การสร้างแบบวัดบุคลิกภาพเพื่อคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด

The Development of a Personality Test for Selecting Call Center Agent of Gosoft (Thailand) Company

วรรณยุดา สีแข่นไตร[1], อริสา สำรอง[2]
Wanyuda Sikhaentrai[1], Arisa Samrong[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแบบวัดบุคลิกภาพในการคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบวัดบุคลิกภาพที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยบุคลิกภาพพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ที่ใช้การวิจัยมีทั้งสิ้น 11 ด้าน ประเมินคุณภาพของเครื่องมือโดยหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา วิเคราะห์อำนาจจำแนก, ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและความเชื่อมั่นของแบบวัดบุคลิกภาพแต่ละด้านและรวมทั้งฉบับ จากนั้นสร้างเกณฑ์ปกติด้วยคะแนนมาตรฐาน T-score และ Percentile กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 100 คน ผลการวิจัยพบว่าพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ที่มีเพศและอายุต่างกันมีบุคลิกภาพไม่แตกต่างกัน การสร้างเกณฑ์ปกติจึงใช้เกณฑ์เดียวกันไม่ต้องจำแนกตามเพศ และอายุพนักงาน จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่ามีข้อคำถามที่ได้ค่าสัมบูรณ์ตามกำหนดรวมทั้งสิ้น 89 ข้อ

คำสำคัญ : แบบวัดทางจิตวิทยา, บุคลิกภาพพนักงานลูกค้าสัมพันธ์

Abstract

The purposes of this thesis were to developing a test for selecting personnel to work in organizations providing services to customers via phone. The instrument quality was evaluated in terms of content validity, discriminatory power, construct validity, and reliability of the test in each aspect of the personality as well as the reliability of the whole test. Then, standardized criteria were constructed based on T-score and percentile. Those used in this fine tuning of the test were 100 customer service employees at Gosoft (Thailand) Co., Ltd. Findings showed that the personality scores of the personnel under study as classified by gender and age exhibited no parallel differences in personality. Therefore, in developed standardized criteria, the researcher

[1] นักศึกษาปริญญาโท, สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราคำแหง
[1] Master Degree Student, Industrial and Organization Psychology, Ramkhamheng University
[2] Assistant Professor, Faculty of Education, Ramkhamheng University

omitted the demographical characteristics of gender and age. In addition, therefore, factor analysis. Factor analysis showed that the absolute values of 89 items satisfied requirements

Keywords : psychology test, call center agent personality

บทนำ

ในปัจจุบันการประกอบธุรกิจหรือกิจการต่าง ๆ มีการแข่งขันกันสูงทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศ การปรับตัวทางธุรกิจของหน่วยงานหรือองค์การต่างได้เปลี่ยนแปลงเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบบริการไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หน่วยงานเล็กหรือใหญ่ ต่างเล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริการเพิ่มมากขึ้น การให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการจึงเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ การให้บริการต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ ดังนั้นการประยุกต์ความรู้ในแขนงวิชาต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการให้บริการจึงเป็นสิ่งจำเป็น และเทคนิคการปรึกษาเชิงจิตวิทยาก็เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีหลักการและวิธีการทางจิตวิทยาซึ่งเกี่ยวข้องกับการให้บริการสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการได้เป็นอย่างดี ช่วยให้หน่วยงานหรือองค์การสามารถรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ได้ ส่งผลให้หน่วยงานหรือองค์การมีความอยู่รอดได้ในยุคแห่งธุรกิจการแข่งขันในด้านบริการนี้ (เทพ สงวนกิตติพันธ์, ม.ป.ป., หน้า 1) ธุรกิจบริการแต่ละประเภทส่งมอบบริการให้แก่ลูกค้า ณ จุดส่งมอบบริการโดยลูกค้าจะได้สัมผัสวงจรบริการต่าง ๆ จนสามารถรับประสบการณ์และความรู้สึกในบริการนั้น อันจะส่งผลต่อการซื้อซ้ำได้ เพราะฉะนั้นจำเป็นต้องออกแบบวงจรบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด ซึ่งเกิดจากการส่งมอบคุณภาพบริการ (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล, 2551, หน้า 47)

เพื่อให้ได้บุคลิกภาพเฉพาะที่เหมาะสม การคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์จึงมีส่วนสำคัญสำหรับองค์กรที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการบริการ และต้องมีการคัดเลือกและสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติ หรือมีเกณฑ์ในการคัดเลือก เพื่อให้ได้พนักงานที่มีคุณสมบัติตามที่ระบุไว้ในข้อกำหนดของงานและเหมาะสมตามคำบรรยายลักษณะงานคุณสมบัติประการหนึ่งที่มักจะกำหนดไว้เป็นเกณฑ์ ในการคัดเลือกพนักงานคือบุคลิกภาพ ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่า บุคลิกภาพมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวในอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กันยา เทพสวัสดิ์ (2550) พบว่า การสรรหาและคัดเลือกพนักงาน องค์การควรให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความเหมาะสมเข้ามาปฏิบัติงาน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะช่วยให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น การมีแบบวัดในการคัดเลือกพนักงานในองค์การจึงเป็นสิ่งจำเป็นละโดยทั่วไปแล้วแบบวัดที่นำมาใช้จะเป็นแบบทดสอบหรือแบบวัดทางจิตวิทยา ดังที่ ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์ (2551, หน้า 5) ได้กล่าวว่า แบบทดสอบหรือแบบวัดทางจิตวิทยาเป็นเครื่องมือพื้นฐานสำหรับการวัดสภาพจิตใจและอารมณ์ที่นายจ้างทั้งหลายมักจะนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการคัดเลือกพนักงานโดยเชื่อว่าแบบทดสอบนี้จะช่วยให้สามารถประเมินได้อย่างแม่นยำว่าผู้ที่สมัครงานแต่ละคนมีความสามารถและมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานนั้นหรือไม่

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการที่จะสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ เป็นแบบวัดทางจิตวิทยาโดยมุ่งเน้นไปที่บุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานลูกค้าสัมพันธ์เพื่อให้องค์กรนำไปใช้ในการคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ ที่มีบุคลิกภาพตรงตามสายงานซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานในหน้าที่ได้อย่างดียิ่ง

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อสร้างแบบวัดบุคลิกภาพในการคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์

2. เพื่อหาคุณภาพของแบบวัดบุคลิกภาพเพื่อคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์

3. เพื่อสร้างเกณฑ์ปกติของแบบวัดบุคลิกภาพในการคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยจำแนกตามเพศและอายุ

4. เพื่อหาองค์ประกอบของบุคลิกภาพพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ และสร้างเกณฑ์ปกติจากองค์ประกอบ

วิธีการศึกษา

การวิจัยรั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยด้านการให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ งานลูกค้าสัมพันธ์ บุคลิกภาพพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในงานลูกค้าสัมพันธ์จึงได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาสังเคราะห์แล้วสรุปบุคลิกภาพพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ได้ทั้งหมด 11 ด้าน เพื่อใช้ในการสร้างแบบวัดบุคลิกภาพในการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน ซึ่งบุคลิกภาพพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ 11 ด้าน ได้แก่ 1) อดทนต่อความกดดัน 2) ความสามารถในการสื่อสาร 3) เชื่อมั่นในตนเอง 4) ทำงานเป็นทีม 5) ความซื่อสัตย์ 6) คิดบวก 7) ความสามารถในการแก้ไขปัญหา 8) ความรับผิดชอบ 9) จิตใจให้บริการ 10) ความยืดหยุ่น 11) กระตือรือร้น

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางจิตวิทยาการสร้างแบบวัดบุคลิกภาพทางจิตวิทยา และผู้มีความเชี่ยวชาญซึ่งทำหน้าที่บริหารงานธุรกิจการให้บริการข้อมูลลูกค้าทางโทรศัพท์ รวมจำนวน 9 คน กลุ่มตัวอย่างในการทดลองแบบวัดเพื่อวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนก วิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น คือ พนักงานลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ครั้งละ 100 คน โดยมีระยะห่างในการทดลองแบบแต่ละครั้งไม่น้อยกว่า 2 สัปดาห์ จนกระทั่งข้อคำถามจะผ่านเกณฑ์คุณภาพของแบบวัดทุกประเภทที่ได้กล่าวมา

แบบวัดบุคลิกภาพสำหรับใช้ในการคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน การศึกษา

2. แบบวัดบุคลิกภาพสำหรับใช้ในการคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์โดยเป็นมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ จริงมากที่สุด จริงมาก จริงปานกลาง จริงน้อย จริงน้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 5,4,3,2, และ 1 ตามลำดับ มีข้อคำถามจำนวน 214 ข้อ

ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยา และผู้เชี่ยวชาญทางด้านงานให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์รวม 9 ท่าน เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาหลังจากผู้เชี่ยวชาญได้ทำการพิจารณาตรวจสอบข้อคำถามแล้ว นำคะแนนที่ได้รับการตรวจสอบ มาคำนวณดัชนีค่าความสอดคล้อง โดยให้คะแนนแล้วนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง CVR อัตราส่วนความตรงเชิงเนื้อหาของ Lawshe

2. วิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกด้วยสถิติ t-test แบ่งกลุ่มสูงกลุ่มต่ำโดยใช้เทคนิค 25%

3. วิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนทั้งฉบับ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.20 (r < 0.20) ขึ้นไปจึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์

4. วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น โดยการหาสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's coefficient of alpha) โดยค่าความ เชื่อมั่นทั้งฉบับที่เหมาะสม ต้องไม่น้อยกว่า 0.70

5. การบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความถี่ และร้อยละ

6. เปรียบเทียบความแตกต่างของบุคลิกภาพพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test จำแนกตามอายุ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

7. การคำนวณเกณฑ์ปกติ จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ Normalize T-score และ Percentile

8. การวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยการสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีเน้นองค์ประกอบหลัก

ตารางที่ 1 สรุปค่าอำนาจจำแนก และค่าความเที่ยงตรงตามโครงสร้างของแบบวัดจากการทดลองแบบวัด

บุคลิกภาพ	ทดลองครั้งที่ 1	ทดลองครั้งที่ 2	ทดลองครั้งที่ 3	ทดลองครั้งที่ 4	ทดลองครั้งที่ 5
1. ความอดทนต่อความกดดัน	7	4	2	3	0
2. ความสามารถในการสื่อสาร	12	4	2	2	0
3. ความเชื่อมั่นในตนเอง	5	3	1	1	0
4. การทำงานเป็นทีม	3	1	0	0	0
5. ความซื่อสัตย์	2	0	0	0	0
6. คิดบวก	1	2	0	1	0
7. ความสามารถในการแก้ไขปัญหา	6	3	2	1	0
8. ความรับผิดชอบ	3	0	0	1	0
9. จิตใจรักงานบริการ	6	2	2	1	0
10. ความยืดหยุ่น	3	3	3	1	0
11. กระตือรือร้น	6	0	0	1	0
ข้อคำถามที่ถูกตัดออก (ข้อ)	54	20	12	12	0
ข้อคำถามคงเหลือ (ข้อ)	258	238	226	214	214

ผลการศึกษา

จากผลวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

1. วิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีข้อคำถามเริ่มต้นจำนวน 424 ข้อ จากนั้นนำข้อคำถามไปวิเคราะห์ ตามอัตราส่วนความตรงเชิงเนื้อหาของ Lawshe หลังการวิเคราะห์มีข้อคำถามคงเหลือ จำนวน 312 ข้อ

2. วิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัด โดยนำข้อคำถามคงเหลือจากการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จำนวน 312 ข้อไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนครั้งละ 100 คน แล้วนำแต่ละครั้งมาปรับปรุงแก้ไขจนกว่าข้อคำถามจะผ่านตามเกณฑ์ทุกข้อ ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผลทั้งหมด 5 ครั้ง มีข้อคำถามคงเหลือที่ผ่านเกณฑ์อำนาจจำแนกและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ทุกข้อ จำนวน 214 ข้อ (ตารางที่ 1)

3. วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (cronbach's coefficient of alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นรายด้าน และรวมทั้งฉบับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดบุคลิกภาพ

	บุคลิกภาพ	ค่าความเชื่อมั่น
1	อดทนต่อความกดดัน	0.733
2	ความสามารถในการสื่อสาร	0.838
3	เชื่อมั่นในตนเอง	0.896
4	ทำงานเป็นทีม	0.913
5	ความซื่อสัตย์	0.830
6	คิดบวก	0.844
7	ความสามารถในการแก้ไขปัญหา	0.781
8	ความรับผิดชอบ	0.813
9	จิตใจรักงานบริการ	0.872
10	ความยืดหยุ่น	0.765
11	กระตือรือร้น	0.853
	ค่าความเชื่อมั่นรวม 11 ด้าน	0.969

4. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 81 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-24 ปี และ 25-30 ปี โดยทั้งสองกลุ่มมีจำนวนเท่ากันซึ่งแต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 21 ส่วนกลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 8

5. สร้างเกณฑ์ปกติของแบบวัด วัตถุประสงค์ของการวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเกณฑ์ปกติของแบบวัดบุคลิกภาพ โดยผู้วิจัยได้นำคะแนนจากการตอบแบบวัดบุคลิกภาพพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด มาสร้างเกณฑ์ปกติ โดยจำแนกามเพศและอายุ ดังนั้น จึงทำการตรวจสอบว่าบุคลิกภาพแต่ละด้านของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเพศและอายุนั้นมีความแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อจะได้ทราบว่าควรสร้างเกณฑ์ปกติจำแนกตามเพศและอายุหรือไม่

ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ที่มีเพศและอายุต่างกันมีบุคลิกภาพไม่แตกต่างกัน ดังนั้นการการสร้างเกณฑ์ปกติเพื่อคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด จึงไม่ต้องจำแนกตามเพศและอายุ ผู้วิจัยได้นำคะแนนมาตรฐานมาสร้างตาราง Profile แปลงคะแนนดิบให้เป็นคะแนนมาตรฐาน เพื่อความสะดวกในการแปลผลบุคลิกภาพในการคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ ดังภาพที่ 1

คะแนน T-score	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
90	100	160	187	152	91	154	78	69	129	89	98
85	93	151	177	144	87	147	74	66	122	85	94
80	86	141	168	136	82	140	70	63	115	81	90
75	80	131	158	128	78	133	66	60	108	77	86
70	74	122	148	119	73	126	62	57	101	72	82
65	68	112	138	111	68	118	58	54	94	67	78
60	62	102	128	103	64	110	54	51	88	62	74
55	55	93	120	96	59	102	50	48	81	58	70
50	49	84	110	88	54	95	47	45	74	53	66
45	43	74	100	80	49	87	43	42	67	48	61
40	37	65	91	72	44	79	39	39	60	44	57
35	30	55	82	64	40	72	35	36	53	39	53
30			73								49

ด้านบุคลิกภาพ (คะแนนดิบ)

หมายเหตุ

1 คือ บุคลิกภาพด้านความอดทนต่อความกดดัน
2 คือ บุคลิกภาพด้านความสามารถในการสื่อสาร
3 คือ บุคลิกภาพด้านเชื่อมั่นในตนเอง
4 คือ บุคลิกภาพด้านการทำงานเป็นทีม
5 คือ บุคลิกภาพด้านความซื่อสัตย์
6 คือ บุคลิกภาพด้านการคิดบวก
7 คือ บุคลิกภาพด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหา
8 คือ บุคลิกภาพด้านความรับผิดชอบ
9 คือ บุคลิกภาพด้านจิตใจรักงานบริการ
10 คือ บคลิกภาพด้านความยืดหยุ่น
11 คือ บุคลิกภาพด้านค่วามกระตือรือร้น

ภาพประกอบ 1 ตาราง Profile เกณฑ์ปกติของแบบวัดบุคลิกภาพเพื่อคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ในรูปของคะแนนดิบ และคะแนน T-score

6. วิเคราะห์องค์ประกอบ แบบวัดบุคลิกภาพที่ผ่านการตรวจคุณภาพรายข้อแล้ว มีข้อคำถามทั้งสิ้น 214 ข้อ แต่เนื่องจากจำนวนข้ออาจมีมากเกินไปในการใช้เป็นแบบวัดเพื่อคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์เข้าทำงานในองค์การ ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อเป็นทางเลือกในการใช้แบบวัด เพื่อให้ข้อคำถามมีจำนวนข้อลดลงและเหมาะสมยิ่งขึ้น

วิเคราะห์องค์ประกอบโดยใช้การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (principle component extraction) โดยมีเกณฑ์พิจารณาองค์ประกอบคือ ตัวแปรแต่ละตัวในองค์ประกอบต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ตั้งแต่ 0.45 ขึ้นไปและมีจำนวนข้อคำถามในแต่ละองค์ประกอบตั้งแต่ 2 ข้อขึ้นไป จากนั้นได้หาค่าร้อยละของความแปรปรวนรวมและสร้างเกณฑ์ปกติของแต่ละองค์ประกอบ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .45 ขึ้นไป

	บุคลิกภาพ	จำนวนข้อคำถาม
1	อดทนต่อความกดดัน	4
2	ความสามารถในการสื่อสาร	7
3	เชื่อมั่นในตนเอง	13
4	ทำงานเป็นทีม	17
5	ซื่อสัตย์	6
6	คิดบวก	11
7	ความสามารถในการแก้ไขปัญหา	2
8	ความรับผิดชอบ	5
9	จิตใจรักงานบริการ	9
10	ความยืดหยุ่น	6
11	กระตือรือร้น	9
	รวมข้อคำถามคงเหลือ	89

ผู้วิจัยได้นำคะแนนมาตรฐานมาสร้างตาราง Profile แปลงคะแนนดิบให้เป็นคะแนนมาตรฐานเพื่อความสะดวกในการแปลผลบุคลิกภาพในการคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์หลังวิเคราะห์องค์ประกอบ ดังภาพที่ 2

คะแนน T-score	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
85	62	49	46	93	40	51	14	27	55	46	60
80	59	46	42	89	37	47	13	26	52	42	56
75	55	42	39	85	35	44	12	24	49	38	53
70	52	39	35	81	32	41	11	23	46	35	50
65	48	35	32	77	30	37	10	22	43	32	47
60	45	32	29	73	27	34	9	20	40	30	44
55	41	29	26	69	24	31	8	19	37	27	41
50	38	26	22	65	22	28	7	18	34	24	38
45	34	22	19	61	20	24	6	17	31	21	34
40	31	19	15	57	17	21		16	28	19	31
35	28	15	12	53	15	17			25	15	28
30	25	12		48							25
25				45							

ด้านบุคลิกภาพ (คะแนนดิบ)

หมายเหตุ

1 คือ บุคลิกภาพด้านความอดทนต่อความกดดัน
2 คือ บุคลิกภาพด้านความสามารถในการสื่อสาร
3 คือ บุคลิกภาพด้านเชื่อมั่นในตนเอง
4 คือ บุคลิกภาพด้านการทำงานเป็นทีม
5 คือ บุคลิกภาพด้านความซื่อสัตย์
6 คือ บุคลิกภาพด้านการคิดบวก
7 คือ บุคลิกภาพด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหา
8 คือ บุคลิกภาพด้านความรับผิดชอบ
9 คือ บุคลิกภาพด้านจิตใจรักงานบริการ
10 คือ บคลิกภาพด้านความยืดหยุ่น
11 คือ บุคลิกภาพด้านค่วามกระตือรือร้น

ภาพประกอบ 2 ตาราง Profile เกณฑ์ปกติของแบบวัดบุคลิกภาพเพื่อคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ในรูปของคะแนนดิบ และคะแนน T-score จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ

อภิปรายผล

การวิจัยนี้เป็นการสร้างแบบวัดบุคลิกภาพเพื่อคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งเป็นแบบวัดทางจิตวิทยาชนิดหนึ่ง เพื่อให้ได้แบบวัดที่เป็นมาตรฐานสามารถนำไปใช้ในการคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยอาศัยการดำเนินการตามขั้นตอนของการสร้างแบบวัดทางจิตวิทยา ผลการวิจัยพบว่าแบบวัดบุคลิกภาพพนักงานลูกค้าสัมพันธ์มีข้อคำถามคงเหลือทั้งหมดจำนวน 214 ข้อ หลังจากวิเคราะห์องค์ประกอบมีข้อคำถามคงเหลือ 89 ข้อ แบบวัดบุคลิกภาพพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ มีคุณภาพแบบวัดอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากมีค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับ 0.969 ทุกข้อมีค่าอำนาจจำแนกและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

เกณฑ์ปกติของแบบวัดที่สร้างขึ้นได้จำแนกเป็นรายด้านบุคลิกภาพทั้ง 11 ด้าน พร้อมทั้งแสดงข้อมูลภาพคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน T-score ไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการนำไปใช้สำหรับการคัดเลือกพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของแบบวัด มากยิ่งขึ้น เมื่อวิเคราะห์คุณภาพแบบวัดเรียบร้อยแล้ว การนำแบบวัดที่สมบูรณ์แล้วไปใช้นั้นควรเพิ่มขั้นตอนการวิเคราะห์โดยการนำคะแนนบุคลิกภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ ไปเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ โดยคำนวณหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนบุคลิกภาพและคะแนนผลการปฏิบัติงานและของพนักงานแต่ละคน

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณะที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พนักงานลูกค้าสัมพันธ์ หัวหน้างาน ผู้บริหาร บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด คณะผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเนื้อหาและผู้ให้ที่ความช่วยเหลือให้ข้อคำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

กันยา เทพสวัสดิ์. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ของบริษัทให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์แห่งหนึ่ง*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เทพ สงวนกิตติพันธ์. (ม.ป.ป.). *การให้บริการด้วยเทคนิคการปรึกษาเชิงจิตวิทยา*. เอกสารอัดสำเนา.

ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์. (2551). *IQ and personality tests*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-เอ็กซเปอร์เน็ท.

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล. (2551). *บริการให้ตรงใจใคร ๆ ก็กลับมา*. กรุงเทพมหานคร: พงษ์วรินการพิมพ์.