

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อกระบวนการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ การประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นการกระบวนการประเมินค่าของบุคคลที่ปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ทั้งผลงานและคุณลักษณะอื่นๆ ที่มีคุณค่าต่อการปฏิบัติงานด้วยวิธีการต่างๆ ภายในเวลาที่กำหนด ผลของการประเมินการปฏิบัติงานจะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจทางการธำรงรักษาและพัฒนาพนักงานในองค์กรหลายด้าน เช่น ใช้ข้อมูลผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ในการพิจารณาการพิจารณาปรับเงินเดือน เลื่อนตำแหน่ง เลื่อนขั้น โยกย้าย ให้รางวัลหรือการตัดสินใจโทษพนักงาน องค์กรที่มีระบบการประเมินผลปฏิบัติงานที่ดีมีประสิทธิภาพก็จะส่งผลให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ นอกจากนี้การประเมินการปฏิบัติงานจะเกิดประโยชน์ต่อทุกฝ่ายเมื่อมีการดำเนินงานอย่างมีระบบ สม่าเสมอ และถูกต้อง (Fisher, Schoenfeldt & Shaw, 1996)

อย่างไรก็ตามการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นศาสตร์และศิลป์อย่างหนึ่ง ที่อาจเกิดความผิดพลาดขึ้นได้จากขั้นตอนการประเมินผล ซึ่งแม้ว่าองค์กรจะสร้างระบบและกลไกที่มีประสิทธิภาพ แต่หากผู้ประเมินขาดความรู้ความเข้าใจ ขาดประสบการณ์ หรือขาดความสามารถในการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีอคติ หรือความลำเอียงต่างๆ ก็จะมีผลต่อการวินิจฉัยหรือตัดสินใจในการผลการประเมินนั้นได้ และเมื่อเกิดความผิดพลาดเกิดขึ้นกับการประเมินผลการปฏิบัติงานก็จะทำให้ได้ข้อมูลไม่สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงานที่แท้จริง ทั้งนี้ผู้ประเมินที่ประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานสูงกว่าสมรรถนะหรือความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการทำงาน อาจส่งผลต่อความผิดพลาดต่อการวินิจฉัยและตัดสินใจพิจารณาปรับเงินเดือน เลื่อนตำแหน่ง เลื่อนขั้น โยกย้าย ให้รางวัล ในขณะที่การประเมินผลการปฏิบัติงานต่ำกว่าสมรรถนะการทำงาน อาจตัดสินใจผิดพลาด มีผลถึงผลประโยชน์ด้านค่าจ้างเงินเดือนที่พนักงานจะได้รับ และอาจมีผลถึงขนาดการเลิกจ้างได้ด้วย ดังนั้นการประเมินที่ผิดพลาดข้างต้นอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินการขององค์กร นอกจากนี้ยังมีผลต่อการรับรู้ของพนักงานถึงความไม่เป็นธรรมในการประเมินผลการปฏิบัติงาน ส่งผลให้พนักงานขาดขวัญกำลังใจในการทำงานอีกด้วย

เนื่องจากการประเมินผลการปฏิบัติงานจะส่งผลต่อความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงานของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่ได้ทำงานในองค์กรที่มีความมั่นคงและผลตอบแทนในระดับสูง ย่อมต้องพยายามรักษาสภาพการมีงานทำและพยายามทำงานให้ “เข้าตา” ผู้บังคับบัญชา ดังนั้นพนักงานบางส่วนอาจใช้กลยุทธ์สร้างความประทับใจต่อผู้บังคับบัญชาหรือต่อเพื่อนร่วมงานเพื่อให้ตนเองได้รับผลประโยชน์การปฏิบัติงานออกมาดี ซึ่งอาจไม่เกี่ยวกับสมรรถนะการทำงานหรือผลงานของตนแต่อย่างใด การสร้างความประทับใจหรือการจัดการความประทับใจ (Impression Management, หรือ IM) นี้คือ พฤติกรรมที่บุคคลคนหนึ่งทำต่อบุคคลอื่นเพื่อหวังผลให้เกิดการรับรู้หรือความประทับใจที่ดีต่อตน ด้วยการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเองเพื่อบรรลุเป้าหมายส่วนตัวหรือเพื่อผลประโยชน์จากความประทับใจของผู้อื่น (Jones & Pittman, 1982) อีกทั้งสังคมไทยเป็นสังคมอุปถัมภ์ มีลักษณะที่ผู้น้อยต้องฟังฟังผู้ใหญ่สูง มีค่านิยมจากการสั่งสมทางสังคมในการดำเนินชีวิตแบบ “รู้รักษาตัวรอดเป็นยอดดี” ซึ่งสะท้อนมาถึงวัฒนธรรมการทำงานในองค์กร และนำไปสู่วัฒนธรรมแบบประจบสอพลอ เสแสร้งในการแสดงความซื่อสัตย์ และจงรักภักดี ซึ่งมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรในประเทศไทย พบว่า พนักงานส่วนใหญ่จะมีลักษณะ “ยอมตาม” ผู้บังคับบัญชา แม้จะไม่เห็นด้วยก็ตาม เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในการทำงาน (Chivakidakarn, Dastoor & Bahudin, 2009) พฤติกรรมเช่นนี้ยากที่จะระบุว่ามีความซื่อสัตย์ จงรักภักดีต่อองค์กรอย่างแท้จริง หรือเป็นการสร้างภาพเพื่อหวังประโยชน์ส่วนตัว ดังนั้นผู้บริหารที่ไม่มีควม “ละเอียด” มากพอจึงติดหล่มการสร้างภาพหรือการสร้างความประทับใจ (Impression Management) ของผู้ใต้บังคับบัญชา จนอาจทำให้เกิดผลเสียแก่องค์กรได้

องค์กรที่มีการบริหารจัดการที่ดีจึงควรมีข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานและตรวจสอบอย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจใด ๆ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยเฉพาะในการประเมินผลการปฏิบัติงานว่าพฤติกรรมของพนักงานเป็นการจัดการความประทับใจหรือไม่ เพื่อป้องกันไม่ให้พนักงานที่มีความสามารถในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเองประสบความสำเร็จโดยการได้รับรางวัลหรือผลประโยชน์ต่างๆ จากองค์กร ซึ่งไม่ได้มีพื้นฐานมาจากความรู้ความสามารถและความทุ่มเทในการทำงานอย่างแท้จริง

จากการศึกษางานวิจัยด้านพฤติกรรมองค์กรในต่างประเทศ พบว่าการจัดการความประทับใจมีบทบาทสูงในการบริหารงานและส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านต่างๆ ขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารบุคคล เช่น การศึกษาการจัดการความประทับใจกับการสัมภาษณ์เข้าทำงานของ Delaney-Klinger, Kelly A (2005) และ การศึกษาการจัดการความประทับใจกับผลการทำงานของพนักงานของ Wayne & Liden (1995) และ Zivnuska et al., (2004) เป็นต้น

สำหรับในประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยพบว่ายังไม่มีผลการศึกษาในเรื่องการจัดการความประทับใจในบทบาทที่มีต่อการบริหารจัดการขององค์กร ทั้งที่สังคมไทยน่าจะมีการจัดการความประทับใจอยู่ทุก

บริบท (วิชัยญา วันโณ, 2553) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในประเด็นดังกล่าว ถึงระดับการสร้าง ความประทับใจของพนักงานในองค์กร รวมถึงศึกษากลยุทธ์การสร้างความประทับใจต่อผู้บังคับบัญชา หรือต่อเพื่อนร่วมงานเพื่อให้ตนเองได้รับผลประโยชน์การปฏิบัติงานออกมาดี โดยผู้วิจัยคาดว่าผลจาก การศึกษาจะสร้างองค์ความรู้ที่สำคัญทางด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ อีกทั้งผู้บริหารและองค์กร ต่างๆ สามารถนำไปปรับใช้กับระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อป้องกันและลดความผิดพลาด จากการศึกษา การสร้างระบบการประเมินผลปฏิบัติงานที่เชื่อมโยงสมรรถนะการทำงานและส่งผลให้ บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับของกลยุทธ์การจัดการความประทับใจในองค์กร
- 2) เพื่อศึกษาความสามารถในการพยากรณ์ของกลยุทธ์การจัดการความประทับใจของ พนักงานในองค์กรที่มีต่อผลการประเมินผลการปฏิบัติงาน

1.3 สมมุติฐานของการวิจัย

H 1 : กลยุทธ์การจัดการความประทับใจมีความสัมพันธ์กับผลการประเมินผลการปฏิบัติงาน

H 2 : กลยุทธ์การจัดการความประทับใจมีความสามารถในการพยากรณ์ผลการประเมินกา ปฏิบัติงานในแต่ละระดับ

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาในแง่มุมมองของการจัดการความประทับใจ ซึ่งเป็นพฤติกรรม องค์กร และจิตวิทยาองค์กร โดยใช้แนวคิดของนักวิชาการด้านพฤติกรรมองค์กร แนวคิดหลักที่ใช้ เป็นกรอบในการวิจัยคือแนวคิดของ Jones & Pittman (1982) ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์การจัดการ ความประทับใจ 5 กลยุทธ์ได้แก่ การสนับสนุนตนเอง การประจบเอาใจ การแสดงตัวเป็นบุคคล ตัวอย่าง การร้องขอความเห็นใจและการข่มขู่กดดัน และระดับผลการประเมินการปฏิบัติงานของกลุ่ม ตัวอย่าง แบ่งเป็น 5 ระดับได้แก่ ดีเยี่ยม ดีมาก ดี พอใช้ และ ควรปรับปรุง

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือพนักงานในบริษัทสื่อสารโทรคมนาคม แห่งหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์กรมหาชนขนาดใหญ่ มีจำนวนพนักงาน 17,304 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2556)

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1) ประโยชน์เชิงวิชาการ คือการสร้างองค์ความรู้ที่สำคัญทางพฤติกรรมองค์การ ในประเด็นของการจัดการความประทับใจ (Impression Management) ที่มีต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลการปฏิบัติงาน
- 2) ประโยชน์เชิงการบริหารจัดการ คือผู้บริหารและองค์กรต่างๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อป้องกันและลดความผิดพลาดจากการตัดสินใจ รวมทั้งการสร้างระบบการประเมินผลปฏิบัติงานที่เชื่อมโยงสมรรถนะการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

กลยุทธ์การจัดการความประทับใจ (Impression Management) หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลคนหนึ่งทำต่อบุคคลอื่นเพื่อหวังผลให้เกิดการรับรู้หรือความประทับใจที่ดีต่อตน ด้วยการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเองเพื่อบรรลุเป้าหมายส่วนตัวหรือเพื่อผลประโยชน์จากความประทับใจของผู้อื่น ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มี 5 กลยุทธ์ได้แก่

- 1) กลยุทธ์การประจบเอาใจ (Ingratiation) เป็นพฤติกรรมที่เอาใจผู้อื่นเพื่อให้เขารู้สึกดีต่อตนเอง
- 2) กลยุทธ์การสนับสนุนตนเอง (Self-Promotion) คือพฤติกรรมที่บุคคลพยายามบรรยายคุณลักษณะหรือเรื่องราว คุณงามความดีของตนให้ผู้อื่นรับรู้เพื่อให้ตนเองได้รับการยอมรับ
- 3) กลยุทธ์การข่มขู่กดดัน (Intimidation) เป็นพฤติกรรมที่ทำให้ผู้อื่นเกิดความกลัวด้วยการแสดงอำนาจในวิธีใดวิธีหนึ่ง
- 4) กลยุทธ์การแสดงตัวเป็นบุคคลตัวอย่าง (Exemplification) คือพฤติกรรมที่พยายามแสดงภาพลักษณ์ในทางที่ดี หรือแสดงออกในการเป็นตัวอย่าง (Role Model) เพื่อทำให้ผู้อื่นประทับใจ
- 5) กลยุทธ์การร้องขอความเห็นใจ (Supplication) คือพฤติกรรมในการพยายามของบุคคลทำตนให้เป็นคนที่น่าสงสารและเห็นใจเพื่อให้ตนเองได้รับความช่วยเหลือ

การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) หมายถึงกระบวนการประเมินค่าของบุคคลผู้ปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ ทั้งผลงานและคุณลักษณะอื่น ๆ ที่มีคุณค่าต่อการปฏิบัติงานภายในเวลาที่กำหนดไว้อย่างแน่นอน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการควบคุมและตรวจสอบปริมาณงาน และคุณภาพของบุคคลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร รวมทั้งเพื่อประโยชน์ในการให้รางวัล หรือลงโทษ ตลอดจนในการพัฒนาบุคคลต่อไปในอนาคต

ผลประเมินการปฏิบัติงาน (Rate of Performance Appraisal) หมายถึงระดับการปฏิบัติงานของพนักงานที่ถูกประเมินจากหัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานตามระบบและวิธีการประเมินขององค์กร ซึ่งในบริษัทสื่อสารโทรคมนาคมที่ศึกษา นี้ แบ่งผลการประเมินเป็นระดับ ดีเยี่ยม ดีมาก ดีพอใช้ และควรปรับปรุง ซึ่งเป็นระดับคะแนน 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ