

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ทุกสิ่งในชีวิตประจำวันเรามักเกี่ยวข้องกับอารมณ์ ถ้าเรามีชีวิตปราศจากอารมณ์ใดๆ ชีวิตจะแห้งแล้งปราศจากสีสันและรสชาติในการดำรงชีวิต (วารุณี ภูวสรกุล, 2544, น.261) อารมณ์เป็นกระบวนการทางจิตที่เกิดจากการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอกซึ่งคนเราแต่ละคนมีอารมณ์เฉพาะตนและมีแบบของอารมณ์ที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2543, น.197) และตอบสนองโดยอัตโนมัติซึ่งตัดสินใจในแนวทางที่ตัวเรากำหนดเองและมีปฏิกิริยาต่อสถานการณ์จำเพาะ (ชาญชัย อาจินสมาจาร, 2547, น.73) หรือตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดเฉพาะหน้าต่อบุคคลในสถานการณ์ต่าง ๆ อารมณ์จึงมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับชีวิตคนเราอย่างมาก ทั้งสุขภาพร่างกาย การดำรงชีพในแง่สุขและทุกข์ การอยู่ในสังคม และการอยู่รอดของคนเรา โดยอารมณ์มีหน้าที่ในการสื่อสารระหว่างตนเองและผู้อื่นว่ามีความรู้สึกและมีความคิดอย่างไร ทั้งในด้านผลดีและผลเสียที่จะได้รับ (Lupton, 1998, pp.39-43)

ในการที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคมต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นจึงทำให้มนุษย์ต้องรู้จักควบคุมอารมณ์ของตนเพื่อที่จะควบคุมตนเองได้ และการรู้ว่าตนเองกำลังมีอารมณ์แบบใดนอกจากจะทำให้เราควบคุมอารมณ์ได้ดีขึ้น สามารถจะจัดการกับสถานการณ์อย่างมีเหตุผล แสดงออกในทางที่สังคมยอมรับ ดำเนินการสิ่งที่กระทำอยู่ต่อไปได้และยังทำให้เราสามารถหลุดพ้นจากอารมณ์นั้นได้เร็วขึ้น เพราะทำให้เรารู้จักหาทางปรับหรือระบายอารมณ์นั้นออกไปอย่างเหมาะสมถูกต้อง และทำให้ปรับตนเองเข้ากับสังคมสิ่งแวดล้อม เกิดวุฒิภาวะทางอารมณ์และสุขภาพจิตที่ดี (นงพงา ลิ้มสุวรรณ, 2542, น.201) การที่บุคคลไม่สามารถควบคุมอารมณ์ความรู้สึกของตนได้ พฤติกรรมที่แสดงออกจึงเป็นไปในทางเบียดเบียนตนเองและผู้อื่นมาก ถ้าไม่เรียนรู้และฝึกกระชับอารมณ์ย่อมแสดงพฤติกรรมตามอารมณ์ความรู้สึกโดยขาดการยับยั้งซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายได้ (ผจงจิต อินทสุวรรณและคณะ, 2545, น.1-2) โดยเฉพาะในชีวิตการทำงานบุคคลจะต้องตระหนักถึงคุณค่าของการมีอารมณ์ที่ดีและการควบคุมอารมณ์เนื่องจากเป็นตัวช่วยในการสร้างสัมพันธภาพกับหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า แล้วยังช่วยให้การติดต่อสื่อสารกันเป็นไปอย่างราบรื่นบรรลุเป้าหมาย อารมณ์ในลักษณะนี้เป็นปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น

จากความคิดและความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่เกิดจากสภาวะแวดล้อมหรือจากสภาพในการทำงานมากระตุ้น ซึ่งอารมณ์ในแต่ละรูปแบบจะทำหน้าที่พร้อมที่จะนำไปสู่การกระทำและชี้นำทิศทางที่ได้ผลในการให้บุคคลจัดการกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นซึ่งสถานการณ์เหล่านี้ก็จะเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำอีกทำให้เกิดการกระทำซ้ำโดยเป็นผลจากการชี้นำของอารมณ์ที่จะถูกบันทึกเก็บไว้ซ้ำ ๆ จนกลายเป็นปฏิกิริยาอัตโนมัติหรือที่เรียกว่า “นิสัย” (สมทรง สุวรรณเลิศ, 2543, น.23) ซึ่งเป็นสภาวะคงที่ของอารมณ์ที่ตอบสนองต่อสภาวะแวดล้อมหรืองานที่กระทำจนกลายเป็นบุคลิกภาพทางอารมณ์ของบุคคลเรียกว่าบุคลิกอารมณ์ตามอาชีวะ (Temperament) (Mehrabian, Online, 1999)

มีการศึกษาค้นคว้าวิธีในการวัดอารมณ์หลากหลายวิธี ตั้งแต่การวัดโดยอาศัยหลักการรายงานความรู้สึกของตนเอง เช่น The Profile of Mood states สร้างโดยลอร์และคณะ (Lorre et al.) การวัดพฤติกรรมของบุคคล ในปีค.ศ.1984 เช่น การสังเกตภาษากาย (Feldman, 1993, p. 368) การวัดผลผลิตของพฤติกรรมของบุคคล เช่นแบบทดสอบรอร์ชาช (The Rorchach Test) และแบบทดสอบทีเอที (Thematic Approach Test) (Anastasi, 1997, pp. 411-422) แต่อย่างไรก็ตามวิธีเหล่านี้ยังไม่มีข้อพิสูจน์ทางทฤษฎีมารองรับยืนยันจึงทำให้มีความเชื่อถือไม่มากนัก ถึงแม้จะมีวิธีการวัดโดยอาศัยหลักการทางวิทยาศาสตร์โดยใช้เครื่องมือวัดเช่น เครื่องจับเท็จ (Polygraph) ที่เป็นเครื่องมือตรวจจับการเปลี่ยนแปลงอัตราการเต้นของหัวใจ ความดันโลหิต อัตราการหายใจ เมื่อเกิดความรู้สึกก็ตามนี้ แต่ก็ยังไม่สามารถวิเคราะห์ความแตกต่างของการเปลี่ยนแปลงทางกายเมื่อเกิดอารมณ์ชนิดต่าง ๆ ได้ (ไพบูลย์ เทวรักษ์, 2537, น.97) วิธีการหนึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากคือ การวัดโดยใช้การตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) แต่การตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้สร้างจากการจำลองอารมณ์พื้นฐานจะทำให้ค่าความเที่ยงตรงต่ำ (Edenborough, 1994, p.20) ซึ่งมีการศึกษาพัฒนาขึ้นมาอย่างต่อเนื่องมีแบบสอบถามหนึ่งที่มีการสร้างจากทฤษฎีหรือแบบจำลองอารมณ์พื้นฐานที่มีค่าความเที่ยงตรงค่อนข้างสูงเป็นที่ยอมรับกันคือ The PAD Emotional State Model (PAD) ของมีฮราเปียน (Mehrabian, 1974) ผู้เชี่ยวชาญในการสื่อสารแบบอวจนะ (Nonverbal Communication) หรือที่เรียกว่าภาษาท่าทาง (Body Language) ซึ่ง PAD ใช้วัดอารมณ์กับสภาพแวดล้อมโดยเฉพาะในการทำงานซึ่งแบ่งได้ 3 ลักษณะดังนี้ ลักษณะปิติยินดี (ปิติยินดีหรือไม่ยินดี) ลักษณะการกระตุ้น (มีตัวกระตุ้นหรือไม่มีตัวกระตุ้น) และลักษณะการครอบงำ (เกิดการครอบงำหรือการคล้อยตาม) โดยที่แต่ละลักษณะเป็นอิสระต่อกัน (Mehrabian and Russell, 1974, pp.18-20) หลักสำคัญในการวิจัยของมีฮราเปียนเน้นที่การประเมินปฏิกิริยาและสภาวะอารมณ์ของบุคคลที่เกิดจากสภาพแวดล้อมใน

สถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การทำงานในลักษณะต่าง ๆ ของแต่ละอาชีพ (ศรีถ้อย กอสนาน, 2541, น.3) บุคคลนั้นเองต้องมีฐานมาจากบุคลิกภาพ ๆ ของบุคคลนั้น รู้ว่าตนเองมีตัวตนอย่างไรอยู่แล้ว ซึ่งบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อบุคคลในเรื่องต่าง ๆ

ดังเช่นในการทำงานหรือการดำเนินชีวิตบุคคลไม่สามารถใช้แค่เพียงเชาวน์ทางสติปัญญา (IQ) ได้อีกต่อไป โดยในทศวรรษที่ผ่านมาโกลแมน (Goleman, 1995) ได้ตีพิมพ์งานวิจัยด้านระบบประสาท จิตวิทยา และสังคมวิทยาออกมาเป็นหนังสือชื่อ Emotional Intelligence (EQ) ได้ชี้ว่าเชาวน์ทางอารมณ์เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการที่จะทำให้เชาวน์ทางสติปัญญาถูกใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามเชาวน์ที่กล่าวมาข้างต้นไม่เพียงพอต่อการทำงานและการดำเนินชีวิต ต่อมาโคลส์ (Coles, 1997) เสนอแนวคิด Moral Quotient (MQ) ด้วยการเขียนหนังสือ The Moral Intelligence of Children ว่า MQ เป็นส่วนหนึ่งของ EQ ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวกับจริยธรรม ศีลธรรม และคุณธรรมประจำใจ และในปีเดียวกันสตอลท์ (Stoltz, 1997) นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับ Adversity Quotient (AQ) คือ การเผชิญปัญหาและฝ่าฟันอุปสรรคซึ่งก็คือความมุมานะ ความอดทนต่อความยากลำบาก และสามารถฝ่าฟันได้

ในปี ค.ศ.2000 โซฮาร์และมาร์แชล (Zohar & Marshall) ได้เขียนหนังสือชื่อ SQ : Connecting With Our Spiritual Intelligence ได้นำเสนอเรื่องเชาวน์จิตอัจฉริยะ (Spiritual Intelligence) ที่เป็นผลรวมของการพัฒนาเชาวน์ต่าง ๆ เช่น เชาวน์ปัญญา (Intelligence Quotient) เชาวน์อารมณ์ (Emotional Quotient) เชาวน์ฟันฝ่าอุปสรรคเพื่อความสำเร็จ (Adversity Quotient) เชาวน์ศีลธรรมจรรยา (Moral Quotient) เป็นต้น โดยเชาวน์จิตอัจฉริยะเป็นเชาวน์หรือความฉลาดที่มนุษย์ใช้อธิบายเรื่องความหมาย คุณค่าของชีวิต การเข้าใจตัวตน เป็นองค์รวมของตน โดยเชาวน์จิตอัจฉริยะอธิบายถึงความสำคัญของแรงผลักดันจากภายในที่มนุษย์ทั้งหลายมุ่งมั่นจะกระทำ เช่น ในการยอมรับจริยธรรม จรรยาบรรณ คุณธรรมและความรับผิดชอบทางสังคม (Brugman, Online, 2004) อีกทั้งยังเป็นหลักที่มนุษย์เรายังใช้ในการเข้าใจและประเมิน ตัดสินทางเลือกที่ชีวิตของตน (Cook, Macaulay and Coldicott, 2004, pp.72-74) เชาวน์จิตอัจฉริยะของบุคคลจึงเป็นเกณฑ์ของความสามารถในการรู้จักแก้ปัญหา ปรับตัวได้ในทุกสถานการณ์ และตั้งรับการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการเข้าใจถึงเชาวน์จิตอัจฉริยะของบุคคลก็จะช่วยให้เข้าใจถึงความมุ่งหวัง การพัฒนาตนเองและวิถีทางดำเนินชีวิตร่วมกับบุคคลอื่นของบุคคลได้ (ชวนะ ภวกานันท์และอุบลวรรณ ภวกานันท์, 2545, น.92-95) นอกจากนี้ยังสามารถบอกถึงความคิดและวิสัยทัศน์ของบุคคลนั้นด้วย (Tekkeveettil, Online, 2001)

โซฮาร์ และมาร์แชล (Zohar & Marshall, 2000, p.125) ใช้ดอกบัวเป็นสัญลักษณ์แทนตัวตนของบุคคล (Self) ในที่นี้ก็คือบุคลิกภาพนั่นเองโดยที่วามมนุษย์นั้นประกอบไปด้วยโครงสร้างทางจิตเหมือนดอกบัวที่แบ่งเป็น 3 ชั้นโดยมีกลีบดอกของชั้นนอกประกอปกันอยู่ 6 กลีบที่แสดงถึงในบุคลิกภาพของบุคคล 6 แบบได้แก่ ลักษณะบุคลิกภาพแบบยึดระเบียบแบบแผน (Conventional) ลักษณะบุคลิกภาพชอบเข้าสังคม (Social) ลักษณะบุคลิกภาพแบบชอบสำรวจ (Investigative) ลักษณะบุคลิกภาพแบบชอบงานศิลป์ (Artistic) ลักษณะบุคลิกภาพแบบยึดความจริง (Realistic) และลักษณะบุคลิกภาพแบบกล้าได้กล้าเสีย (Enterprising) ซึ่งลักษณะเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงบุคลิกภาพความสามารถของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งมีนัยที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จหรือความพอใจหรือไม่พอใจในวิถีทางเดินต่าง ๆ ของชีวิต เช่น ความพอใจในการที่จะทำงานหรืออาชีพนั้น ๆ โดยความพึงพอใจในงานนั้นเป็นตัวแปรที่จะก่อให้เกิดการตั้งใจในการทำงานเพิ่มขึ้น เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความเต็มใจ มีความสุขในการทำงานพอใจที่จะทำงานอยู่ในองค์กร (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2532, น.125) รวมทั้งเกิดความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งองค์กรสามารถสร้างความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานได้หลายด้าน เช่น การเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้ความรู้ความสามารถ ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม ให้อำนาจในการตัดสินใจ ค่าจ้าง โอกาสก้าวหน้าในการทำงานหรือความมั่นคงในงาน รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงานที่เป็นเครื่องช่วยในการจูงใจในการทำงานของบุคคล โดยการศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงานอาจจะกระทำได้ด้วยการสำรวจทัศนคติของพนักงานที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ได้แก่ สภาพการทำงาน ชั่วโมงการทำงาน การสื่อสาร เทคโนโลยี ความสะอาด แสงสว่าง อุณหภูมิ เป็นต้น (สัมพันธ์ แผลงป่าห่มุน, ออนไลน์, 2543) ดังนั้นองค์กรควรจัดการสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดี เพื่อให้บุคลากรเกิดความรู้สึกพึงพอใจในงาน (สกนธ์ อภาภรณ์กุล, 2547, น.2)

เมื่อพนักงานมีความพึงพอใจในตัวเองค์การ ก็จะเป็นแรงผลักดันให้พนักงานทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทুমเทให้กับการทำงานมากขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการสร้างคุณภาพในการบริการภายในองค์กร ทำให้เกิดบรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งสู่การพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่ระบบการสร้างคุณภาพให้กับลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าซึ่งอาชีพหนึ่งที่ต้องปฏิสัมพันธ์สื่อสารกับบุคคลอื่น ใช้ความคิดสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ประเมิน รวมถึงการสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ทำการติดต่อสื่อสารด้วยนั่นก็คือพนักงานสายงานด้านการตลาด ซึ่งเป็นบุคคลที่เป็นสื่อกลางและเป็นตัวแทนขององค์กรในการนำเสนอสินค้า บริการและภาพลักษณ์ขององค์กร โดยการตลาดเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ

หน้าที่ที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้หลักให้แก่องค์กรและเป็นกระบวนการที่มีหน้าที่ดำเนินธุรกิจเองทั้งหมดจนไม่อาจจะแบ่งแยกออกเป็นแต่ละประเภทของธุรกิจ (Drucker, 1973, pp.64-65) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในระยะยาว ตลอดจนการคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าในฐานะเป็นศูนย์กลางซึ่งการตลาดในปัจจุบันไม่ได้ตอบสนองเรื่องสัมผัสอันอบอุ่นจากมนุษย์เท่าที่ควร เนื่องจากกิจกรรมส่วนใหญ่ถูกแทนที่ด้วยเครื่องจักร เครื่องอำนวยความสะดวก องค์กรต่าง ๆ มองข้ามเรื่องสัมผัสของมนุษย์แล้วเร่งพัฒนาการทางเทคโนโลยี ไม่มีใครใส่ใจและให้ความสำคัญกับการจัดการอารมณ์ความรู้สึกและสัมผัส แต่แนวโน้มในเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกกำลังจะกลับมาและลูกค้าต้องการอารมณ์ ความรู้สึก (Roberts, Online, 2005) นักการตลาดจึงต้องก้าวเข้าสู่ยุคของธุรกิจที่ว่าด้วยการจัดการอารมณ์ความรู้สึกซึ่งทำให้องค์กรต้องตระหนักอยู่เสมอว่า สัมพันธภาพที่ยั่งยืนระหว่างลูกค้ากับองค์กรจะเกิดไม่ได้ หากองค์กรไม่เริ่มสร้างสัมพันธภาพความเข้าใจกันระหว่างพนักงานในองค์กรก่อน (จิตติขวัณ เพลียมวัฒนา, 2549, น.54) จะเห็นได้ว่าการที่บุคคลจะเกิดบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพนั้นจะต้องมีฐานมาจากบุคลิกภาพของบุคคล ประกอบกับสภาพแวดล้อมที่บุคคลอยู่ทำให้บุคคลมีความพึงพอใจในงานเพียงใด

จากที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นเหตุให้การวิจัยนี้ศึกษาคุณลักษณะบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพ ลักษณะบุคลิกภาพตามทฤษฎีเชาวนจิตอัจฉริยะ ความพึงพอใจในงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน การหาความสัมพันธ์ของบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพ บุคลิกภาพตามทฤษฎีเชาวนจิตอัจฉริยะ ความพึงพอใจในงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน ซึ่งจะทำให้ทราบว่าบุคคลมีบุคลิกภาพแบบใด อยู่ในสภาวะแวดล้อมในการทำงานใดจึงมีความพึงพอใจในงานและจะส่งผลทำให้มีบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพเป็นอย่างไร รวมทั้งสร้างสมการทำนายบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพ ลักษณะบุคลิกภาพตามแนวทฤษฎีเชาวนจิตอัจฉริยะ ความพึงพอใจในงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพ ลักษณะบุคลิกภาพตามแนวทฤษฎีเชาวนจิตอัจฉริยะ ความพึงพอใจในงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน
3. เพื่อสร้างสมการทำนายบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพโดยลักษณะบุคลิกภาพตามแนวทฤษฎีเชาวนจิตอัจฉริยะ ความพึงพอใจในงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่องบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพตามแนวคิดของ ดร.มีฮราเบียน (Mehrabian) โดยทำการวัดตามคุณลักษณะของบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพ คือ ลักษณะปิติยินดี การกระตุ้น และการครอบงำ เรื่องลักษณะบุคลิกภาพตามแนวทฤษฎีเซาวันจิตต์ อัจฉริยะของโซฮาร์และมาร์แชล (Zohar & Marshall) ที่ศึกษาลักษณะบุคลิกภาพ 6 แบบ ได้แก่ ลักษณะบุคลิกภาพแบบยึดตามระเบียบแบบแผน ลักษณะบุคลิกภาพแบบชอบเข้าสังคม ลักษณะบุคลิกภาพแบบชอบสำรวจ ลักษณะบุคลิกภาพแบบชอบงานศิลป์ ลักษณะบุคลิกภาพแบบยึดความจริงและลักษณะบุคลิกภาพแบบกล้าได้กล้าเสีย และเรื่องความพึงพอใจในงานตามแนวคิดของสมิธและลูธานส์ (Smith & Luthans) ประกอบด้วยตัวงาน ค่าตอบแทน โอกาสในการเลื่อนขั้น หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน ได้แก่ ฝ่าย / สาขาที่สังกัด ข้อมูลการใช้เทคโนโลยี ความสะอาดของพื้นที่ทำงานที่ใช้ในการปฏิบัติงาน และอุณหภูมิภายในพื้นที่ทำงานที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

โดยประชากรในการวิจัย คือ พนักงานสายงานด้านการตลาดที่มีหน้าที่งานในด้านสินเชื่อของสถาบันการเงินสังกัดกระทรวงการคลังแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 130 คน (ข้อมูล : ก.พ. 2550) ซึ่งพนักงานอยู่ในฝ่ายส่งเสริมธุรกิจจำนวน 50 คน ฝ่ายรับประกันการส่งออก 12 คน ฝ่ายพัฒนาธุรกิจขนาดย่อม จำนวน 29 คน สาขาพระราม 2 จำนวน 9 คน สาขาพระราม 4 จำนวน 12 คน สาขารังสิต จำนวน 9 คน สาขาบางนา-ตราด กม.3 จำนวน 5 คน และสาขาสาทร จำนวน 4 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ คือ พนักงานสายงานด้านการตลาดที่มีหน้าที่งานในด้านสินเชื่อทุกคน

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะบุคลิกภาพตามแนวทฤษฎีเซาวันจิตต์อัจฉริยะมีความสัมพันธ์กับบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพ
2. ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์กับบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพ
3. พนักงานที่อยู่ในสภาพแวดล้อมในการทำงานที่แตกต่างกันจะมีบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพแตกต่างกัน
4. ลักษณะบุคลิกภาพตามแนวทฤษฎีเซาวันจิตต์อัจฉริยะ ความพึงพอใจในงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานสามารถร่วมกันทำนายบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงความสัมพันธ์ของบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพและลักษณะบุคลิกภาพตามแนวทฤษฎีเซาวันจิตต์อัจฉริยะ
2. ทราบว่าพนักงานสายงานด้านการตลาดมีลักษณะบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพอย่างไร มีลักษณะบุคลิกภาพอย่างไรและมีความพึงพอใจในงานระดับใด
3. องค์การสามารถนำผลงานวิจัยมาใช้เป็นฐานข้อมูลใช้ประกอบการพิจารณาคัดเลือกบุคลากรเข้าปฏิบัติงานในกลุ่มวิชาชีพนี้เพื่อให้ได้พนักงานที่มีคุณสมบัติตามบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพและลักษณะงานขององค์การ

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. อารมณ์ หมายถึง สภาวะที่ความคิดและอารมณ์ถูกกระตุ้นด้วยสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกร่างกาย ซึ่งเมื่อเกิดอารมณ์ทั้งสภาวะร่างกายและความคิดเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ทั้งแง่บวกและลบและก่อให้เกิดพฤติกรรมตามมา
2. บุคลิกอารมณ์ตามอาชีพ (Temperament) หมายถึง สภาวะคงที่ของอารมณ์ที่มีต่อสภาวะแวดล้อมที่แตกต่างกันจนเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะทางอารมณ์ของบุคคลที่ตอบสนองต่อสภาวะแวดล้อมหรือสภาพในการทำงาน โดยทฤษฎีของมีฮราเบียน (Mehrabian) วัดจากแบบสอบถาม The PAD Emotion Scale ซึ่งมีฮราเบียนจำแนกตามคุณลักษณะของบุคลิกอารมณ์ตามอาชีพ คือ ลักษณะปิติยินดี (Pleasure) การกระตุ้น (Arousal) และ การครอบงำ (Dominance)
 - 2.1 ลักษณะปิติยินดี หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ของบุคคลที่ตอบสนองต่อสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ แง่บวกเป็นความรู้สึกชอบ พึงพอใจ ส่วนในแง่ลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นการวัดโครงสร้างของบุคลิกภาพ (Trait) ทางอารมณ์ทั้งในแง่บวกและลบ (Pleasure – Displeasure) ตั้งแต่ความยินดีจนถึงความไม่ยินดี
 - 2.2 ลักษณะการกระตุ้น หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ของบุคคลที่มีต่อสภาพการณ์ที่ถูกเร้าโดยตัวกระตุ้นจากภายนอก ซึ่งเป็นการวัดโครงสร้างของบุคลิกภาพ (Trait) ทางอารมณ์ทั้งในแง่บวกและลบ (Arousal – Nonarousal) โดยแง่บวกตั้งแต่มีความกระตือรือร้นตื่นเต้นจนถึงแง่ลบเป็นความรู้สึกน่าเบื่อ หยุคนิ่ง

2.3 ลักษณะการครอบงำ หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ของบุคคลที่สามารถควบคุมหรือการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น เหตุการณ์ ซึ่งเป็นการวัดโครงสร้างของบุคลิกภาพ (Trait) ทางอารมณ์ทั้งในแง่บวกและลบ (Dominance - Submissiveness) ซึ่งคือระดับของความรู้สึกของการควบคุมสิ่งแวดล้อมได้หรือไม่ โดยในแง่บวกตั้งแต่มีการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ไม่ถูกควบคุมจนถึงในแง่ลบเป็นความรู้สึกการยอมตาม ถูกควบคุม

3. อารมณ์พื้นฐานตามแนวคิดมีฮราเบียน (Mehrabian) หมายถึง ลักษณะเฉพาะอารมณ์พื้นฐานของบุคคลที่มีต่อสภาวะแวดล้อมหรือสภาพในการทำงานที่จะได้มาจากการคำนวณตามคู่มือแบบสอวัตของมีฮราเบียนโดยใช้ 3 ลักษณะของบุคลิกอารมณ์ตามอาชีฟ (Temperament) คือ ลักษณะปิติยินดี (Pleasure) ลักษณะการกระตุ้น (Arousal) และ ลักษณะการครอบงำ (Dominance) ซึ่งมีอารมณ์พื้นฐานที่มีลักษณะตรงข้ามกัน 4 คู่ ได้แก่

3.1 อารมณ์ร่าเริง (Exuberant : +P+A+D) กับอารมณ์เบื่อหน่าย (Bored : -P-A-D)

อารมณ์ร่าเริง หมายถึงความรู้สึกชื่นชม ชัดเจน ไร้กังวล ตื่นเต้น และรู้สึกประสบความสำเร็จ

อารมณ์เบื่อหน่าย หมายถึงความรู้สึกสิ้นหวัง ความเหนื่อยล้า โดดเดี่ยวตาย เศร้าเสียใจ

3.2 อารมณ์พึ่งพาผู้อื่น (Dependent : +P+A-D) กับอารมณ์เหยียดหยาม (Disdainful : -P-A+D)

อารมณ์พึ่งพาผู้อื่น หมายถึงความรู้สึกประหลาดใจ หลงใหล กตัญญูรู้คุณ ประทับใจ หลงรัก และเคารพนับถือซึ่งอารมณ์พึ่งพาผู้อื่นตรงกันข้ามกับอารมณ์เหยียดหยาม

อารมณ์เหยียดหยาม หมายถึงความรู้สึกไม่สนใจ ใฝ่ดี เห็นแก่ตัว เมินเฉย และไม่ดูแลเอาใจเสีย

3.3 อารมณ์ผ่อนคลาย (Relaxed : +P-A+D) กับอารมณ์วิตกกังวล (Anxious : -P+A-D)

อารมณ์ผ่อนคลาย หมายถึงความรู้สึกสะดวกสบายพอใจ สบายใจ และไม่มีกังวล ซึ่งอารมณ์ผ่อนคลายตรงกันข้ามกับอารมณ์วิตกกังวล

อารมณ์วิตกกังวล หมายถึงความรู้สึกตกตะลึง ลำบากใจ เศร้าโศก รู้สึกเจ็บปวด และไม่มั่นคง

3.4 อารมณ์อ่อนน้อม (Docile : + P-A-D) กับอารมณ์ไม่เป็นมิตร (Hostile : -P+A+D)

อารมณ์อ่อนน้อม หมายถึงความรู้สึกปกป้องคุ้มครอง เคารพนับถือ ซึมเซา และสงบ ซึ่งอารมณ์อ่อนน้อมตรงกันข้ามกับอารมณ์ไม่เป็นมิตร

อารมณ์ไม่เป็นมิตร หมายถึงความรู้สึกโกรธ ปลิ้นปล้อน ดูหมิ่น ไร้มารยาท และหยาบคาย

4. เซาว์นจิตอัจฉริยะ (Spiritual Intelligence) หมายถึง เซาว์นหรือความฉลาดที่บุคคลใช้ในการตอบปัญหาเกี่ยวกับความหมายและคุณค่าชีวิต มองการกระทำและการดำเนินชีวิตของตนในมุมที่กว้างขึ้น ลึกซึ้ง และมีความหมาย รวมทั้งสามารถประเมินการกระทำหรือวิธีการดำเนินชีวิตของตนได้ลึกซึ้งกว่าคนทั่วไป ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าให้กับตนเอง (Self Value) หรือตระหนักถึงคุณค่าของตนเอง (Self Awareness)

5. ลักษณะบุคลิกภาพตามแนวทฤษฎีเซาว์นจิตอัจฉริยะ หมายถึง ลักษณะบุคลิกภาพตามทฤษฎีของโซฮาร์ และ มาร์แชล (Zohar & Marshall) ซึ่งประกอบด้วยลักษณะบุคลิกภาพ 6 แบบ ดังนี้

5.1 ลักษณะบุคลิกภาพแบบยึดตามระเบียบแบบแผน (Conventional) เป็นบุคลิกภาพมักจะระมัดระวัง ให้คุณค่ากับระเบียบแบบแผน ประเพณี และคำสั่ง

5.2 ลักษณะบุคลิกภาพแบบชอบเข้าสังคม (Social) เป็นบุคลิกภาพดูเป็นมิตร ใจดี เห็นอกเห็นใจ อ่อนน้อม มีความรับผิดชอบ ชอบช่วยเหลือ แนะนำ ฝึกฝน พัฒนาหรือเยียวยาคน

5.3 ลักษณะบุคลิกภาพแบบชอบสำรวจ (Investigative) บุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบนี้ ช่างวิเคราะห์ ชับช้อน รักอิสระ ต้องการมีกิจการเป็นของตนเอง ไร้อารมณ์

5.4 ลักษณะบุคลิกภาพแบบชอบงานศิลป์ (Artistic) บุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบนี้มีความคิดสร้างสรรค์ รักอิสระ ช่างจินตนาการ ไม่เรียบร้อย อารมณ์อ่อนไหว

5.5 ลักษณะบุคลิกภาพแบบยึดความจริง (Realistic) บุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบนี้ มักชอบลงมือกระทำ ชอบทำงานด้วยตนเองในการสร้าง ซ่อมแซมและพัฒนาสิ่งของด้วยเครื่องมือ

5.6 ลักษณะบุคลิกภาพแบบกล้าได้กล้าเสีย (Enterprising) บุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบนี้มีความพยายาม ชอบผจญภัย มองโลกในแง่ดี ครอบงำผู้อื่น ชอบสังคม

6. ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ความรู้สึกชื่นชอบประสบการณ์ในงาน และเป็นทัศนคติที่บุคคลมีต่องานและส่วนประกอบด้านอื่น ๆ ของงาน โดยแนวคิดของสมิธ (Smith) และลูธานส์ (Luthans) ซึ่งมี 5 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

6.1 ตัวงาน (Work Itself) คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบ

6.2 ค่าตอบแทน (Pay) คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อค่าจ้างหรือค่าตอบแทนที่ได้มาจากการทำงาน

6.3 โอกาสในการเลื่อนขั้น (Promotion Opportunity) คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความเจริญก้าวหน้าหรือการได้เลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งงานในองค์กร

6.4 หัวหน้างาน (Supervision) คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อบุคคลที่มีบทบาทในการควบคุมดูแลตนในการทำงาน

6.5 เพื่อนร่วมงาน (Co-Worker) คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการยอมรับและได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และสามารถปฏิบัติงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี

7. สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง ฝ่าย / สาขาที่สังกัด ข้อมูลการใช้เทคโนโลยี ความสะอาดของพื้นที่ทำงานที่ใช้ในการปฏิบัติงานและอุณหภูมิภายในพื้นที่ทำงานที่ใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงานสายงานด้านการตลาดในสถาบันการเงินสังกัดกระทรวงการคลัง แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

8. ขนาดของพนักงาน หมายถึง จำนวนของพนักงานสายงานด้านการตลาดในองค์กร แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

8.1 ขนาดใหญ่มาก คือ จำนวนพนักงาน 31 คนขึ้นไป ได้แก่ ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ

8.2 ขนาดใหญ่ คือ จำนวนพนักงาน 21-30 คน ได้แก่ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจขนาดย่อม

8.3 ขนาดกลาง คือ จำนวนพนักงาน 11-20 คน ได้แก่ ฝ่ายรับประกันการส่งออกและสาขาพระราม 4

8.4 ขนาดเล็กคือ จำนวนพนักงานน้อยกว่า 10 คน ได้แก่ สาขาพระราม 2 สาขารังสิต สาขาสาทร และสาขาบางนา-ตราด

9. ข้อมูลการใช้เทคโนโลยี หมายถึง อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ได้แก่ คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล คอมพิวเตอร์ขนาดสมุดบันทึก เครื่องพิมพ์ เครื่องฉาย เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น โดย

องค์การจัดให้พนักงานสายงานด้านการตลาดในสถาบันการเงินสังกัดกระทรวงการคลังแห่งหนึ่ง
ในเขตกรุงเทพมหานครใช้ในการปฏิบัติงาน

10. ความสะอาดของพื้นที่ทำงานที่ใช้ในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกของ
พนักงานตามการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่มีต่อความสะอาดบริเวณสถานที่ทำงานที่ใช้ปฏิบัติงาน

11. อุณหภูมิภายในพื้นที่ทำงานที่ใช้ในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกของ
พนักงานตามการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่มีต่ออุณหภูมิภายในพื้นที่ทำงานที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

12. ผลการปฏิบัติงานที่สะท้อนในผลการขึ้นเงินเดือน หมายถึง ผลการปฏิบัติงานของ
พนักงานสายงานด้านการตลาดที่มีหน้าที่ในด้านสินเชื่อที่สะท้อนในผลการขึ้นเงินเดือนของ
พนักงานสายงานด้านการตลาดในสถาบันการเงินสังกัดกระทรวงการคลังแห่งหนึ่งในเขต
กรุงเทพมหานคร

13. พนักงาน หมายถึง บุคคลที่ปฏิบัติงานในสายงานด้านการตลาดโดยมีหน้าที่ใน
งานด้านสินเชื่อในสถาบันการเงินสังกัดกระทรวงการคลังแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

14. พนักงานระดับบังคับบัญชา หมายถึง พนักงานประจำของธนาคารที่มีตำแหน่ง
ตั้งแต่ระดับผู้ช่วยผู้จัดการส่วน / ด้าน / สาขาถึงระดับผู้อำนวยการฝ่าย ซึ่งมีหน้าที่บังคับบัญชา
พนักงานระดับปฏิบัติการโดยตรง

15. พนักงานระดับปฏิบัติการ หมายถึง พนักงานประจำของธนาคารที่ระดับตำแหน่ง
เป็นพนักงานปฏิบัติการและผู้ชำนาญการประจำฝ่ายงานต่าง ๆ ซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติงานตามที่ได้รับ
มอบหมายจากพนักงานระดับบังคับบัญชาตามขอบเขตหน้าที่ในฝ่ายงานของตนเอง

16. องค์การ หมายถึง สถาบันการเงินสังกัดกระทรวงการคลังแห่งหนึ่งในเขต
กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1.1
ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

