา วัฒนการ, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2554)

“ด้านพนักงาน ผมว่าเหมาะสมทุกข้อ ไม่มีส่วนที่ต้องแก้ไข เหมาะสมดีแล้วสำหรับนำมาใช้วัดภาพลักษณ์ด้านพนักงานครับ”

(วิระศักดิ์ พุทธาศรี, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2554)

“คำถามด้านพนักงานดีเลยครับ ครอบคลุม และชัดเจน เข้าใจง่าย จำนวนข้อกำลังดี”

(ปิยะ หาญวรงค์ชัย, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2554)

“ความเหมาะสมของข้อคำถามด้านพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ตำรวจครอบคลุมดีข้อคำถามจำนวน 9 ข้อสามารถถามได้ครบถ้วนดีครับ”

(สมหมาย ใจวงศ์กุล, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2554)

“การวัดภาพลักษณ์พนักงานถือว่าเหมาะสมมากค่ะ เพราะบริษัทเราเน้นเรื่องคุณภาพพนักงานมาก ข้อคำถามด้านพนักงานทั้งหมด 9 ข้อ เป็นคำถามที่ดีมาก เพราะเราสามารถนำเอาผลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการ นำมาแก้ไขข้อบกพร่องของพนักงานได้เลย”

(ณัฐริกา จันทอินทร์, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2554)

### 3. ข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร

ความเหมาะสมของข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่าคิดเห็นตรงกันในเรื่องของความเหมาะสมโดยรวมของข้อคำถาม และจำนวนข้อคำถามที่ใช้สอบถาม แต่มีข้อแนะนำในส่วนของระดับของผู้บริหารว่าในแบบสอบถามกำลังจะถามถึงผู้บริหารระดับใด และกำลังจะใช้แบบสอบถามนี้กับกลุ่มเป้าหมายใด โดยผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละท่านกล่าวว่า

“คำถามวัดภาพลักษณ์ผู้บริหารนั้น ถ้ามองในมุมของข้อคำถามที่ใช้ถามนั้นเป็นข้อคำถามที่สามารถวัดภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารได้ดีทีเดียว แต่คำว่าผู้บริหารนั้นอาจจะดูกว้างไปสำหรับคนตอบแบบสอบถาม อย่างเช่นบริษัทเราผู้บริหารนั้นอาจจะไม่ได้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายที่จะมาตอบแบบสอบถามนั้นคือผู้ใช้บริการ ซึ่งคำว่าผู้บริหารในที่นี้ ก็จะหมายถึงผู้จัดการคนที่ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้มากกว่า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าเรากำลังจะไปถามกลุ่มเป้าหมายกลุ่มไหนด้วย”

(ญัฐริกา จันทอินทร์, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2554)

“7 ข้อสำหรับคำถามด้านภาพลักษณ์ผู้บริหารมีความเหมาะสม แต่ในเทศบาลเมืองอโยธยาผู้บริหารหลายระดับนะคะ หากจะต้องถามเรื่องภาพลักษณ์ผู้บริหาร แนะนำให้ใส่ตำแหน่งไปด้วยเลย คนที่ตอบแบบสอบถามจะได้ไม่สับสนว่ากำลังจะถามถึงคนไหน”

(วิรดา วัฒนการ, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2554)

“เรื่องข้อความนั้นอยู่ในเกณฑ์ดีครับ มีคำถามเรื่องความรู้ความสามารถ วิสัยทัศน์ บุคลิกภาพ และความเป็นผู้นำ ซึ่งคิดว่าเหมาะสมกับการนำมาใช้วัดภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร แต่สำหรับองค์กรเรา อาจจะต้องเปลี่ยนคำว่า ผู้บริหาร เป็น ผู้อำนวยการ เพื่อให้เข้ากับตำแหน่งของผู้บริหารขององค์กรและง่ายต่อความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม”

(วีระศักดิ์ พุทธาศรี, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2554)

“ความเหมาะสมด้านข้อคำถามใช้ได้ จำนวนข้อคำถามเหมาะสมดี แต่คำว่าผู้บริหารเราต้องดูว่าเรากำลังจะสอบถามถึงผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาระดับไหน ผบ.ตร. หรือว่า ผู้กำกับ การสถานีตำรวจ ให้ชี้แจงไปให้ชัดเจนในแบบสอบถามเลยจะดีกว่า”

(สมหมาย ไชวสกุล, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2554)

#### 4. ข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ความเหมาะสมของข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่าคิดเห็นตรงกันในเรื่องของความเหมาะสมโดยรวมของข้อคำถาม และจำนวนข้อคำถามที่ใช้สอบถาม แต่ในบางคำถามนั้นองค์กรของผู้ให้สัมภาษณ์ ไม่ได้ทำกิจกรรมนั้น โดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“คำถามวัดภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมนั้นใช้ได้เลย ทั้งเรื่องการจ้างงาน ปัญหาสิ่งแวดล้อม และการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ตรงกับสิ่งที่เราทำและเป็นสิ่งที่องค์กรเราอยากสอบถามกลุ่มตัวอย่างของเราด้วย”

(ญัฐริกา จันทรอินทร์, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2554)

“ในข้อคำถามด้านนี้ดีมากเลยคะ เพราะว่าองค์กรเราเป็นองค์กรที่เกี่ยวข้องกับประชาชนในท้องถิ่นที่เราดูแล สามารถนำมาใช้ได้จริง”

(วิรดา วัฒนการ, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2554)

“ข้อคำถามใช้ได้ครับ แต่อย่างสำนักงานเราอาจจะไม่ได้ทำในบางข้อนะครับ ดังนั้นอาจจะมีการปรับเปลี่ยนหรือตัดทอนลงนะครับถ้าเราจะนำมาใช้จริง เช่นคำถามเรื่ององค์กรเป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินทุนในระบบเศรษฐกิจของประเทศนะครับ เพราะเราเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร”

(วีระศักดิ์ พุทธาศรี, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2554)

“ผมคิดว่าข้อความที่ใช้ถามใช้ได้ดีมาก ยิ่งในเรื่องความปลอดภัยของประชาชนด้วยแล้ว สามารถนำมาวัดภาพลักษณ์ของตำรวจได้ดีทีเดียว แต่เรื่องระบบหมุนเวียนเศรษฐกิจอันนี้จะออกไปทางธุรกิจมากกว่าองค์กรด้านตำรวจ เราคงไม่ได้ใช้คำถามนี้”

(สมหมาย ใจสกุล, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2554)

“โดยรวมข้อความก็มีความเหมาะสมดี แต่ในคำถามข้อสุดท้ายเรื่องการหมุนเวียนเงินทุนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ไม่ค่อยเกี่ยวข้องกับองค์กรนะครับ คำถามนั้นจะเน้นด้านธุรกิจเสียมากกว่า”

(ปิยะ หาญวรวงศ์ชัย, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2554)

## 5. ข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ

ความเหมาะสมของข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่าคิดเห็นตรงกันในเรื่องของความเหมาะสมโดยรวมของข้อคำถาม และจำนวนข้อคำถามที่ใช้สอบถาม แต่ได้แนะนำเพิ่มเติมให้มีการเลือกใช้คำว่า สินค้า หรือ บริการ อย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของประเภทขององค์กร และอาจจะต้องเปลี่ยนเป็นคำอื่น เช่นคำว่า กิจกรรม สำหรับองค์กรที่เป็นมูลนิธิ และองค์กรไม่แสวงหากำไรตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวไว้ดังนี้

“ถ้าถามเรื่องข้อความด้านสินค้าและบริการ สำหรับองค์กรของเรานั้นเหมาะสมมาก เพราะเรามีทั้งสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าอยู่แล้ว และทุกข้อที่ถาม ถือว่าสามารถวัดภาพลักษณ์ได้ดีมาก”

(ณัฐริกา จันทรอินทร์, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2554)

“ข้อคำถามโดยรวมมีความเหมาะสม แต่ทางเทศบาลเมืองอโยธยานั้นเราให้แต่การบริการ จึงขอให้ตัดคำว่า สินค้าออกเลยนะคะ”

(วิรดา วัฒนการ, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2554)

“ในด้านข้อความที่ใช้วัดด้านสินค้าและบริการนั้น สำนักงานของเราเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร ดังนั้นในส่วนของสินค้าและบริการ อาจจะใช้คำว่า กิจกรรมแทน ซึ่งน่าจะเหมาะสมและตรงประเด็นมากกว่า”

(วีระศักดิ์ พุทธาศรี, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2554)

“ตำรวจเราไม่มีสินค้า จะมีแต่ด้านการบริการเท่านั้น แต่เพื่อให้คำดูดี ขอแนะนำให้เพิ่มเป็น ด้านการบริการประชาชน จะดีกว่า”

(สมหมาย ใจสกุล, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2554)

“ข้อความนี้อาจจะต้องมีการแก้ไขเล็กน้อยครับ ให้เข้ากับลักษณะขององค์กรที่เป็นมูลนิธิ น่าจะใช้คำว่ากิจกรรม หรือ ผลงานมากกว่า”

(ปิยะ หาญวรวงศ์ชัย, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2554)

## 6. ข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคารและสถานที่

ความเหมาะสมของข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคารและสถานที่นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเห็นด้วยในเรื่องความเหมาะสมในเรื่องจำนวนข้อคำถามที่ใช้สอบถาม แต่ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านได้แนะนำให้แก้ไขข้อความให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ซึ่งคำแนะนำในเรื่องการเปลี่ยนคำจะนำเสนอในประเด็นที่ 3 เรื่องข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างข้อเสนอแนะในการเปลี่ยนคำ ดังนี้

“โดยรวมเป็นคำถามที่ใช้ได้ ผมแนะนำให้เปลี่ยน และเพิ่มคำให้เหมาะสมอีกซักนิดครับ เช่น คำถามที่ว่า “ท่านคิดว่าองค์กรมีการออกแบบอาคารสถานที่อย่างลงตัว” ขอให้เพิ่มเป็น “ท่านคิดว่าองค์กรมีการออกแบบอาคารสถานที่อย่างลงตัว เหมาะสมกับการทำงาน...”

(วีระศักดิ์ พุทธาศรี, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2554)

“คำถามทั้ง 5 คำถามเป็นคำถามเหมาะสม แต่สำหรับข้อสุดท้าย ขอให้เปลี่ยนคำว่าครบครัน เป็น ครบเพียงพอ”

(วิรดา วัฒนการ, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2554)

นอกจากความชัดเจนในการแบ่งด้านแต่ละด้านของแบบสอบถามและความเหมาะสมของข้อความในแต่ละด้านทั้ง 6 ด้านในภาพรวมแล้ว ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในเรื่องจำนวนของข้อคำถามที่มีจำนวนมาก โดยเฉพาะในด้านองค์กรที่มีถึง 17 ข้อคำถาม อาจทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความเบื่อหน่ายและอาจจะตอบแบบสอบถามแบบไม่ได้คิดพิจารณาอย่างถี่ถ้วนได้

“ในความคิดเห็นผมคิดว่าจำนวนข้อมันออกจะเยอะไปหน่อย 50 ข้อนี้โดยเฉพาะคำถามด้านองค์กร 17 ข้อ ผมคิดว่ามันอาจจะทำให้คนตอบแบบสอบถามเบื่อก่อนนะ แล้วคุณอาจจะไม่ได้คำตอบที่แท้จริง ผมคิดว่าถ้ามีสัก 30-40 ข้อ น่าจะดีกว่าไหม?”

(ปิยะ หาญวรวงศ์ชัย, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2554)

“ข้อคำถามเยอะนะครับ ต้องระวังด้วยถ้าคนที่เราไปให้เขาตอบอาจเบื่อ หรือซีเกียจเสียก่อนนะครับ แล้วผลที่ออกมาจะไม่ได้อย่างที่มันเป็นจริง เคยเห็นซีใหม่ครับที่คนซีดมั่วๆ ไปขอให้เสรีๆ ไปที่ ยิ่งด้านองค์กรที่มี 17 ข้อ ถือว่าเยอะมากนะครับ”

(วีระศักดิ์ พุทธาศรี, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2554)

“คำถาม 50 ข้อ ผมคิดว่ามากไปนิดนึงนะ ถ้าจะเอาไปถามประชาชน เดี่ยวเขาเห็นแล้วจะซีเกียจทำเสียก่อนละสิ...”

(สมหมาย ใจวสุกุล, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2554)

“คำถามเยอะอยู่นะคะในส่วนของด้านองค์กร ต้องระวังนะเผื่อว่าประชาชนเขาจะตอบแบบขอไปที แต่ในส่วนข้อคำถามด้านอื่นๆ ถือว่าโอเคแล้ว มี 7 ข้อบ้าง 6 ข้อบ้าง 5 ข้อบ้าง ถือว่าใช้ได้...”

(วิรดา วัฒนการ, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2554)

จากความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ในเรื่องของจำนวนข้อที่มีมากซึ่งอาจทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเบื่อก่อนหน้านั้น แต่เนื่องจากการออกแบบแบบสอบถามมีการแบ่งด้านที่ชัดเจนเด่นชัด ก็สามารถทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เกิดความเบื่อก่อนหน้าได้ ดังเช่นคำถามกล่าวของ ด.ต. สมหมาย ใจวสุกุล และคุณวิรดา วัฒนการ ที่ว่า

“...แต่ยังดีที่แบบสอบถามมีการแบ่งให้เห็นแต่ละด้านของข้อคำถามแต่ละข้อดี การใช้สีเน้นตรงส่วนหัวข้อแต่ละด้านก็ช่วยให้คนที่จะตอบแบบสอบถามมองภาพออกได้ดี”

(สมหมาย ใจวสุกุล, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2554)

“...ส่วนการวางรูปแบบแบบสอบถามที่แบ่งหัวข้อชัดเจน มีการเพิ่มตัวหน้า และใส่สีเพื่อเห็นและอ่านได้ง่ายที่ว่ามันช่วยได้เยอะเลย เพราะแบบสอบถามเรามีข้อคำถามมาก จุดนี้ถือว่าดี”

(วิรดา วัฒนการ, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2554)

จากการสัมภาษณ์ในเรื่องของความเหมาะสมของแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรฉบับนี้สามารถสรุปได้ว่า แบบสอบถามนี้ภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดีมากและมีความเหมาะสม หากแต่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนการใช้ถ้อยคำ เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะขององค์กรที่มีความแตกต่างกันออกไป

## ประเด็นที่ 2 ความสะดวกในการใช้งานของต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร

จากการสัมภาษณ์ในเรื่องของความสะดวกในการใช้งานของต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรฉบับนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันว่าต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรฉบับนี้มีความสะดวกในการใช้งานมาก เนื่องจากมีการออกแบบที่เหมาะสม เนื้อหาในข้อคำถามมีครบถ้วน มีการแบ่งภาพลักษณ์ออกเป็น 6 ด้านนั้นถือว่าครบทุกด้านขององค์กร เหมาะสำหรับเป็นต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร ที่แต่ละองค์กรสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรของตนเองได้ ดังที่คุณ วิรดา วัฒนการ กล่าวไว้ว่า

“...ถ้าหากมองในเรื่องความสะดวกในการใช้งานของแบบสอบถาม พี่คิดว่ามีความสะดวกอย่างมาก ที่องค์กรจะนำแบบสอบถามนี้ไปใช้เป็นตัวอย่างของการออกแบบแบบสอบถามของแต่ละองค์กร ซึ่งแน่นอนว่าหากต้องนำมาใช้จริง คงต้องมีการปรับเปลี่ยนบ้าง แต่ถือว่าแบบสอบถามฉบับนี้เป็นต้นแบบที่ดีเลยทีเดียว”

(วิรดา วัฒนการ, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2554)

“ถ้าถามเรื่องความสะดวกในการใช้งาน แบบสอบถามนี้ก็สะดวกที่จะนำมาปรับใช้กับองค์กร เพราะแต่ละองค์กรก็มีนโยบายและเรื่องที่มีมุ่งเน้นต่างกันไป ก็ถือว่าแบบสอบถามนี้สะดวกทีเดียวถ้าองค์กรตำรวจจะนำมาใช้ก็เพียงแค่ปรับแต่งข้อความให้เข้ากับองค์กรก็ใช้ได้แล้ว”

(สมหมาย ใจสกุล, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2554)

“ในเรื่องความสะดวกของแบบสอบถามนี้ ผมว่าแบบสอบถามนี้สะดวกในการนำไปใช้เป็นตัวอย่าง และแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อวัดภาพลักษณ์ของแต่ละองค์กร เพราะการออกแบบแบบสอบถามที่มีการแบ่งด้านของภาพลักษณ์แต่ละด้านครบถ้วนรวมทั้งข้อคำถามที่ภาพรวมครบถ้วนดี ซึ่งง่ายต่อองค์กรที่จะนำแบบสอบถามนี้ไปปรับ และประยุกต์ใช้”

(ปิยะ หาญวรวงศ์ชัย, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2554)

“เรื่องความสะดวกในการใช้งานของแบบสอบถามนี้ ผมให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก ในส่วนของความสะดวกในการนำแบบสอบถามมาปรับใช้ และพัฒนาเป็นแบบสอบถามที่ใช้งานได้จริงของแต่ละองค์กรที่อยากจะมีแบบสอบถามเพื่อวัดภาพลักษณ์ขององค์กรตัวเองนะครับ”

(วีระศักดิ์ พุทธาศรี, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2554)

“ในมุมมองของตัวเองคิดว่าแบบสอบถามนี้มีความสะดวกในการใช้งานค่ะ แบบจะไม่ได้ปรับเปลี่ยนอะไรมากมาย เพราะในเรื่องของด้านของภาพลักษณ์ที่แบ่งมา 6 ด้าน และความเหมาะสมของข้อความที่ใช้เป็นคำถาม ก็มีความเหมาะสมดีมากอยู่แล้ว มีเหลืออาจจะต้องมานั่งดูในส่วนของนโยบาย และแผนงานขององค์กร ว่ามีส่วนเพิ่มเติมอื่นๆ อีกไหม ที่เราอยากจะเพิ่มไปในแบบสอบถามของเราเท่านั้นเอง”

(ญัฐริกา จันทอินทร์, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2554)

### ประเด็นที่ 3 ข้อเสนอแนะในการปรับใช้งานต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร

จากความคิดเห็นข้างต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นที่ 1 เรื่องความเหมาะสมในการใช้งานของต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร และ ประเด็นที่ 2 เรื่องความสะดวกในการใช้งานของต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์มีข้อเสนอแนะในการปรับใช้งานแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรก่อนการใช้งานเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะขององค์กรเป็น 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่ 1) การปรับจำนวนข้อคำถาม 2) การปรับคำในข้อคำถาม และ 3) เลือกใช้มาตรวัดแบบมีค่ากลาง (5 ระดับ) และไม่มีค่ากลาง (4 ระดับ) ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอรายละเอียดในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

## 1. การปรับจำนวนข้อคำถาม

การปรับจำนวนข้อคำถามที่มีจำนวนมากและไม่เข้ากับลักษณะของประเภทองค์กรนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นพ้องกันว่าในด้านองค์กรที่มีจำนวน 17 ข้อคำถามนั้นมีจำนวนมากเกินไป ผู้ให้สัมภาษณ์จึงแนะนำให้ตัดลดข้อคำถามออกดังนี้

นพ.ดร. ปิยะ หาญวรวงศ์ชัย และ ผศ.ทพ.ดร.วีระศักดิ์ พุทธาศรีแนะนำให้ตัดคำถามข้อ 8 ท่านคิดว่าองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ คำถามข้อ 9 ท่านคิดว่าองค์กรมีการฝึกอบรมให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ และคำถามข้อที่ 14 ท่านคิดว่าองค์กรสามารถอำนวยความสะดวกในทุกเรื่องออกเนื่องจากมีความคิดเห็นว่าเป็นคำถามที่ใช้วัดภาพลักษณ์องค์กรได้น้อย

ในขณะที่ ด.ต. สมหมาย ใจวสุกุล และคุณวิรดา วัฒนการ แนะนำให้ตัดคำถามข้อ 3 ท่านคิดว่าองค์กรเป็นองค์กรที่ไม่มีความมั่นคง คำถามข้อ 5 ท่านคิดว่าองค์กรไม่ได้เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศ คำถามข้อ 43 ท่านเห็นว่าสินค้าและบริการขององค์กรมีความคุ้มค่าด้านราคา ออกเนื่องจากลักษณะขององค์กรตำรวจ และองค์กรการเมืองท้องถิ่น เป็นองค์กรภาครัฐ คำถามนี้จึงสามารถตัดออกได้

นอกจากข้อคำถามภาพลักษณ์ด้านองค์กร ที่ผู้ให้สัมภาษณ์เสนอให้มีการลดทอนตัดทิ้งออกแล้วนั้น ยังมีข้อคำถามในด้านภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่ ด.ต. สมหมาย ใจวสุกุล และคุณวิรดา วัฒนการ แนะนำให้ตัดคำถามข้อที่ 39 ท่านคิดว่าองค์กรเป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินทุนในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้เนื่องการลักษณะขององค์กรไม่เกี่ยวข้องกับข้อคำถามนั้น

## 2. การปรับคำในข้อคำถาม

สำหรับการปรับคำในข้อคำถาม เนื่องจากความแตกต่างของลักษณะประเภทองค์กร ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนคำในข้อคำถามเพื่อให้เข้ากับลักษณะขององค์กร จากการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ความคิดเห็นว่าข้อความในแต่ละข้อคำถามนั้นจะเป็นคำถามสำหรับองค์กรธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นผู้ให้สัมภาษณ์จึงได้เสนอให้มีการปรับเปลี่ยน หรือแก้ไขคำให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละองค์กร ซึ่งในกรณีนี้ผู้วิจัยขอแสดงความคิดเห็นแยกตามลักษณะประเภทองค์กรเพื่อเป็นแนวทางในการปรับข้อความในการใช้งานจริงของแต่ละองค์กร ดังนี้

### องค์กรทางเศรษฐกิจ: บริษัท ฟิตเนส เฟริส ประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นในการปรับแก้ข้อความ ดังต่อไปนี้

- มีข้อคำถามเชิงลบผสมอยู่ในแบบสอบถาม แนะนำให้ใช้ข้อคำถามเชิงบวกถามในประเด็นที่ได้คำตอบที่ต้องการเหมือนกันจะดีกว่า เช่นคำถามข้อที่ 3 คำถามข้อที่ 24 คำถามข้อที่ 27 ที่มีคำว่า “ไม่” อยู่สามารถตัดคำว่า ไม่ ออกได้และจะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจง่าย ไม่สับสน
- เสนอแก้ไขข้อความข้อ 14 โดยให้เพิ่มว่า องค์กรให้ความสำคัญแก่ใคร ในทุกเรื่อง เช่น องค์กรให้ความสำคัญแก่สมาชิกในทุกเรื่อง

### องค์กรทางการเมือง: เทศบาลเมืองอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นในการปรับแก้ข้อความ ดังต่อไปนี้

- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 11 จากคำว่า “การดำเนินธุรกิจ” เป็น “การดำเนินงาน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 16 จากคำว่า “ผู้บริโภค” เป็น “ประชาชน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 33 จากคำว่า “ทำธุรกิจ” เป็น “บริหารงาน”
- เสนอแก้ไขหัวข้อ “ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ” เป็น “ภาพลักษณ์ด้านการบริการประชาชน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 44 จากคำว่า “ท่านเห็นว่าสินค้า/บริการขององค์กรให้ความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันได้” เป็น “ท่านได้รับความสะดวกในการติดต่อราชการกับองค์กร”

## องค์กรทางด้านความปลอดภัยของประชาชน: สถานีตำรวจนครบาล ประชาชื่น

ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นในการปรับแก้ข้อความ ดังต่อไปนี้

- ในหัวข้อภาพลักษณ์ด้านพนักงาน เสนอแก้ไขคำว่า “พนักงาน” เป็น “เจ้าหน้าที่ตำรวจ”
- ในหัวข้อภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร เสนอแก้ไขคำว่า “ผู้บริหาร” เป็น “ผู้บังคับบัญชา”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 11 จากคำว่า “การดำเนินธุรกิจ” เป็น “การดำเนินงาน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 16 จากคำว่า “ผู้บริหาร” เป็น “ประชาชน”
- เสนอแก้ไขข้อความเชิงลบในแบบสอบถาม ให้ใช้เป็นข้อความเชิงบวกถามโดยตัดคำว่า “ไม่” ในคำถามข้อที่ 27 และ คำถามข้อที่ 28 ออก
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 33 จากคำว่า “ทำธุรกิจ” เป็น “ปฏิบัติงาน”
- เสนอแก้ไขหัวข้อ “ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ” เป็น “ภาพลักษณ์ด้านการบริการแก่ประชาชน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 44 จากคำว่า “ท่านเห็นว่าสินค้า/บริการขององค์กรให้ความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันได้” เป็น “ท่านเห็นว่าการบริการประชาชนขององค์กรให้ปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สินของท่านได้”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 49 จากคำว่า “ไม่มีประสิทธิภาพ” เป็น “ไม่ได้มาตรฐาน”

## องค์กรไม่แสวงหากำไร: สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ ประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นในการปรับแก้ข้อความ ดังต่อไปนี้

- เสนอเพิ่มข้อความข้อที่ 1 จากคำว่า “มีระบบการบริหารงานที่ดี” เป็น “มีระบบการบริหารจัดการงานที่ดี”
- เสนอเพิ่มข้อความข้อที่ 7 จากคำว่า “มีการพัฒนาวิธีการทำงานอยู่เสมอ” เป็น “มีการพัฒนาระบบ / วิธีการทำงานอยู่เสมอ”
- เสนอเพิ่มข้อความข้อที่ 9 จากคำว่า “มีการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ” เป็น “มีการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอและเพียงพอ”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 11 จากคำว่า “ดำเนินธุรกิจ” เป็น “ดำเนินกิจการ”

- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 16 จากคำว่า “ผู้บริโภคร” เป็น “ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง/ประชาชน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 33 จากคำว่า “ทำธุรกิจ” เป็น “บริหารงาน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 44 จากคำว่า “สามารถให้ความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน” เป็น “สามารถใช้งานได้จริง”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 46 จากคำว่า “องค์กรมีการออกแบบอาคารสถานที่อย่างลงตัว” เป็น “องค์กรมีการออกแบบอาคารสถานที่อย่างลงตัวเหมาะสมกับการทำงาน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 48 จากคำว่า “องค์กรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน” เป็น “องค์กรมีระบบดูแลความปลอดภัยในการทำงานที่ได้มาตรฐาน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 50 จากคำว่า “องค์กรมีอุปกรณ์เครื่องมือครบครัน” เป็น “องค์กรมีอุปกรณ์เครื่องมือในการทำงานครบเพียงพอ”

**องค์กรทางสังคม: มูลนิธิ China Medical Board ประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้**

ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นในการปรับแก้ไขข้อความ ดังต่อไปนี้

- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 11 จากคำว่า “ดำเนินธุรกิจ” เป็น “ดำเนินงาน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 16 จากคำว่า “ผู้บริโภคร” เป็น “ประชาชน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 33 จากคำว่า “ทำธุรกิจ” เป็น “บริหารงาน”
- เสนอแก้ไขหัวข้อภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ จากคำว่า “สินค้าและบริการ” เป็น “กิจกรรม/ ผลงาน”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 40 จากคำว่า “องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้” เป็น “องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้”
- เสนอแก้ไขข้อความข้อที่ 43 จากคำว่า “มีความคุ้มค่าด้านราคา” เป็น “มีความคุ้มค่า”



### 3. เลือกใช้มาตรวัดแบบมีค่ากลาง (5 ระดับ) และไม่มีค่ากลาง (4 ระดับ)

การใช้มาตรวัดที่ใช้ในแบบสอบถาม จากการสัมภาษณ์พบว่าความเห็นในการใช้มาตรวัดในแบบสอบถามมีความแตกต่างกัน ไปในแต่ละองค์กรกล่าวคือ เห็นด้วยกับมาตรวัดที่ไม่มีค่ากลาง (4 ระดับ) และเห็นว่าควรปรับเป็นมาตรวัดที่มีค่ากลาง (5 ระดับ)

ผู้เห็นด้วยกับการใช้มาตรวัดแบบ 4 ระดับ ตามที่แบบสอบถามนี้ใช้อยู่คือไม่มีค่ากลางจำนวน 3 ท่าน ซึ่งให้ความคิดเห็นพ้องว่า ดีสำหรับการป้องกันไม่ให้ผู้ตอบแบบสอบถาม “มั่ว” ตอบ” ดังคำกล่าวของคุณวิรดา วัฒนการ คุณณัฐริกา จันทรินทร์ และ ด.ต. สมหมาย ใจวสกุล ที่กล่าวไว้ว่า

“...การไม่ใช้มาตรวัดที่มีค่ากลาง ส่วนตัวเห็นด้วยนะคะ คนตอบแบบสอบถามจะได้อคิดและตัดสินใจชัดเจนไปเลยว่าจะไปทางไหน”

(วิรดา วัฒนการ, สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2554)

“...มันไม่จำเป็นที่ต้องมีค่ากลางสำหรับแบบสอบถามที่ถามเรื่องความคิดเห็นหรอกค่ะ ส่วนตัวเห็นด้วยกับการไม่ใช้ค่ากลาง เพราะคนส่วนใหญ่ถ้าชี้แจงก็เริ่มจะตอบในค่ากลาง ประมาณว่าไม่ผิด ไม่ถูก ไว้ก่อน ใช้มาตรวัด 4 ค่าน่าจะเป็นวิธีทางหนึ่งที่ทำให้คนตอบต้องคิดก่อนจะตอบจริงๆ”

(ณัฐริกา จันทรินทร์, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2554)

“...ถ้าไม่มีค่ากลางในตัวเลือก ผมคิดว่าดีกว่า เพราะผมก็คิดว่าคนเราจริงๆ แล้วก็คงไม่ได้มีความคิดเห็นเป็นกลางจริงๆ หรือ คนตอบจะได้คิด และตัดสินใจจริงๆ ก่อนที่จะตอบแบบสอบถาม...”

(สมหมาย ใจวสกุล, สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2554)

สำหรับกลุ่มที่มีความคิดเห็นว่าจะปรับมาตรวัดเป็นแบบที่มีค่ากลาง โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ สรุปความเห็นได้ดังต่อไปนี้

นพ.ดร. ปิยะ หาญวรวงศ์ชัย และ ผศ.ทพ.ดร.วีระศักดิ์ พุทธาศรี ให้ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale แบบ 5 มาตรวัด เพื่อให้ได้ระดับความคิดเห็นที่ละเอียดมากขึ้น

“...ผมเข้าใจว่าที่ไม่มีค่ากลาง เพราะไม่อยากให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบแบบกลางๆ ไว้ก่อน แต่ในความคิดเห็นของผม มาตรฐานแบบ 5 มาตรฐานก็ยังถือว่านำมาใช้ได้”

(วิระศักดิ์ พุทธาศรี, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2554)

“...ส่วนใหญ่มาตรฐานที่เขานิยามใช้กันมี 5 ระดับ คือมีช่องความคิดเห็นปานกลางด้วย ซึ่งผมเข้าใจว่าอยากคนผู้ตอบแบบสอบถามไม่ตอบมั่วๆ แต่หากผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีความคิดเห็นเป็นกลางจริงๆ ในข้อคำถามใดข้อหนึ่ง แล้วเขาจะตอบตรงไหน ผมเลยคิดว่าน่าจะใช้มาตรฐาน 5 ระดับ คือให้เพิ่มช่องความคิดเห็นปานกลางเข้าไปด้วยจะดีกว่า”

(ปิยะ หาญวรวงศ์ชัย, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2554)

ผลจากการสัมภาษณ์โดยรวมแบบสอบถามมีความเหมาะสมดี ในส่วนข้อเสนอแนะที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำไปเรียบเรียงและแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ให้สัมภาษณ์ ก่อนจัดทำเป็นต้นแบบสุดท้ายของแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งรายละเอียดจะนำเสนอในบทต่อไป