

**การสร้างและตรวจสอบคุณภาพแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคติประจำใจองค์กรของบริษัท
ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง**

**CREATION AND VALIDATION OF INVENTORIES FOR PERSONAL SELECTION
ACCORDING TO CORPORATE FOUNDATIONS OF A TIRE PRODUCED COMPANY**

ไพยวัฒน์ เศรษฐวงศ์สิน¹ และบำรุง สารินุตระ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อสร้างแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรให้สอดคล้องกับคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง (2) เพื่อตรวจสอบคุณภาพแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง และ (3) เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้แบบประเมินบุคลากรตามคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพแบบประเมิน คือ ผู้สมัครงานกับบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง จำนวน 30 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการหาผลการทดลองใช้แบบประเมิน คือ ผู้สมัครงานกับบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง จำนวน 30 คน ที่เป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มทดลอง เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยเป็นแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคติประจำใจองค์กร จำนวน 5 ด้าน โดยแบ่งเป็นมาตราประมาณค่า 4 ด้าน และแบบประเมินเชิงสถานการณ์ 1 ด้าน รวม 103 ข้อคำถาม ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นแล้ว

ผลการวิจัยพบว่า (1) แบบประเมินตามคติประจำใจของบริษัทฯแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ 1) การสร้างความไว้วางใจ ได้ข้อคำถามแบบมาตราประมาณค่า จำนวน 45 ข้อ 2) การนำพาทีมไปสู่ความสำเร็จ ได้ข้อคำถามแบบมาตราประมาณค่า จำนวน 35 ข้อ 3) การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ ได้ข้อคำถามแบบมาตราประมาณค่า จำนวน 31 ข้อ 4) การลงมือปฏิบัติ หลังจากวางแผนอย่างถี่ถ้วน ได้ข้อคำถามแบบมาตราประมาณค่า จำนวน 20 ข้อ และ 5) การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ได้ข้อคำถามแบบเชิงสถานการณ์ จำนวน 8 ข้อ (2) แบบประเมินตามคติประจำใจฯ มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.60 ถึง 1.00 ค่าอำนาจจำแนกของแบบประเมินรายข้ออยู่ระหว่าง 0.23 ถึง 0.93 และค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง 0.54 ถึง 0.94 (3) ผลการทดลองใช้แบบประเมินกับกลุ่มตัวอย่าง คือ คะแนนเฉลี่ยของแบบประเมินอยู่ระหว่าง 12.90 ถึง 112.37 ร้อยละของอัตราคะแนนเฉลี่ยต่อคะแนนเต็มอยู่ระหว่าง 77.53 ถึง 85.13 เกณฑ์การแปลผลคะแนน ด้านที่ 1 การสร้างความไว้วางใจ อยู่ในระดับสูงมาก ในด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับสูง

คำสำคัญ: การสร้างแบบประเมิน, คัดเลือกบุคลากร, คติประจำใจองค์กร

¹ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

² อาจารย์ประจำ สาขากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Abstract

The research consisted of 3 purposes which were (1) to create inventories for people selection according to corporate foundations of a tire produced company (2) to check the validity of inventories for people selection according to corporate foundations of a tire produced company and (3) to study the trial test result of inventories for people selection according to corporate foundations of a tire produced company. The sample of this research can be divided into 2 groups. First group was 30 people who applied with a tire produced company for inventories' validity check and second group was another 30 people who applied with a tire produced company for studying inventories' trial test result. Research instruments were the inventories for people selection according to 5 parts of corporate foundations of a tire produced company divided to rating scale 4 parts and other one was situation with totally 103 items that passed content validity, discrimination and reliability.

The research found that (1) the inventories according to foundations be divided into 5 parts which were 1) Making Trust with 45 items available in rating scale, 2) Lead Team to Success with 35 items available in rating scale, 3) Customer Focus with Creativity with 31 items available in rating scale, 4) Operation with Verified Planning Teamwork with 20 items available in rating scale and 5) Continuous Improvement with 8 items available in situation question. (2) Valid the inventories according to foundations that included content validity index was varied from 0.60 to 1.00, discrimination by item of inventories varied from 0.23 to 0.93 and Cronbach's alpha reliability by each foundation of inventories varied from 0.54 to 0.94. (3) The result of the inventories trial test found that average score varies from 12.90 to 112.37, percentage of average score per max score varies from 77.53% to 85.13% and criteria of score translation every parts of inventories excepted part 1) Making Trust was high and part 1) Making Trust was very high.

Key words: Creating of inventories, Personnel selection, Core values

1. บทนำ

ในโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างหลากหลาย (VUCA) โดยหมายถึง ความรุนแรงของสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจจากการแข่งขันกันในระดับโลก (Volatility) ความไม่แน่นอนในโลกธุรกิจส่งผลให้การตัดสินใจของผู้บริหารทำได้ยากขึ้น (Uncertainty) ความสลับซับซ้อนมากขึ้น ทั้งทางสังคม การเมือง วัฒนธรรมซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่รวดเร็ว (Complexity) และความกำกวมไม่ชัดเจนของสถานการณ์ต่าง ๆ รวมถึงพฤติกรรมกรบโกลที่เปลี่ยนแปลงไปของมนุษย์ (Ambiguity) (Lawrence, 2013, p. 5) ซึ่งเป็นความท้าทายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ หรือ ทุนมนุษย์ ที่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันให้กับองค์กร และเป็นทรัพยากรที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ทำการแข่งขันกันอย่างมากเพื่อแย่งชิงบุคลากรที่เป็นคนเก่ง คือ คนที่มีทั้งความรู้ ทักษะ ความสามารถ ตรงกับตำแหน่งงาน และเป็นคนดี คือ คนที่มีบุคลิกภาพ ทักษะคิด แรงจูงใจ ตรงกับวัฒนธรรมองค์กร (อารี เพ็ชรรัตน์, ม.ป.ป.) ด้วยการลงทุนอย่างมากในด้านเงินทุนและเวลาในการประชาสัมพันธ์ตลอดจนการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสรรหาบุคลากรเพื่อดึงดูดคนเก่งและคนดีให้อยากมาร่วมงานกับองค์กร (Pulakos, 2005, p. 1) แต่นอกจากกระบวนการสรรหาซึ่งเป็นกระบวนการด้านแรกที่จะทำให้ให้องค์กรได้ผู้สมัครงานจำนวนมากแล้ว กระบวนการคัดเลือกบุคลากรเป็นกระบวนการคัดกรองผู้สมัครจำนวนมากเพื่อให้ให้องค์กรได้มาซึ่งคนเก่งและคนดีตามความต้องการของแต่ละองค์กร

กระบวนการคัดเลือกบุคลากรจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญอย่างมากเพื่อให้ให้องค์กรได้มาซึ่งบุคลากรที่เป็นคนเก่งและคนดีขององค์กรอย่างแท้จริง แต่กระบวนการในการประเมินและคัดเลือกผู้สมัครงานที่มีแนวโน้มจะเป็นคนเก่งและคนดีนั้น องค์กรส่วนใหญ่มักใช้วิธีการคัดเลือกโดยใช้เครื่องมือคัดเลือกแบบสุ่มที่ขาดประสิทธิภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับทิศทางขององค์กรที่พยายามสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน เช่นเดียวกับในหลายองค์กรที่ยังไม่ได้นำเครื่องมือในการประเมินมาใช้เพื่อคัดเลือกผู้สมัครงาน ถึงแม้ว่าการนำเอาเครื่องมือประเมินมาใช้ในการคัดเลือกผู้สมัครงานนั้นจะสามารถเพิ่มผลผลิตและลดค่าใช้จ่ายได้มากถึงล้านดอลลาร์ หรือ ประมาณ 40 ล้านบาท (Pulakos, 2005, p. 1) ในทางตรงกันข้ามมีข้อมูลที่น่าสนใจของต้นทุนในการจ้างบุคลากรที่ไม่ตรงกับตำแหน่งงาน จากสมาคมการจัดการแห่งประเทศไทยสหรัฐอเมริกา เฉลี่ยต้นทุนดังกล่าวไว้สูงถึง 1.4 เท่า ของเงินเดือนพนักงานทั้งปี เช่นเดียวกับสมาคมกลยุทธ์ทรัพยากรมนุษย์แห่งแคลิฟอร์เนีย ได้คำนวณต้นทุนในตำแหน่งงานทั่วไป ว่ามากถึง 10 เท่าของเงินเดือนทั้งปี หรือเกือบ 1 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือเฉลี่ย 30 ล้านบาทต่อปี (Mercer, 2012, p. 1) ดังนั้นแบบประเมินจึงมีความสำคัญอย่างมากในกระบวนการคัดเลือกบุคลากรในขั้นตอนการประเมินบุคคลเรื่องคุณสมบัติ ความสนใจ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งงาน รวมถึงการเข้ากันได้กับวัฒนธรรมขององค์กร นอกจากนี้ผลคะแนนของแบบประเมินยังสามารถใช้ในการคาดการณ์ผลการปฏิบัติงานในอนาคตของบุคคลดังกล่าวได้อีกด้วย (United States Office Of Personnel Management, n.d.) นอกจากนี้แบบประเมินยังเป็นทางเลือกที่ดีในการลดความผิดพลาดในการคัดเลือก ซึ่งสามารถลดปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดกับองค์กรในอนาคตได้ (CDR Assessment Group, 2011)

บริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งซึ่งเป็นผู้ผลิตยางรถยนต์ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของคติประจำใจขององค์กร จึงจัดทำแผนการสื่อสารคติประจำใจองค์กรอย่างต่อเนื่องโดยเน้นย้ำให้พนักงานเข้าใจถึงความหมายและพฤติกรรมที่คาดหวังตามคติประจำใจองค์กรในแต่ละข้อ เพื่อให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญ รวมทั้งเพื่อให้พนักงานมีแนวทางการปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปปฏิบัติ บริษัทได้นำคติประจำใจองค์กรมาแบ่งได้ทั้งสิ้น 5 ด้าน คือ 1) การสร้างความไว้วางใจ 2) การนำพาทีมไปสู่

ความสำเร็จ 3) การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ 4) การลงมือปฏิบัติ หลังจากวางแผนอย่างถี่ถ้วน และ 5) การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทนำคิประจําใจองค์กรทั้ง 5 ด้าน มาใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งในปัจจุบันกระบวนการคัดเลือกบุคลากรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง ประกอบด้วยข้อสอบด้านคณิตศาสตร์ การใช้เหตุผล และการใช้ภาษาเป็นข้อสอบพื้นฐานที่ใช้กับทุกตำแหน่งงานในสายงานบริการ รวมทั้งข้อสอบเฉพาะทางตามตำแหน่งงานต่าง ๆ โดยข้อสอบข้างต้นที่กล่าวมาไว้เพื่อประเมินความรู้ ความสามารถของผู้สมัครงาน หลังจากที่ผู้สมัครงานผ่านข้อสอบดังกล่าวแล้ว บริษัทฯ จะใช้การสัมภาษณ์เชิงพฤติกรรมเพื่อประเมินผู้สมัครงานอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้บริษัทได้บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถตรงตามตำแหน่งงาน แต่ในการประเมินคิประจําใจองค์กรซึ่งเปรียบเสมือนตัวขับเคลื่อนที่สำคัญที่จะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของบุคคล ๆ หนึ่ง ตลอดจนการเข้ากันได้กับวัฒนธรรมขององค์กร บริษัทฯ ใช้เพียงแค่การสัมภาษณ์เชิงพฤติกรรมในการประเมินคิประจําใจองค์กรเพียงอย่างเดียวซึ่งอาจจะไม่มีเพียงพอ โดยหากกระบวนการคัดเลือกไม่สามารถคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณลักษณะตรงกับคิประจําใจองค์กรได้ อาจจะทำให้เกิดความแตกต่างด้านวัฒนธรรมและอาจจะทำให้วัฒนธรรมขององค์กรตามคิประจําใจองค์กรนั้นเกิดขึ้นได้ยาก นอกจากนี้การประเมินด้านความรู้และความสามารถอาจจะทำให้ได้บุคลากรที่สามารถทำงานในตำแหน่งงานได้ แต่การประเมินด้านคิประจําใจองค์กรนั้นจะทำให้บริษัททราบว่าบุคคลนั้นสามารถปฏิบัติงานได้ดีหรือไม่ แน่แน่นอนว่าผลการปฏิบัติงานของบุคลากรย่อมส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานบริษัทด้วยเช่นกัน

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสร้างและตรวจสอบคุณภาพแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคิประจําใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง เพื่อให้บริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งนี้ได้มีเครื่องมือเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคิประจําใจองค์กร ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจคัดเลือกผู้สมัครงานที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับคิประจําใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งนี้ได้

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อสร้างแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรให้สอดคล้องกับคิประจําใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง
2. เพื่อตรวจสอบคุณภาพแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคิประจําใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง
3. เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้แบบประเมินบุคลากรตามคิประจําใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. บริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งได้บุคลากรที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับคิประจําใจขององค์กร เพื่อให้องค์กรได้บุคลากรที่คุณภาพในการผลักดันผลประกอบการขององค์กรให้เพิ่มขึ้น ลดภาระ และต้นทุนในการคัดเลือกคนที่ขาดความรู้และความสามารถ
2. ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลของบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งได้แบบประเมินในการคัดเลือกบุคลากรเพื่อเป็นเครื่องมือในการคัดเลือกให้ได้พนักงานที่เหมาะสมกับงาน สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลดีต่อ

องค์กร นอกจากนั้นยังช่วยให้ได้บุคลากรที่มีแนวโน้มมีคุณลักษณะสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร ส่งผลให้อัตรากำลังลาออกของพนักงานใหม่ลดลง

3. การทบทวนวรรณกรรม

การคัดเลือกบุคลากร หมายถึง กระบวนการเพื่อคัดเลือกบุคลากรจากกลุ่มผู้สมัครทั้งหมดเพื่อให้ได้ผู้สมัครที่มีความรู้ ทักษะ และคุณสมบัติ ตรงตามความต้องการของตำแหน่งงานและเหมาะสมกับองค์กรมากที่สุด ตลอดจนนำเสนองานให้กับผู้สมัครงานคนดังกล่าว ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญเพื่อให้องค์กรได้มาซึ่งคนที่ใช่ ซึ่งหากกระบวนการดังกล่าว ทำให้ไม่ถูกต้องและไม่สามารถคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ และคุณสมบัติ ตรงกับตำแหน่งงานนั้นแล้วจะส่งผลเสียต่อองค์กรดังนี้ 1) ผลการปฏิบัติงานรวมทั้งผลประกอบการองค์กรที่ลดลง 2) ต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น และ 3) ความถูกต้องทางกฎหมาย นอกจากนี้การคัดเลือกบุคลากรมีขั้นตอนทั้งสิ้น 9 ขั้นตอน ดังนี้คือ 1) การทบทวนคำพรรณนาลักษณะงาน 2) ประชาสัมพันธ์การรับสมัคร 3) การพิจารณาประวัติย่อหรือใบสมัครงาน 4) การสัมภาษณ์งานทางโทรศัพท์ 5) การใช้เครื่องมือประเมิน 6) การสัมภาษณ์งาน 7) การตัดสินใจคัดเลือกครั้งสุดท้าย 8) การตรวจสอบข้อมูลพื้นฐาน รวมทั้งการตรวจสอบสุขภาพก่อนเข้าทำงาน และ 9) การนำเสนอให้กับผู้สมัครงาน โดยขั้นตอนที่มีความสำคัญกับองค์กรมากที่สุดคือ ขั้นตอนการใช้เครื่องมือประเมิน ซึ่งมีส่วนช่วยให้องค์กรได้คนที่เหมาะสมกับองค์กรจริง ๆ และมีส่วนช่วยเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรอีกด้วย โดย DDI (2005) ได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับเครื่องมือประเภทต่าง ๆ ในการคัดเลือกบุคลากรไว้ว่า แบบประเมินเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูงถึง 69% เมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องมือประเภทอื่น ๆ

แบบประเมินตนเอง คือ เครื่องมือประเมินชนิดหนึ่งที่ใช้วัดความสนใจ ทัศนคติ หรือ บุคลิกภาพของบุคคล ผู้ถูกประเมินจะถูกถามคำถามเพื่อให้ตอบจากคำถามต่าง ๆ ในแบบประเมิน ซึ่งเขาจะทำด้วยตนเองซึ่งแตกต่างจากแบบประเมินอื่นที่ต้องประเมินด้วยการสังเกตจากบุคคลอื่นหรือกลุ่มบุคคลที่สาม (Kingston, 2009) โดยจากการค้นคว้า ผู้วิจัยนำวิธีในการสร้างแบบประเมินมาใช้ 2 วิธี คือ การสร้างแบบมาตราประมาณค่าและการสร้างแบบประเมินเชิงสถานการณ์ มาใช้ในการสร้างแบบประเมิน โดยเหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกนำเอาแนวทางการสร้างแบบประมาณค่ามาใช้ เนื่องจากการสร้างแบบประเมินแบบมาตราประมาณค่า นั้น จะได้แบบประเมินที่มีค่าความเชื่อมั่นสูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดเจตคติที่มีต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง และสะดวกสำหรับผู้ทำการประเมิน อีกวิธีหนึ่ง ผู้วิจัยเลือกใช้แนวทางการสร้างแบบประเมินเชิงสถานการณ์ เพราะในการประเมินคติประจำใจขององค์กรของบริษัทผลิตรายรถยนต์แห่งหนึ่งมีความจำเป็นต้องทำให้ผู้ตอบแบบประเมินเข้าใจสถานการณ์ในบริบทขององค์กรก่อน ซึ่งแบบประเมินเชิงสถานการณ์จะมีการกำหนดสถานการณ์สมมุติ หลังจากนั้นจะตั้งคำถามเกี่ยวกับสถานการณ์นั้น โดยคำตอบต้องอยู่ในกรอบของสถานการณ์ที่ใช้ ซึ่งเหมาะสมกับการประเมินคติประจำใจขององค์กรในบางด้าน นอกจากนี้ถ้าแบบประเมินมีหลายแนวทางจะส่งผลให้ผู้สมัครไม่รู้สึกรู้สึกระหว่างการทำแบบประเมิน โดยแบบประเมินแต่ละประเภทมีวิธีการสร้างดังนี้ (1) การสร้างแบบมาตราประมาณค่า มีขั้นตอนการสร้างทั้งหมด 8 ขั้นตอน คือ 1) การสร้างข้อความประเมิน 2) การสร้างคำตอบ 3) การให้คะแนนประเมิน 4) การหาค่าความเที่ยงตรง 5) การทดลองใช้ 6) การหาค่าอำนาจจำแนก 7) การหาค่าความเชื่อมั่น และ 8) การนำไปใช้และวิเคราะห์ผล (2) การสร้างแบบประเมินเชิงสถานการณ์ มีขั้นตอนการสร้างทั้งหมด 5 ขั้นตอน คือ 1) กำหนดเนื้อหาและพฤติกรรมของคุณลักษณะที่ต้องการประเมิน 2) เลือกรูปสถานการณ์ 3) สร้างข้อความ 4) สร้างตัวเลือก และ 5) นำแบบประเมินไปทดลองใช้เพื่อตรวจสอบคุณภาพและปรับปรุงแก้ไข

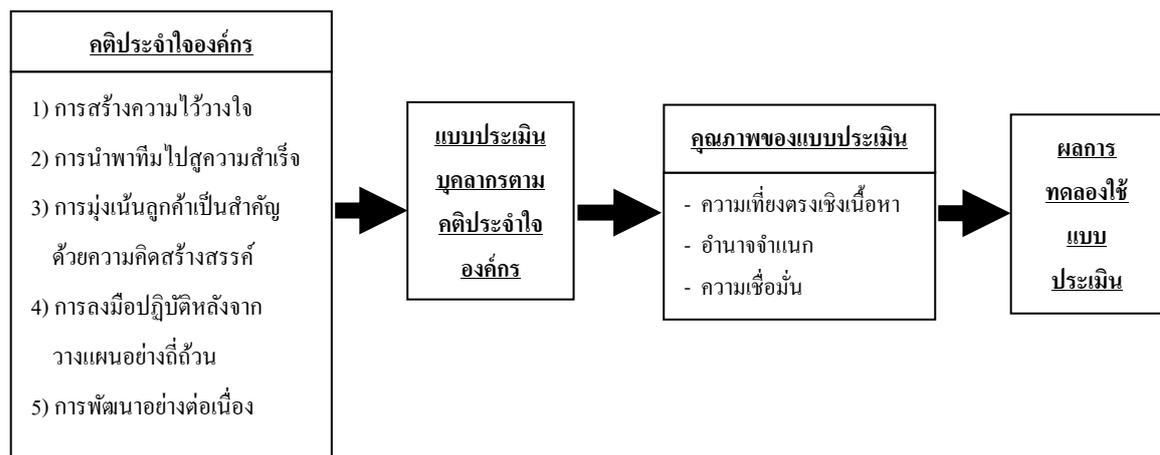
การตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมิน หมายถึง การหาคุณลักษณะที่ดีของแบบประเมินเพื่อใช้ในประเมินคุณลักษณะของบุคลากร ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

(1) ความเที่ยงตรง (Validity) หมายถึง คุณภาพของแบบประเมินเพื่อใช้ในการประเมินสิ่งที่ต้องการได้ตามวัตถุประสงค์ โดยสามารถแบ่งการตรวจสอบความเที่ยงตรงได้ 3 ประเภท คือ 1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา 2) การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามทฤษฎี และ 3) การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเกณฑ์

(2) การหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) หมายถึง การตรวจสอบความสามารถของแบบประเมินในการจำแนกลักษณะของผู้สอบที่มีคุณลักษณะที่ต้องวัดสูง กับ กลุ่มที่มีคุณลักษณะนั้นต่ำ โดยการหาค่าอำนาจจำแนกสามารถแบ่งตามลักษณะของคะแนนที่ได้จากข้อสอบได้ 4 ประเภท คือ 1) การหาค่าดัชนีพอยท์ไบซีเรียล 2) การหาค่าดัชนีสหสัมพันธ์เพียร์สัน 3) การหาค่าอำนาจจำแนกจากการทดสอบที และ 4) การหาค่าอำนาจจำแนกทั้งฉบับ

(3) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง การตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินว่าสามารถประเมินผลได้แน่นอน กล่าวคือ หากมีการประเมินนั้นซ้ำ ๆ ผลของการประเมินจะคงที่หรือเหมือนเดิมมากน้อยเพียงใด โดยการหาค่าความเชื่อมั่น สามารถจำแนกได้ 4 ประเภท คือ 1) การตรวจสอบความเชื่อมั่นแบบความคงที่ 2) การตรวจสอบความเชื่อมั่นแบบสมมูล 3) การตรวจสอบความเชื่อมั่นแบบความคงที่และสมมูล และ 4) การตรวจสอบความเชื่อมั่นแบบความคงที่ภายใน ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการตรวจสอบคุณภาพดังนี้ ในการหาความเที่ยงตรงผู้วิจัยใช้การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา การหาค่าอำนาจจำแนกซึ่งจะคำนวณจากค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อนั้นกับคะแนนรวม และสำหรับค่าความเชื่อมั่น ใช้การตรวจสอบความเชื่อมั่นแบบความคงที่ภายใน

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นการสร้างแบบประเมินตามคติประจำใจองค์กร 5 ด้าน โดยมีตัวแปรที่จะศึกษา คือ คุณภาพของแบบประเมินตามคติประจำใจองค์กร ได้แก่ ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าอำนาจจำแนก และ ค่าความเชื่อมั่น รวมทั้งการนำผลการทดลองไปใช้ โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. การดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งวิธีการวิจัยได้ 3 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 การสร้างแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนย่อย คือ 1) การกำหนดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของคติประจำใจองค์กร โดยศึกษาข้อมูลของคติประจำใจองค์กรจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อศึกษาคุณลักษณะของคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง หลังจากนั้นนำข้อมูลของพฤติกรรมที่พึงประสงค์ตามคติประจำใจองค์กรมาปรับปรุงเนื้อหาและความเหมาะสมของคำ และนำข้อมูลที่ผ่านการปรับปรุงแล้วมาใช้ในการสร้างแบบประเมินต่อไป 2) การศึกษาวิธีการสร้างแบบประเมิน โดยศึกษาวิธีการสร้างแบบประเมินประเภทต่าง ๆ เพื่อศึกษาแบบประเมินที่เหมาะสมกับพฤติกรรมที่พึงประสงค์ตามคติประจำใจองค์กร 3) การกำหนดโครงสร้างแบบประเมิน โดยการศึกษาข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 และ 2 มาสรุปเป็นโครงสร้างแบบประเมิน และ 4) การสร้างข้อคำถาม ตามโครงสร้างแบบประเมิน

ระยะที่ 2 การตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนย่อย ดังนี้ 1) การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบประเมิน กับ ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา คือ ผู้ทรงคุณวุฒิในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล หรือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 5 คน และ 2) การหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบประเมิน กับ กลุ่มผู้สมัครงานกับบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง จำนวน 30 คน

ระยะที่ 3 การศึกษาผลการทดลองใช้แบบประเมินบุคลากรตามคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สมัครงานกับบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นการประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งที่ได้สร้างขึ้นในระยะที่ 2 และ นำผลการเก็บข้อมูลมาหาค่าสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (M), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S), สัมประสิทธิ์การแปรผัน (CV), ค่าความเบ้ (Sk) และค่าความโด่ง (Ku)

5. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผู้วิจัยขอรายงานผลการวิจัยและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 จากการศึกษาคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง ผู้วิจัยได้สร้างแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากร โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ด้านที่ 1 การสร้างความไว้วางใจ ประกอบด้วยพฤติกรรมที่พึงประสงค์ 8 พฤติกรรม ด้านที่ 2 การนำพาทีมไปสู่ความสำเร็จ ประกอบด้วยพฤติกรรมที่พึงประสงค์ 7 พฤติกรรม ด้านที่ 3 การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ประกอบด้วยพฤติกรรมที่พึงประสงค์ 7 พฤติกรรม ด้านที่ 4 การลงมือปฏิบัติหลังจากวางแผนอย่างถี่ถ้วน ประกอบด้วยพฤติกรรมที่พึงประสงค์ 4 พฤติกรรม และด้านที่ 5 การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วยพฤติกรรมที่พึงประสงค์ 4 พฤติกรรม และนำไปสร้างแบบประเมินตามคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง ประกอบด้วยแบบประเมินจำนวน 5 ฉบับ รวมข้อคำถามทั้งหมด 139 ข้อ โดยมีโครงสร้างแบบประเมินตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 โครงสร้างแบบประเมิน

คติประจำองค์กร	จำนวน พฤติกรรม ที่พึงประสงค์	จำนวนข้อ คำถาม	ลักษณะของแบบประเมิน
1) การสร้างความไว้วางใจ	8	45	แบบมาตรฐานประมาณค่า
2) การนำพาทีมไปสู่ความสำเร็จ	7	35	แบบมาตรฐานประมาณค่า
3) การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยความคิดสร้างสรรค์	7	31	แบบมาตรฐานประมาณค่า
4) การลงมือปฏิบัติ หลังจากวางแผนอย่างถี่ถ้วน	4	20	แบบมาตรฐานประมาณค่า
5) การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	4	4	แบบเชิงสถานการณ์
รวม	30	139	

การศึกษาพฤติกรรมที่พึงประสงค์ตามคติประจำใจองค์กรเพื่อนำมาใช้ในการสร้างข้อคำถามนั้นผู้วิจัยพบว่า พฤติกรรมที่พึงประสงค์โดยรายละเอียดในแต่ละด้านมีความคาดหวังของพฤติกรรมมากกว่า 1 ประเด็น ดังนั้นผู้วิจัยต้องนำพฤติกรรมที่พึงประสงค์ทั้งหมดมาปรับปรุงใหม่เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ในการสร้างข้อคำถามได้ โดยนำพฤติกรรมที่พึงประสงค์มาปรับปรุงให้ความหมายคงเหลือเพียงความหมายเดียวเพื่อความง่ายและไม่สับสนต่อการสร้างข้อคำถาม หลังการปรับปรุง ผู้วิจัยได้นำพฤติกรรมที่พึงประสงค์ที่ปรับปรุงแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ด้านงานวัดผลเพื่อพิจารณาความเหมาะสม พบว่าพฤติกรรมที่พึงประสงค์ที่ปรับปรุงขึ้นมีความเหมาะสมต่อการสร้างข้อคำถาม ซึ่งสอดคล้องกับ บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธ์ (2551, หน้า 325 - 329) ที่กล่าวว่า ข้อคำถามควรเป็นข้อความที่สามารถโต้แย้งได้ ด้วยความคิดเห็นที่แตกต่างกันได้ ต้องมีความสมบูรณ์ เพียงประเด็นเดียว และ ต้องเป็นข้อความง่าย ๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน

การสร้างข้อคำถามของแบบประเมินตามพฤติกรรมที่พึงประสงค์ตามคติประจำใจขององค์กรแห่งนี้ และมีข้อค้นพบในแต่ละด้านดังต่อไปนี้ ด้านที่ 1 การสร้างความไว้วางใจ ใช้คำถามแบบมาตรฐานประมาณค่า เกณฑ์การประเมิน 4 ระดับ เพื่อทำการประเมิน 8 พฤติกรรมที่พึงประสงค์ จำนวน 45 ข้อ จากการศึกษาพบว่าข้อคำถามตามพฤติกรรมที่พึงประสงค์เรื่องการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่การทำงาน มีสูงถึง 12 ข้อ เมื่อเปรียบเทียบกับพฤติกรรมที่พึงประสงค์ข้ออื่นซึ่งมีเพียง 4 ถึง 5 ข้อ เท่านั้น เนื่องจากการสร้างข้อคำถามเพื่อประเมินด้านความซื่อสัตย์ ซึ่งเป็นเรื่องที่อาจจะประเมินได้ยาก ผู้วิจัยจึงสร้างข้อคำถามมีจำนวนมากกว่าปกติเพื่อนำไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญในขั้นตอนตรวจสอบคุณภาพเพื่อปรับปรุงข้อคำถามต่อไป ด้านที่ 2 การนำพาทีมไปสู่ความสำเร็จ ใช้มาตรฐานประมาณค่า เกณฑ์การประเมิน 4 ระดับ เพื่อทำการประเมิน 7 พฤติกรรมที่พึงประสงค์ จำนวน 35 ข้อ จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในด้านการนำพาทีมไปสู่ความสำเร็จ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมงาน เช่น การให้คำแนะนำแก่สมาชิกในทีมงาน ตลอดจนการจัดแบ่งหน้าที่ของสมาชิกในทีมงาน รวมทั้งการจัดหาแหล่ง

ของข้อมูลที่เป็นสำหรัการทำงานให้กับสมาชิกในทีมงาน และ การช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในการทำงาน เป็นต้น ซึ่งในข้อคำถามส่วนใหญ่จะเป็นข้อคำถามที่ถามถึงความถี่ต่อพฤติกรรมการปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมงานในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งคำว่าเพื่อนร่วมงานอาจจะเหมาะสมกับกลุ่มผู้สมัครงานที่มีประสบการณ์ทำงานแล้ว แต่กลุ่มผู้สมัครงานของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง มีทั้งกลุ่มผู้สมัครงานที่มีประสบการณ์ทำงานและผู้สมัครงานที่เพิ่งจบหรือกำลังจะจบการศึกษา ดังนั้นผู้สมัครงานในกลุ่มดังกล่าวอาจจะยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงานกับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งอาจจะส่งผลต่อความยากลำบากในการทำแบบประเมิน ดังนั้นเพื่อให้ง่ายต่อกลุ่มผู้สมัครงานที่ไม่มีประสบการณ์ทำงานแต่มีประสบการณ์ในการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมชั้นเรียน ผู้วิจัยจึงเพิ่มข้อความ เพื่อนร่วมชั้นเรียน เข้าไปในข้อคำถามเพื่อให้ผู้สมัครงานที่ไม่มีประสบการณ์ทำงานสามารถประเมินตนเองได้ ด้านที่ 3 การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ ใช้มาตราประมาณค่า เกณฑ์การประเมิน 4 ระดับ เพื่อทำการประเมิน 7 พฤติกรรมที่พึงประสงค์ จำนวน 31 ข้อ จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในด้านการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการปฏิบัติต่อลูกค้า เช่น การหาข้อมูลหรือข่าวสารต่าง ๆ เพื่อที่จะเข้าใจถึงสถานการณ์ของลูกค้า ปัญหา ความคาดหวัง ตลอดจนความต้องการ ในมุมมองของลูกค้า เป็นต้น ซึ่งในข้อคำถามส่วนใหญ่จะเป็นข้อคำถามที่ถามถึงความถี่ของพฤติกรรมการปฏิบัติต่อลูกค้าในรูปแบบต่าง ๆ ดังนั้นผู้สมัครงานในกลุ่มที่มีประสบการณ์การทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มสายงานบริการหรือสายงานขาย อาจจะมีแนวโน้มที่จะได้คะแนนในด้านนี้มาก ด้านที่ 4 การลงมือปฏิบัติ หลังจากวางแผนอย่างถี่ถ้วน ใช้มาตราประมาณค่า เกณฑ์การประเมิน 4 ระดับ จำนวน 20 ข้อ จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในด้านการลงมือปฏิบัติ หลังจากวางแผนอย่างถี่ถ้วน มีจำนวนที่น้อยกล่าวคือมีเพียง 4 พฤติกรรมที่พึงประสงค์ ซึ่งส่งผลให้ข้อคำถามมีจำนวนน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับข้อคำถามในด้านอื่น ๆ ดังนั้นจำนวนคะแนนที่จะได้รับจากแบบประเมินในด้านนี้ก็จะน้อยไปด้วย และด้านที่ 5 การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ใช้เป็นแบบประเมินเชิงสถานการณ์ เกณฑ์การประเมิน 4 ระดับ เพื่อการประเมิน 4 พฤติกรรมที่พึงประสงค์ จำนวน 8 ข้อ ใช้เป็นแบบประเมินเชิงสถานการณ์ โดยเหตุผลที่เลือกใช้ข้อคำถามแบบประเมินเชิงสถานการณ์ เนื่องจากการศึกษาพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พบว่าในการประเมินพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในด้านนี้มีความจำเป็นต้องทำให้ผู้ถูกประเมินเข้าใจสถานการณ์ในบริบทขององค์กรก่อน ซึ่งเหมาะสมกับแบบประเมินเชิงสถานการณ์ สอดคล้องกับ จิระประภา สุวรรณจักร (2011) ที่กล่าวว่าแบบประเมินเชิงสถานการณ์ คือ แบบประเมินที่กำหนดเรื่องราวสถานการณ์สมมุติ โดยการตอบจะต้องอยู่ในกรอบของสถานการณ์ที่ใช้ หรือ เลือกคำตอบจากตัวเลือกที่กำหนดให้ นอกจากนั้นพบว่าในการสร้างข้อคำถามแบบเชิงสถานการณ์มีความซับซ้อนทั้งในส่วนของการสร้างข้อคำถามที่เป็นสถานการณ์สมมุติที่ต้องสร้างให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ตลอดจนข้อคำถามนอกจากจะต้องสร้างให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่พึงประสงค์แล้ว ยังต้องสร้างให้สอดคล้องกับเกณฑ์การให้คะแนนที่ผู้วิจัยกำหนดไว้อ้างอิงตามทฤษฎีการเรียนรู้ของบลูมในด้านจิตพิสัย ส่งผลให้เวลาที่ใช้สำหรับการสร้างข้อคำถามและคำตอบแต่ละข้อตามพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในด้านนี้ ใช้เวลาก่อนข้างมาก เนื่องจากผู้วิจัยมีระยะเวลาค่อนข้างจำกัดในการทำวิจัย จึงส่งผลให้ข้อคำถามมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์เพียงคำถามละ 2 ข้อ เท่านั้น

ส่วนที่ 2 ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งพบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบประเมินบุคลากรตามคติ

ประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง ได้ข้อความที่ผ่านค่า IOC จำนวน 130 ข้อ จากข้อความทั้งหมด 139 ข้อ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญของแบบประเมิน

ด้านของแบบประเมิน	ก่อนการคัดเลือก		หลังการคัดเลือก	
	k	IOC	k	IOC
ด้านที่ 1 การสร้างความไว้วางใจ	45	0.4 – 1.0	42	0.8 – 1.0
ด้านที่ 2 การนำพาทีมไปสู่ความสำเร็จ	35	0.6 – 1.0	34	0.8 – 1.0
ด้านที่ 3 การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญด้วยความคิดสร้างสรรค์	31	0.2 – 1.0	27	0.8 – 1.0
ด้านที่ 4 การลงมือปฏิบัติ หลังจากวางแผนอย่างถี่ถ้วน	20	0.4 – 1.0	19	0.8 – 1.0
ด้านที่ 5 การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	8	0.6 – 1.0	8	0.6 – 1.0
รวม	139	0.2 – 1.0	130	0.6 – 1.0

ผลการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบประเมิน ได้ข้อความที่ผ่านค่าอำนาจจำแนก จำนวน 103 ข้อ จากข้อความ 130 ข้อ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบประเมิน

ด้านของแบบประเมิน	ก่อนการคัดเลือก			หลังการคัดเลือก		
	k	r	α	k	r	α
ด้านที่ 1 การสร้างความไว้วางใจ	42	-0.15 - 0.87	0.91	33	0.24 - 0.93	0.94
ด้านที่ 2 การนำพาทีมไปสู่ความสำเร็จ	34	-0.20 - 0.75	0.85	26	0.27 - 0.76	0.91
ด้านที่ 3 การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยความคิดสร้างสรรค์	27	0.15 - 0.85	0.90	25	0.23 - 0.86	0.90
ด้านที่ 4 การลงมือปฏิบัติ หลังจากวางแผนอย่างถี่ถ้วน	19	-0.12 - 0.63	0.80	15	0.30 - 0.65	0.85
ด้านที่ 5 การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	8	-0.05 - 0.44	0.52	4	0.33 - 0.55	0.54
แบบประเมินทั้งฉบับ	130	-0.20 - 0.87		103	0.23 - 0.93	

การตรวจสอบคุณภาพแบบประเมิน ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินที่สร้างขึ้นจากระยะที่ 1 จำนวน 139 ข้อ ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน พิจารณาความสอดคล้องของข้อความกับนิยามศัพท์เฉพาะของแบบประเมินที่สร้างขึ้น โดยผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาพบว่า ด้านที่ 1 การสร้างความไว้วางใจ มีข้อความที่มีคุณภาพไม่เพียงพอที่ถูกคัดออกไป 3 ข้อ โดยมีเหตุผลมาจาก เนื้อหาในข้อความทั้ง 3 ข้อ มีความไม่ชัดเจน คลุมเครือ และสามารถแปลความหมายได้หลายมุมมอง ซึ่งสอดคล้องกับ บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ (2551, หน้า 325) ที่กล่าวว่า ข้อความที่ดี

ต้องเป็นข้อความที่สามารถโต้แย้งได้ ด้วยความคิดเห็นที่แตกต่างกันได้ ต้องเป็นข้อความง่าย ๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และต้องสั้นกะทัดรัด ได้ใจความ ด้านที่ 2 การนำพาทีมไปสู่ความสำเร็จ มีข้อความที่มีคุณภาพไม่เพียงพอที่ถูกคัดออกมีเพียง 1 ข้อ ถึงแม้ว่าข้อความดังกล่าวจะเป็นคำถามที่ดีที่ประเมินถึงการเสียดสี แต่ข้อความนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามเชิงปฏิบัติการจึงถูกผู้เชี่ยวชาญคัดออก ในทางตรงกันข้ามข้อความส่วนใหญ่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) สูงถึง 0.80 อาจจะมีผลมาจากนิยามเชิงปฏิบัติการในด้านนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นการทำงานร่วมกับผู้อื่นและการทำงานเป็นทีม ซึ่งงานที่ผู้วิจัยได้รับมอบหมายส่วนใหญ่เป็นการทำงานที่ต้องทำงานร่วมกับผู้อื่น ทำให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจและสามารถสร้างข้อความได้สอดคล้องกับนิยามเชิงปฏิบัติการ ด้านที่ 3 การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญด้วยความคิดสร้างสรรค์ มีข้อความที่มีคุณภาพไม่เพียงพอที่ถูกคัดออกสูงถึง 4 ข้อ ซึ่งเป็นด้านที่ข้อความถูกคัดออกมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของพฤติกรรมที่พึงประสงค์ที่ 6 ซึ่งมีนิยามเชิงปฏิบัติการ คือ การสร้างความต้องการให้กับลูกค้าด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยวิธีการที่ไม่ลอกเลียนแบบใคร ข้อความถูกคัดออกสูงถึง 3 ข้อ จากข้อความทั้งหมด 4 ข้อ ซึ่งอาจจะมีผลมาจากนิยามเชิงปฏิบัติการของพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในข้อนี้มี 2 ประเด็นความต้องการในนิยามเดียว คือ การสร้างความต้องการให้กับลูกค้าและการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ไม่ลอกเลียนแบบใคร ตลอดจนผู้วิจัยยังขาดความรู้และความเข้าใจในสายงานการบริการลูกค้า การตลาด หรือ งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุผลดังกล่าวส่งผลให้การสร้างข้อความทำได้ยากและไม่สอดคล้องกับนิยามเชิงปฏิบัติการ ด้านที่ 4 การลงมือปฏิบัติ หลังจากวางแผนอย่างถี่ถ้วน มีข้อความที่มีคุณภาพไม่เพียงพอที่ถูกคัดออกเพียง 1 ข้อ เนื่องจากในด้านนี้มีข้อความที่มีความหมายใกล้เคียงกัน 2 ข้อ จึงเป็นที่มาที่ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องคัดข้อความข้อดังกล่าวออก และ ด้านที่ 5 การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นด้านเดียวที่มีลักษณะข้อความเป็นคำถามเชิงสถานการณ์ ไม่มีการคัดข้อความที่มีคุณภาพไม่เพียงพอออก แต่เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จะสังเกตเห็นว่าข้อความในด้านนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่ำสุดมีค่าเพียง 0.60 เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ อีก 4 ด้าน ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่ำสุดอยู่ที่ 0.80 เนื่องจากจำนวนข้อความที่มีน้อย หากคัดข้อความออกจะส่งผลให้แบบประเมินในด้านนี้มีข้อความไม่ครอบคลุมกับนิยามเชิงปฏิบัติการทั้งหมด ทำให้ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องลดค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ขึ้นต่ำที่จะคัดข้อความไว้เหลือเพียง 0.60 ซึ่งก็เพียงพอและยังคงทำให้แบบประเมินดังกล่าวยังคงมีคุณภาพเพียงพอต่อการประเมิน สอดคล้องกับ ผ่องอำไพ เสนแสง (2556) ที่กล่าวว่า ข้อความที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปถือว่าเหมาะสม

ส่วนที่ 3 ผลการทดลองการใช้แบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคติประจำใจองค์กรของบริษัทผลิตขงรถยนต์แห่งหนึ่ง ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดลองใช้แบบประเมิน

ด้านของแบบประเมิน	k	คะแนนรวม	M	แปลผลคะแนน	%	S	C.V.	Sk	Ku
ด้านที่ 1 การสร้างความไว้วางใจ	33	132	112.37	สูงมาก	85.13	14.32	12.31	-0.90	-0.39
ด้านที่ 2 การนำพาทีมไปสู่ความสำเร็จ	26	104	87.67	สูง	84.30	10.34	12.74	-1.14	1.04
ด้านที่ 3 การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยความคิดสร้างสรรค์	25	100	77.53	สูง	77.53	11.92	11.80	-0.35	-0.57
ด้านที่ 4 ลงมือปฏิบัติหลังจากวางแผนอย่างถี่ถ้วน	15	60	49.30	สูง	82.17	6.27	15.38	-0.93	1.23
ด้านที่ 5 การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	4	16	12.90	สูง	80.63	2.26	17.55	-0.78	0.25

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้แบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคติประจำใจขององค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง จำนวน 103 ชื่อ กับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สมัครงานกับบริษัทผลิตยางรถยนต์ จำนวน 30 คน พบว่าค่าความโด่งของแบบประเมินใน ด้านที่ 1 การสร้างความไว้วางใจ และ ด้านที่ 3 การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ มีค่าความโด่งคิดลบ หรือ คะแนนมีความโด่งต่ำกว่าปกติ แสดงว่าคะแนนของผู้สมัครงานที่ทำแบบประเมินเพื่อคัดเลือกบุคลากรตามคติประจำใจขององค์กรของบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการกระจายตัวมาก ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากกลุ่มผู้สมัครงานที่ทำแบบประเมินดังกล่าวมีความหลากหลายด้านวุฒิ การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน อายุ และ ภูมิฐานะ นอกจากนั้นผลการแปลผลคะแนนของแบบประเมินจากการทดลองใช้พบว่าคะแนนเกือบทุกด้านอยู่ในระดับสูงและมี ด้านที่ 1 การสร้างความไว้วางใจ อยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการประเมินผลของแบบประเมินซึ่งมีผลต่อการพิจารณาผู้สมัครงานว่า จะได้รับการพิจารณาเข้าทำงานกับบริษัทผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งหรือไม่ ดังนั้นผู้สมัครงานมีแนวโน้มที่ประเมินในลักษณะเข้าข้างตัวเอง กล่าวคือประเมินให้ตนเองดูดีกว่าความเป็นจริง สอดคล้องกับ ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ (2543) และ สมชาย วรวิจิตรเกษมสกุล (2554) ที่กล่าวว่า เมื่อผู้ถูกประเมินรู้สึกถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการทำแบบประเมิน ผู้ถูกประเมินจะพยายามตอบเป็นกลางหรือมีแนวโน้มที่จะประเมินดีกว่าความเป็นจริงหรือต้องการแสดงออกเฉพาะลักษณะที่ดีของตนจึงพยายามปิดบังลักษณะที่บกพร่องของบุคลิกภาพเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นกับตนเอง อีกทั้งทัศนคติของผู้วิจัยที่สังเกตขณะการทดลองใช้แบบประเมินกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่าช่วงเวลาที่ใช้ในการทำแบบประเมินของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนไม่เท่ากัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างบางคนใช้เวลาในการทำแบบประเมินน้อยมาก หรือ กลุ่มตัวอย่างบางคนใช้นานมาก ซึ่งอาจจะมีผลมาจากความแตกต่างของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ทักษะในการอ่านและตีความข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนไม่เท่ากัน ส่งผลให้เวลาในการใช้ตอบ

คำถามแต่ละข้อมีมากน้อยไม่เท่ากัน สอดคล้องกับ ส่วน สายยศ และ อังคณา สายยศ (2543) และ สมชาย วรภิเกษมสกุล (2554) ที่กล่าวว่า ผู้ถูกประเมินมีความเข้าใจความหมายของภาษาที่ไม่เท่ากัน ดังนั้นการกำหนดระยะเวลาในการทำแบบประเมินเป็นสิ่งที่จำเป็น ซึ่งหากระยะเวลาในการทำแบบประเมินมีมากเกินไปอาจจะส่งผลให้ผู้ถูกประเมินมีเวลาในการพิจารณาข้อคำถามให้ได้คำตอบดีกว่าความเป็นจริง แต่หากน้อยเกินไปอาจจะส่งผลให้ผู้ถูกประเมินขาดความรอบรอบในการตอบคำถาม นอกจากประเด็นเรื่องกำหนดระยะเวลาในการทำแบบประเมินแล้วยังมีเรื่องจำนวนข้อคำถามที่อาจจะมากเกินไป ซึ่งอาจจะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความเหนื่อยล้าและเบื่อหน่ายในการทำแบบประเมิน

เอกสารอ้างอิง

- จิระประภา สุวรรณจักร์. (2011). การวัดประเมินผลด้านจิตพิสัย. สืบค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2558 จาก <https://kruamm.files.wordpress.com/2011/07/>
- บุญชม ศรีสะอาด. (ม.ป.ป.). การวิเคราะห์อำนาจจำแนก. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2560, จาก http://www.kroobannok.com/news_file/p53184971026.pdf
- บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ. (2551). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- ผ่องอำไพ เสนแสง. (2556). การหาคุณภาพเครื่องมือ. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2560, จาก <http://www.norththonburi.com/attachments/article/77/>
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2543). การวัดด้านจิตพิสัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2543). เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- ศิริชัย กาญจนวาสิ. (2556). ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สมชาย วรภิเกษมสกุล. (2554). ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุดรธานี : อักษรศิลป์การพิมพ์
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2550). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- อารี เพ็ชรรัตน์. (ม.ป.ป.). สรรหาคนดี คนเก่ง ได้อย่างไร?. สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2559, จาก http://www.aree-associates.com/?page_id=1069
- CDR Assessment Group. (2011). How to make successful employee selection decisions easier and less costly. Retrieved September 5, 2015, from <http://cdrassessmentgroup.com/wp-content/uploads/2015/10/How-to-Make-Successful-Employee-Selection-Decisions-Easier-Less-Costly-by-N-Parsons.pdf>
- DDI. (2005). Recruiting for culture fit. Retrieved April 17, 2016, from <http://www.ddiworld.com/ddi/media/trend-research/au/au-Recruiting-for-Culture-Fit.pdf>
- Kingston, N. (2009). Self report inventory. Retrieved April 20, 2016, from http://www.blackwellreference.com/public/tocnode?id=g9781405161251_chunk_g978140516125121_ss1-11
- Lawrence, K. (2013). Developing leaders in a VUCA environment. UNC Executive Development.



- Mercer. (2008). The value of assessments in talent selection and development. Retrieved September 5, 2015, from <http://www.mercer.es/content/dam/mercer/attachments/global/Talent/Assess-ValuesAssmtTalentSelection.pdf>
- Pulakos, E. (2005). Selection assessment : methods a guide to implementing formal assessments to build a high-quality workforce. Alexandria, VA: Society for Human Resource Management.
- United States Office of Personnel Management. (n.d.). Assessment decision guide. Retrieved April 3, 2016, from <https://www.opm.gov/policy-data-oversight/assessment-and-selection/reference-materials/assessmentdecisionguide.pdf>