

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

อารมณ์ขณะทำงาน: กรณีศึกษาพนักงานบริการลูกค้าของ
บริษัทขายตรงแบบหลายชั้นแห่งหนึ่ง

Emotion Work: A Case Study of The Customer Service Employees of
A Multi-Level Direct Selling Company

โดย

นางประภาพรพรณ ศรีไทย

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม)
พ.ศ. 2549

ISBN 974-16-1850-6

ประภาพรพรรณ ศรีไทย 2549: อารมณ์ขณะทำงาน: กรณีศึกษาพนักงานบริการลูกค้าของบริษัทขายตรงแบบหลายชั้นแห่งหนึ่ง ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม ภาควิชาจิตวิทยา ประธานกรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์ถวัลย์ เนียมทรัพย์, ศศ.ม. 185 หน้า ISBN 974-16-1850-6

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอารมณ์ขณะทำงานของพนักงานบริการลูกค้าของบริษัทขายตรงแบบหลายชั้นแห่งหนึ่ง 2) ศึกษาเปรียบเทียบอารมณ์ขณะทำงานของพนักงานบริการลูกค้าของบริษัทขายตรงแบบหลายชั้นแห่งหนึ่งจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้บรรยากาศองค์การ และบุคลิกภาพ 3) ศึกษาปัจจัยบางประการที่มีผลต่ออารมณ์ขณะทำงานของพนักงานบริการลูกค้าของบริษัทขายตรงแบบหลายชั้นแห่งหนึ่ง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือพนักงานบริการลูกค้าของบริษัทขายตรงแบบหลายชั้นแห่งหนึ่ง จำนวนทั้งสิ้น 146 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้บรรยากาศองค์การ แบบสำรวจบุคลิกภาพ EPI และแบบสอบถามอารมณ์ขณะทำงาน (FEWS - E) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test one - way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) พนักงานบริการลูกค้ามีอารมณ์ขณะทำงานแต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลาง 2) พนักงานบริการลูกค้าที่มี เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และอายุงานในปัจจุบันต่างกัน มีอารมณ์ขณะทำงานในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน 3) พนักงานบริการลูกค้าที่มีการรับรู้บรรยากาศองค์การต่างกันมีอารมณ์ขณะทำงานด้านการแสดงอารมณ์เท่าที่สามารถทำได้ เพื่อให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) พนักงานบริการลูกค้าที่มีบุคลิกภาพต่างกันมีอารมณ์ขณะทำงานด้านการแสดงอารมณ์ให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การที่กำหนดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) เพศ การรับรู้บรรยากาศองค์การมิติผูกพันและมิติมาตรฐาน สามารถร่วมกันพยากรณ์อารมณ์ขณะทำงานด้านการแสดงอารมณ์ทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 8.6 6) การรับรู้บรรยากาศองค์การมิติสนับสนุน สามารถพยากรณ์อารมณ์ขณะทำงานด้านการแสดงอารมณ์ทางลบได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 4.6 7) สถานภาพสมรสสามารถพยากรณ์อารมณ์ขณะทำงานด้านการให้ความสำคัญต่อความรู้สึกของลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 3.2 8) การรับรู้บรรยากาศองค์การมิติเห็นคุณค่าสามารถพยากรณ์อารมณ์ขณะทำงานด้านการควบคุมอารมณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 3.9 9) การรับรู้บรรยากาศองค์การมิติโครงสร้าง มิติผูกพัน และบุคลิกภาพด้านแสดงตัว-เก็บตัว สามารถร่วมกันพยากรณ์อารมณ์ขณะทำงานด้านการควบคุมการติดต่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 10.7 10) บุคลิกภาพด้านวันไหวทางอารมณ์-มั่นคงทางอารมณ์สามารถพยากรณ์อารมณ์ขณะทำงานด้านความไม่สอดคล้องทางอารมณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 4.5 11) ไม่พบผลของตัวแปรอิสระใดที่สามารถพยากรณ์อารมณ์ขณะทำงานด้านการแสดงอารมณ์ให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การที่กำหนดโดยรวม และด้านย่อยคือด้านการแสดงความเห็นอกเห็นใจลูกค้า ด้านการแสดงอารมณ์เท่าที่สามารถทำได้เพื่อให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การโดยรวม และด้านย่อยคือด้านการแสดงอารมณ์เป็นกลาง

Prapapun Srithai 2006: Emotion Work: A Case Study of The Customer Service Employees of A Multi - Level Direct Selling Company. Master of Science (Industrial Psychology), Major Field: Industrial Psychology, Department of Psychology. Thesis Advisor: Mr.Thawan Nieamsup, M.A. 185 pages.
ISBN 974-16-1850-6

The objectives of this research were 1) to study and find out the emotion work of the customer service employees of a multi-level direct selling company; 2) to compare the emotion work of the customer service employees on the basis of personal background, organizational climate perception and personality, and 3) to find out co-predict variables of emotion work of the customer service employees. The sample group was employees who have been working in the customer service center of a multi-level direct selling company. The total samples were 146 persons. The methods used to collect data were personal data questionnaire, perception of organizational climate questionnaire, the Eysenck Personality Inventory, and the Frankfurt Emotion Work Scales-E. The data were analyzed by computer program. The statistical methods used were percentage, mean, standard deviation, t - test, one-way ANOVA and stepwise multiple regression analysis.

The research revealed the following. 1) The customer service employees had moderate level emotion work in all core dimensions. 2) The customer service employees who differed in sex, age, marital status, educational level, work experience and length of service in present job had no difference in all core dimensions of emotion work. 3) The customer service employees who differed in organizational climate perception had a significant difference in emotional regulation possibility at .05 statistical significance level. 4) The customer service employees who differed in personality type had a significant difference in emotional regulation requirement at .05 statistical significance level. 5) Sex, organizational climate perception in commitment and standard dimensions were capable of predicting positive emotion display of the customer service employees at .01 statistical significance level with cooperative prediction at 8.6 percent. 6) Organizational climate perception in support dimension was capable of predicting negative emotion display of the customer service employees at .01 statistical significance level with prediction at 4.6 percent. 7) Marital status was capable of predicting demands for sensitivity display of the customer service employees at .05 statistical significance level with prediction at 3.2 percent. 8) Organizational climate perception in recognition dimension was capable of predicting emotion control display of the customer service employees at .01 statistical significance level with prediction at 3.9 percent. 9) Organizational climate perception in structure and commitment dimensions and extraversion-introversion personality were capable of predicting interaction control of the customer service employees at .01 statistical significance level with cooperative prediction at 10.7 percent. 10) Neuroticism-stability personality was capable of predicting emotion dissonance display of the customer service employees at .01 statistical significance level with prediction at 4.5 percent. 11) No independent variables could predict emotional regulation requirement, emotional sympathy, emotional regulation possibility, and neutrality emotion.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

/ /

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ถวัลย์ เนียมทรัพย์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร. พวงเพชร วัชรอยู่ กรรมการวิชาเอก และรศ. ดร. นิตยา เงินประเสริฐศรี กรรมการวิชาการ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ และช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และโดยความกรุณาจาก ดร.มล.นิพาดา เทวกุล ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย ที่ทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง

ขอขอบพระคุณนางสมปอง ชุ่มท้าว มารดา นายเผด็จ ศรีไทย สามี รวมถึงเพื่อนนิสิตปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม ภาคพิเศษ รุ่นที่ 9 ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นางสาวกรกช เกษแม่นกิจ นางสาวนันทวัน นวมนิ่ม และนายสุธรรม อัครศักดิ์สกุล และขอขอบใจเด็กหญิงประภาวริน ศรีไทย บุตรสาว ที่คอยเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา

คุณประโยชน์และคุณค่าที่ได้จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบแต่ครูบาอาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ คำสั่งสอน ความห่วงใย และกำลังใจที่ดีจนประสบความสำเร็จ

ท้ายที่สุดขอขอบพระคุณ Prof. Dr. Dieter Zapf จาก The Department of Work & Organizational Psychology, Frankfurt University ผู้สร้างแบบสอบถามอารมณ์ขณะทำงาน FEWS – Frankfurt Emotion Work Scale - E ที่อนุเคราะห์ให้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามดังกล่าวในการเก็บข้อมูล ให้คำแนะนำและข้อคิดที่เป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์นี้จนเสร็จสิ้นสมบูรณ์

ประภาพรรณ ศรีไทย

พฤษภาคม 2549