

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอารมณ์ขณะทำงาน ( Emotion Work)	15
ความหมายของการบริการ	47
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้	49
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ	51
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ	61
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	67
กรอบแนวคิดในการวิจัย	92
สมมติฐานการวิจัย	93
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	94
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	94
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	94
การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	102
การเก็บรวบรวมข้อมูล	105
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	105

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	107
ผลการวิจัย	107
ข้อวิจารณ์	144
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	156
สรุปผลการวิจัย	157
ข้อเสนอแนะ	160
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	166
ภาคผนวก	176
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	177
ภาคผนวก ข ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ R.V. Krejcie and D.M. Morgan	184

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การวัดอารมณ์ขณะทำงาน (Measures of Emotion Labor)	46
2	จำนวนและร้อยละของพนักงานบริการลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	108
3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการรับรู้บรรยากาศองค์การในแต่ละมิติและโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้า	109
4	จำนวน และร้อยละของพนักงานบริการลูกค้า จำแนกตามรูปแบบบุคลิกภาพ	110
5	ค่าเฉลี่ย ระดับและร้อยละความถี่ของการแสดงอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของพนักงานบริการลูกค้า	111
6	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งที่มาของข้อกำหนดการแสดงอารมณ์ที่พนักงานบริการลูกค้านำมาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานปกติ (Norm of Regarding Emotion: EN)	113
7	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของพนักงานบริการลูกค้าเพศชายและเพศหญิง	114
8	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของพนักงานบริการลูกค้าที่มีอายุต่างกัน	115
9	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของพนักงานบริการลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน	116

## สารบัญญัตินี้ (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
10	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้าน ของพนักงานบริการลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	117
11	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้าน ของพนักงานบริการลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน	118
12	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้าน ของพนักงานบริการลูกค้าที่มีอายุงานในปัจจุบันต่างกัน	119
13	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของ พนักงานบริการลูกค้าที่มีการรับรู้บรรยากาศองค์การมิติโครงสร้างต่างกัน	120
14	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของ พนักงานบริการลูกค้าที่มีการรับรู้บรรยากาศองค์การมิติมาตรฐานต่างกัน	121
15	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของ พนักงานบริการลูกค้าที่มีการรับรู้บรรยากาศองค์การมิติรับผิดชอบต่างกัน	122
16	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของ พนักงานบริการลูกค้าที่มีการรับรู้บรรยากาศองค์การมิติเห็นคุณค่าต่างกัน	123
17	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของ พนักงานบริการลูกค้าที่มีการรับรู้บรรยากาศองค์การมิติสนับสนุนต่างกัน	124

## สารบัญญัตินี้ (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
18	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานด้านการแสดงอารมณ์ เท่าที่สามารถทำได้เพื่อให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การที่กำหนด (ERP) ของพนักงานบริการลูกค้าที่มีการรับรู้บรรยากาศองค์การมีค่านิยมสนับสนุนต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธีการ LSD (Least – Significant Different)	125
19	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของ พนักงานบริการลูกค้าที่มีการรับรู้บรรยากาศองค์การมีค่านิยมต่างกัน	126
20	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานด้านการแสดงอารมณ์ เท่าที่สามารถทำได้เพื่อให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การที่กำหนด (ERP) ของพนักงานบริการลูกค้าที่มีการรับรู้บรรยากาศองค์การมีค่านิยมต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธีการ LSD (Least – Significant Different)	127
21	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้าน ของพนักงานบริการลูกค้าที่มีการรับรู้บรรยากาศองค์การโดยรวมต่างกัน	128
22	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของ พนักงานบริการลูกค้าที่มีบุคลิกภาพต่างกัน	129
23	เปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงานด้านการแสดง อารมณ์ให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การที่กำหนด (ERR) ของ พนักงานบริการลูกค้าที่มีบุคลิกภาพต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธีการ LSD (Least – Significant Different)	130

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
24	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้บรรยากาศองค์การ และบุคลิกภาพของพนักงานบริการลูกค้า	133
25	การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่ออารมณ์ขณะทำงานด้านการแสดงอารมณ์ทางบวก (EP) ของพนักงานบริการลูกค้า	135
26	การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่ออารมณ์ขณะทำงานด้านการแสดงอารมณ์ทางลบ (EV) ของพนักงานบริการลูกค้า	136
27	การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่ออารมณ์ขณะทำงานด้านการให้ความสำคัญต่อความรู้สึกของลูกค้า (ES) ของพนักงานบริการลูกค้า	137
28	การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่ออารมณ์ขณะทำงานด้านการควบคุมอารมณ์ (EK) ของพนักงานบริการลูกค้า	139
29	การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่ออารมณ์ขณะทำงานด้านการควบคุมการติดต่อ (EH) ของพนักงานบริการลูกค้า	140

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
30	การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่ออารมณ์ขณะทำงานด้านความไม่สอดคล้องทางอารมณ์ (ED) ของพนักงานบริการลูกค้า	141
31	สรุปผลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่ออารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านของพนักงานบริการลูกค้า	143

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	รูปแบบทฤษฎีควบคุม (Control Theory Model)	29
2	รูปแบบทฤษฎีควบคุมของอารมณ์ขณะทำงาน (Control Theory Model of Emotional Labor)	30
3	แบบแผนกฎการแสดงอารมณ์ทางบวกว่าเข้ากับลำดับชั้น เป้าหมายส่วนตัวและลำดับชั้นเป้าหมายของบุคคลอย่างไร	31
4	กระบวนการรับรู้จนเกิดพฤติกรรม	50
5	กรอบแนวคิดในการวิจัย	92