

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการ
ออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร

PERSONALITY FACTORS AFFECTING THE ADAPTATION OF THE
EMPLOYEES IN OF MEDIA DESIGN BUSINESS IN BANGKOK

โกลัญญากรณิศ สุภักจารุงศ์

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

KOLANYAKORANIT SUPUKJARUPONG

E-mail : feylilin1995@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการปรับตัวในการทำงาน ได้แก่ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับงานที่ทำ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงานและภาวะเป็ยข้อบังคับ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา และปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพแบบห้วนไหว ด้านบุคลิกภาพแบบแสดงตัว ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง ด้านบุคลิกภาพแบบเป็นมิตร ด้านบุคลิกภาพแบบรู้สึกผิดชอบชั่วดี

กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานที่ทำงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.)ผู้ตอบคำถามทั้งหมด จำนวน 400 คน คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 มีระยะเวลาในการทำงาน น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 มีสถานภาพการทำงานในปัจจุบัน เป็น ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ

71.3 ตามลำดับ 2.)การปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงานและกฎระเบียบข้อบังคับ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา และ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ตามลำดับ 3.) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคลิกภาพแบบรู้สึกผิดชอบชั่วดี ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง ด้านบุคลิกภาพแบบแสดงตัว ส่วนข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านบุคลิกภาพแบบเป็นมิตร ด้านบุคลิกภาพแบบห้วนใจ ตามลำดับ

คำสำคัญ: การปรับตัวในการทำงาน, ด้านบุคลิกภาพ, ธุรกิจการออกแบบสื่อ

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the personality factors affecting the adaptation of the employees in of media design business in Bangkok. The adaptations include an adjusting oneself to the work, an adaptation to the environment and regulations, and an adaptation to colleagues and supervisors. The personality factors consist of the neuroticism, the extraversion, the openness to experience, the friendly personality, and the conscientious personality.

A sample group of this research consists of 400 hundred employees in of media design business in Bangkok. The tools used in this research are a questionnaire and a computer software to perform the data analysis on calculation of frequency, percentage, median (\bar{X}), and standard deviation (SD).

The findings of this research reveal that 1) out of 400 respondents, most of them are 233 females, which are considered as 58.3%, 179 people are under 30 years old, considered as 44.8%, have a bachelor's degree which are 317 people, considered as 79.0%, 149 people, considered as 37.3% have worked less than 3 years, the people are employees (285 people, 71.3%) 2) the adaptation of the employees in of media design business in Bangkok is at a high level. Considering on each question from the questionnaire, all the results are at a high level, whether it be an adjusting oneself to the work, an adaptation to the environment and regulations, and an adaptation to colleagues and supervisors. 3) personality factors affecting the adaptation of the employees in of media design business in Bangkok are at a high level. Considering on each question from the questionnaire, ones at a high level are the conscientious personality, the openness to experience, and the extraversion. Ones at a medium level are the friendly personality and the neuroticism

keywords: adaptation of the employees, personality factors, media design business

บทนำ

ในปัจจุบันศิลปะด้านการออกแบบสื่อมัลติมีเดียขึ้น แพร่กระจายอยู่แทบทุกที่ของอาคารบ้านเรือน ว่าจะจะเป็นสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์, MV เพลงใน YouTube, ป้ายโฆษณาบน Facebook ล้วนแต่ใช้ความสามารถด้านการออกแบบสื่อทั้งสิ้น ซึ่งอดีตและปัจจุบันนั้นมีความแตกต่างกันมากเพราะเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างก้าวกระโดด การปรับตัวในการทำงานมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อพนักงาน เนื่องจากพนักงานในบริษัทใช้เวลา 1 ใน 3 ของวันหมดไปกับการทำงาน จิตรวี มุสิสุต (2556) กล่าวว่า ดั้งนั้นการปรับตัวในการทำงานของบุคคลจะมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน (อ่างถึงใน พนิดา สุจริตกุลธร, 2538) การที่บริษัทจะสามารถบรรลุผลได้ตรงตามเป้าหมายนั้น ทรัพยากรมนุษย์ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้ปัจจัยอื่น บุคลิกแต่ละแบบจึงมีส่วนช่วยในการจัดการกับทรัพยากรมนุษย์

จากสภาพดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา พนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงาน ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับองค์กร รวมทั้งบุคคลทั่วไปสามารถนำไปใช้ในการศึกษาและประยุกต์ใช้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษา ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ตัวแปรอิสระ จำแนกเป็น

1.1 ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน สถานภาพในการทำงานในปัจจุบัน

1.2 ตัวแปรปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ ซึ่งประกอบด้วย บุคลิกภาพแบบห้วนไหว บุคลิกภาพแบบแสดงตัว บุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง บุคลิกภาพแบบเป็นมิตร บุคลิกภาพแบบรู้สึกผิดชอบชั่วดี

2. **ตัวแปรตาม** คือ การปรับตัวในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วย การปรับตัวให้เข้ากับงานที่ทำการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงานและกฎระเบียบข้อบังคับ การปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 400 คน

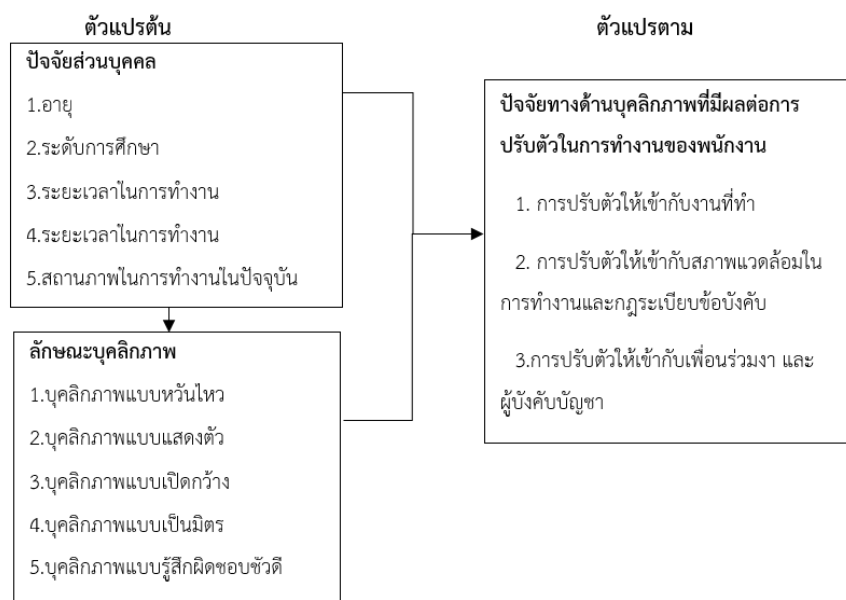
ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือน สิงหาคม – กันยายน 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิธีการและนโยบายในการบริหารงานทรัพยากรบุคคล เพื่อใช้ในการบริหารหรือ จัดวางพนักงาน
3. สามารถให้หน่วยงานหรือองค์กรอื่น ศึกษาหาความรู้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการ อัตรากำลังคน ของแผนกทรัพยากรมนุษย์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี การปรับตัวในการทำงาน

จากที่ จิตรวี มุสิกสุด (2556 หน้า 33-34) กล่าวว่า จึงทำให้เห็นถึงตัวแปรในการนำมาใช้ในการ ทำนายการปรับตัว ของการทำงานได้ โดยการศึกษาการปรับตัวในการทำงานจะสามารถพิจารณาในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ในหน่วยงานซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1.)การปรับตัวให้เข้ากับงานที่ทำ หมายถึง ความสามารถที่จะเผชิญปัญหาหรือแก้ไขปัญหา ต่าง ๆ อันเนื่องมาจากการทำงาน การยอมรับตนเอง เชื่อมั่นในความสามารถของตนเองเกี่ยวกับงานที่ ทำเพื่อให้ ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายของงาน 2.)การปรับตัวให้เข้ากับกฎระเบียบข้อบังคับและสภาพแวดล้อม หมายถึง ความสามารถที่จะ ยอมรับและปฏิบัติตามกฎข้อบังคับต่าง ๆ ของที่ทำงานได้ และสามารถทำงาน ภายใต้อุปกรณ์ข้อบังคับต่าง ๆ ตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ในที่ทำงาน 3.)การปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานและ ผู้บังคับบัญชา หมายถึง ความสามารถในการ สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี และการทำงานร่วมกันกับเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชาได้เป็นอย่างดี และ เป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา

แนวคิดและทฤษฎี บุคลิกภาพ

พัฒนาตี พัวพันธ์ (2555 หน้า : 66 - 74)กล่าวว่า McCrae and John (1991) ได้ร่วมกันศึกษา ศึกษาบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบในวัฒนธรรม ที่แตกต่างกัน ลักษณะบุคลิกภาพทั้ง 5 ตามแนวคิดของ Costa และ John มีดังนี้

1.)บุคลิกภาพแบบแสดงตัว Extroversion (E) เป็นบุคคลที่มีลักษณะเข้ากับสังคมได้ง่ายมีเหตุผล แต่ อาจขาดความยั้งคิด และขาดความเอาใจใส่ 2.)บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism: N) เป็นบุคลิกที่ หวั่นไหวทางอารมณ์ อารมณ์ไม่มั่นคง วิตกกังวลได้ง่าย 3.)บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience: O) เป็นบุคลิกที่มีความอยากรู้อยากเห็น มักมีความเป็นศิลปิน มีแนวโน้มที่จะมีความรู้เชิง ลึกในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง 4.)บุคลิกภาพแบบรู้สึกผิดชอบชั่วดี (Conscientiousness: C) เป็นบุคลิกที่มีความ ขยัน สุจริต อดทน รับผิดชอบ มีความภูมิใจในตนเองสูง อยู่ในกฎระเบียบ 5.)บุคลิกภาพแบบเป็นมิตร (Agreeableness: A) เป็นบุคลิกที่มีความอดทนอดกลั้น เป็นมิตร ซื่อสัตย์ โอบอ้อมอารี และอ่อนโยน

ภาพรวมของธุรกิจการออกแบบสื่อใหม่(New media) ในประเทศไทย

พลนันทน์ ปัญญาพร (2555) ได้กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อ ออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่ (พรจิต สมบัติพานิช, 2547: 4) สื่อแบบดั้งเดิม คือ สื่อที่สื่อสารได้ทางเดียว ผู้รับไม่สามารถตอบกลับได้ทันที ในขณะที่สื่อใหม่เป็นสื่อที่ผู้รับ

สารและผู้ส่งสารสามารถโต้กลับหากันได้ (ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า) Rogers (1995 อ้างถึงใน สุวีริรักษ์ วงษ์ทิพย์ 2557 : หน้า 83-84) ได้นิยามความหมายของ “สื่อใหม่” ว่าเป็นเทคโนโลยีหรือสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมากผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง

สื่อใหม่ เหล่านี้อยู่มากมาย อาทิ Good deal entertainment co.,LTD. รับทำ ONLINE CONTENT เพื่อการโฆษณา บริษัท ไอเดียป๊อป จำกัด ทำเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกบนเว็บไซต์เพื่อใช้สื่อสารเชิงโฆษณาเช่นกัน ฯลฯ โดยรูปแบบของ ONLINE CONTENT ส่วนใหญ่จะมาในรูปแบบของการทำรายการ ผ่านเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยม เช่น youtube facebook เป็นต้น ซึ่งในแต่ละครั้งของการออกอากาศ อาจมีผู้สนับสนุนใน 1 เทป หรือ หลายๆเทปติดต่อกันก็ได้ นั่นทำให้ผู้สนับสนุนสามารถเลือกที่จะสนับสนุนกี่เทป หรือตอนก็ได้ตามที่เขาคต้องการ อีกทั้งเทป หรือตอน ที่ได้ออกอากาศไปแล้วนั้น สามารถรับชมซ้ำได้ ผู้ชมสามารถแสดงความคิดเห็นและโต้ตอบกับทางต้นสังกัดได้โดยตรงอีกด้วย ลักษณะรูปแบบรายการ เป็นรายการเน้นสนุกสนาน และมีเรื่องราวในชีวิตประจำวันมาเกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัญฉวดี พัวพันธ์ (2555) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพความสุขในการทำงาน และผลการปฏิบัติงานของพนักงานกรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตและส่งออกเครื่องใช้ในครัวแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า 1)พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 61.7 อายุตั้งแต่ 33 - 45 ปีคิดเป็นร้อยละ 45 และมีอายุระหว่าง 3 - 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.72)พนักงานส่วนใหญ่มีบุคลิกภาพแบบรู้ผิดชอบชั่วดีอยู่ในระดับสูงและมีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวแบบหัวนโหนกแบบเป็นมิตรและแบบเปิดรับประสบการณ์ในระดับปานกลาง 3)พนักงานมีความสุขในการทำงานโดยรวมในระดับสูง เมื่อพิจารณารายองค์ประกอบพบว่าพนักงานมีความสุขในการทำงานคั่นอิสรภาพในระดับปานกลางมีความสุขในการทำงาน ด้านการมีความรู้และความสุขในการทำงานด้านการมีคุณธรรมในระดับสูง 4) พนักงานส่วนใหญ่มีผลการ ปฏิบัติงานในระดับดีและไม่พบว่าพนักงานมีผลการปฏิบัติงานในระดับที่ต้องปรับปรุง 5) อายุของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานด้านการมีคุณธรรม($r = .252$) 6) บุคลิกภาพแบบหัวนโหนกมีความสัมพันธ์กับความสุขด้านการมีความรู้และคั่นการมีคุณธรรม($r = -.440, -.428$ ตามลำดับ)ส่วนบุคลิกภาพแบบแสดงตัวแบบรู้ผิดชอบชั่วดีแบบเป็นมิตรและแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานด้านการมีอิสรภาพ ($r = .477, .351, .265$ และ $.352$ ตามลำดับ) มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานด้านการมีความรู้($r = .525, .670, .550$ และ $.546$ ตามลำดับ) และมีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานด้านการมีคุณธรรม($r = .389, .659, .559$ และ $.419$ ตามลำดับ) 7) ความสุขในการทำงานด้านการมีคุณธรรมมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน ($r = .260$)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานที่อยู่ในธุรกิจออกแบบสื่อ ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่าง W.G. Cochran โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549, หน้า 74) นั่นคือ จะต้องใช้ขนาดตัวอย่าง 384 คน ตัวอย่างจึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นเพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่า ผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยแจกแบบสอบถามเฉพาะ พนักงานที่อยู่ในธุรกิจออกแบบสื่อ ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ

ตอนที่1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของ พนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน สถานภาพการทำงานในปัจจุบัน มีจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่2 เป็นแบบสอบถามวัดการปรับตัวในการทำงาน 3 ด้าน

ตอนที่3 เป็นแบบสอบถามวัดปัจจัยด้านบุคลิกภาพ 5 ด้าน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อ ในเขตกรุงเทพมหานคร และตรวจสอบเนื้อหาว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนความชัดเจนและการภาษาที่เหมาะสม ซึ่งมีเกณฑ์วัดผลโดยพิจารณาจากคะแนน IOC ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้
3. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาขั้นสุดท้าย แล้วนำมาปรับปรุงเพื่อความสมบูรณ์อีกครั้ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่ได้ทดสอบแล้ว ไปแจกให้แก่พนักงานที่อยู่ในธุรกิจออกแบบสื่อ ในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อรับแบบสอบถามคืนจะนำมาตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ และให้คะแนนแบบสอบถามทั้งหมดตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์เพื่อการบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X})
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ระดับ ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลของ พนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร มีผู้ตอบคำถามทั้งหมด จำนวน 400 คน คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 และเพศชาย จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือ 36 - 40 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 , 31 - 35 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 , 41 - 45 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8, 46 - 50 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ 51 - 55 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการทำงาน น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ 6 - 10 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8, 3 - 5 ปีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ มากกว่า 10 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีสถานภาพการทำงานในปัจจุบัน เป็น ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมาคือ หัวหน้างานขั้นต้น (หัวหน้า

แผนก) จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 , หัวหน้างานชั้นกลาง(หัวหน้าฝ่าย) จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และหัวหน้างานชั้นสูง (ผู้บริหาร) จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลการปรับตัวในการทำงานของ พนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับงานที่ทำ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงานและกฎระเบียบข้อบังคับ และด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การปรับตัวในการทำงานของ พนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงานและกฎระเบียบข้อบังคับ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา และ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 3.83, \bar{X} = 3.80, \bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านบุคลิกภาพของ พนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพแบบห้วนใจ ด้านบุคลิกภาพแบบแสดงตัว ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง ด้านบุคลิกภาพแบบเป็นมิตร และด้านบุคลิกภาพแบบรู้สึกผิดชอบชั่วดี ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของ พนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคลิกภาพแบบรู้สึกผิดชอบชั่วดี ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง ด้านบุคลิกภาพแบบแสดงตัว ($\bar{X} = 4.02, \bar{X} = 3.89, \bar{X} = 3.76$) ส่วนข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านบุคลิกภาพแบบเป็นมิตร ด้านบุคลิกภาพแบบห้วนใจ ($\bar{X} = 3.36, \bar{X} = 3.13$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

สถานภาพส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร มีผู้ตอบคำถามทั้งหมด จำนวน 400 คน คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 และเพศชาย จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือ 36 - 40 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 , 31 - 35 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 , 41 - 45 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8, 46 - 50 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ 51 - 55 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการทำงาน น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ 6 - 10 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8, 3 - 5 ปีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ มากกว่า 10 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีสถานภาพการทำงานในปัจจุบัน เป็น ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมาคือ หัวหน้างานชั้นต้น (หัวหน้า

แผนก) จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 , หัวหน้างานชั้นกลาง(หัวหน้าฝ่าย) จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และหัวหน้างานชั้นสูง (ผู้บริหาร) จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มึ่ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคลิกภาพแบบรู้สึกผิดชอบชั่วดี ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง ด้านบุคลิกภาพแบบแสดงตัว ส่วนข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านบุคลิกภาพแบบเป็นมิตร ด้านบุคลิกภาพแบบหัวนั้ไหว ตามลำดับ

การปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกข้อมึ่ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงานและกฎระเบียบข้อบังคับ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา และ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มึ่ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคลิกภาพแบบรู้สึกผิดชอบชั่วดี ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง ด้านบุคลิกภาพแบบแสดงตัว ส่วนข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านบุคลิกภาพแบบเป็นมิตร ด้านบุคลิกภาพแบบหัวนั้ไหว โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

1.1 ด้านบุคลิกภาพแบบหัวนั้ไหว พบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกข้อมึ่ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ ท่านเป็นคนวิตกกังวล บ่อยครั้งเมื่อสิ่งใดไม่เป็นไปตามความคาดหมาย ท่านรู้สึกท้อแท้ และอยากยอมแพ้ เมื่อท่านเครียดมาก บางครั้งท่านรู้สึกเหมือนร่างกายจะแตกออกเป็นเสี่ยงๆ บ่อยครั้งที่ท่านรู้สึกว่าตนเองต่ำต้อยกว่าผู้อื่น บางครั้งท่านรู้สึกว่าตนเองไม่มีคุณค่าเลย ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ศิริลักษณ์ อัมพรประเสริฐ (2559) ผลการวิจัยพบว่า ระดับบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ความยึดมั่นผูกพันต่อการทำงาน โดยรวมและทุกๆ ด้าน และพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การอยู่ในระดับสูง บุคลิกภาพ แบบแสดงตัว เปิดรับประสบการณ์ การเห็นพ้องต่อผู้อื่น ความยุติธรรมในองค์การ โดยรวมและ ทุกๆ ด้านอยู่ในระดับปานกลาง และบุคลิกภาพแบบหัวนั้ไหวอยู่ในระดับต่ำ

1.2 ด้านบุคลิกภาพแบบแสดงตัว พบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ท่านเป็นคนร่าเริง แจ่มใส บ่อยครั้งที่ท่านรู้สึกว่าคุณภาพตัวเองมีพลัง และต้องการแสดงมันออกมา ท่านชอบอยู่ในสถานที่ ที่มีกิจกรรมต่างๆให้ทำ ท่านชอบการมีคนอยู่รอบข้าง ท่านกล้าแสดงออกแม้จะอยู่ท่ามกลางคนจำนวนมาก ท่านชอบพูดคุยกับคนทั่วไป ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ นาฏยา มณีรุ่ง (2558) พบว่า มิติบุคลิกภาพแบบ Scale-N ($p=0.020$) และตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความเครียดจากการทำงาน ด้านแรงสนับสนุนทาง สังคมได้แก่ มิติบุคลิกภาพแบบ Scale-N ($p=0.023$)

1.3 ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง พบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่านรู้สึกซาบซึ้งในงานศิลปะและธรรมชาติ ท่านจะทำในสิ่งที่คิดว่าถูกต้องมากกว่าการปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ท่านมีความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องที่ประเทืองปัญญา บ่อยครั้งที่ท่านสนุกกับทฤษฎี หรือแนวคิดที่เป็นนามธรรม ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในงานใดงานหนึ่งในองค์กร บ่อยครั้งที่ท่านลองทำกิจกรรมใหม่ๆ ที่หลากหลายมากกว่ากิจกรรมที่ทำอยู่เป็นประจำ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริมา ตันทลีลา (2555) ผลการวิจัยพบว่า พนักงานขับรถโดยสารมีบุคลิกภาพแบบหัวน้ใจอยู่ในระดับต่ำ ส่วนบุคลิกภาพแบบแสดงตัว แบบเปิดรับประสบการณ์ แบบอ่อนน้อม และแบบมีจิตสำนึกอยู่ใน ระดับสูง การรับรู้ความเสี่ยงตามแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพทุกด้านและพฤติกรรมกรรมการขับขี่ปลอดภัย อยู่ในระดับสูง

1.4 ด้านบุคลิกภาพแบบเป็นมิตร พบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ท่านมักสงสัย หรือรู้สึกขัดแย้งกับทัศนคติของผู้อื่น ส่วนข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ บางคนคิดว่าท่านเย็นชา และนึกถึงแต่ผลประโยชน์ บางคนคิดว่าท่านเป็นคนเห็นแก่ตัวและถือตัวเองเป็นใหญ่ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พันธณวดี พัวพันธ์ุ (2555) พนักงานส่วนใหญ่มีบุคลิกภาพแบบรู้สึกดี ชอบชีวิตอยู่ในระดับสูง และมีบุคลิกภาพแบบแสดงตัว แบบหัวน้ใจ แบบเป็นมิตร และแบบเปิดรับ ประสบการณ์ในระดับปานกลาง

1.5 ด้านบุคลิกภาพแบบรู้สึกผิดชอบชั่วดี พบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ท่านสามารถจัดระเบียบตนเองได้ดี หากท่านมีข้อผูกมัดกับเรื่องใด ท่านจะยึดมั่นตั้งใจทำงานสำเร็จ ท่านปฏิบัติงานที่ได้รับอย่างตั้งใจ ท่านมีเป้าหมายที่ชัดเจน และพร้อมปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ ท่านทำงานเสร็จจุล่งตรงเวลา และเป็นคนที่มีความผลงานสม่ำเสมอ ท่านทำงานในองค์กรได้หลากหลาย อย่าง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้อง กับ ศรีณย์ลภัส จันทรแก้ว (2558) พบว่าวิศวกรโยธามีระดับบุคลิกภาพด้านประนีประนอม บุคลิกภาพด้านจิตสำนึก บุคลิกภาพด้านเปิดใจ สู่การเรียนรู้ แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมการทำงานที่มีประสิทธิผลโดยรวมอยู่ในระดับสูง

2.การปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงานและกฎระเบียบข้อบังคับ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา และ ด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มดังนี้

2.1ด้านการปรับตัวให้เข้ากับงานที่ทำ พบว่า การปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ท่านรู้สึกสับสนวิตกกังวลเมื่อต้องรับผิดชอบงานประเภทเร่งด่วน ท่านรู้สึกท้อแท้เมื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ได้ ท่านไม่สามารถปฏิบัติงานที่นอกเหนือไปจากงานประจำได้อย่างมีประสิทธิภาพตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ เบญจพร เกิดสายทอง (2555) ผลการศึกษาเรื่องการปรับตัวในการทำงานของบุคลากรของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ในองค์การบริหารส่วนจังหวัดพบว่า บุคลากรของฝ่ายประชาสัมพันธ์มีความสามารถในการปรับตัว ให้เข้ากับงานอยู่ในระดับสูง ซึ่งพบว่าบุคลากรของฝ่ายประชาสัมพันธ์จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยใช้ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการทำงานของตนเอง

2.2ด้านการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงานและกฎระเบียบข้อบังคับ พบว่า การปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ท่านปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของบริษัท บริษัทมีเครื่องมือที่ช่วยให้ท่านปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สถานที่ทำงานเอื้ออำนวยต่องานที่ท่านรับผิดชอบ ระเบียบข้อบังคับของบริษัท ไม่ทำให้การติดต่อสื่อสารในบริษัทมีความล่าช้า ท่านคิดว่าระเบียบข้อบังคับของบริษัทช่วยลดปัญหาการทำงานของท่านได้ ปัจจัยต่างๆในบริษัททำให้ท่านรู้สึกกระตือรือร้นในการทำงาน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ วรจกมล ชัยซ้อน (2559) ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยบุคลิกภาพ บรรยากาศองค์กร ความพึงพอใจในงาน และการปรับตัวในการทำงานทั้งหมดอยู่ในระดับสูง ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัย พบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง มีค่าอยู่ระหว่าง 0.378 ถึง 0.606

2.3 ด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา พบว่า การปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ท่านปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของบริษัท บริษัทมีเครื่องมือที่ช่วยให้ท่านปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สถานที่ทำงานเอื้ออำนวยต่องานที่ท่านรับผิดชอบ ปัจจัยต่างๆในบริษัททำให้ท่านรู้สึกกระตือรือร้นในการทำงาน ระเบียบข้อบังคับของบริษัท ไม่ทำให้การติดต่อสื่อสารในบริษัทมีความล่าช้า ท่านคิดว่าระเบียบข้อบังคับของบริษัทช่วยลดปัญหาการทำงานของท่านได้ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ กานต์พิชชา กันทะเนตร (2559) ผลวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายบริการ โรงแรมแกรนด์สุโขมิวิท กรุงเทพฯ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 5 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ได้แก่ ด้านความสามารถในการปรับตัว ด้านคุณภาพของงาน ด้านการ พัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ และด้านความรับผิดชอบในการทำงาน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่องการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 ด้านบุคลิกภาพแบบห้วนไหว

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทควรสังเกต และให้คำปรึกษากับ พนักงานที่เริ่มเป็นคนวิตกกังวล เครียดมากบางครั้งทำนรู้สึกร่างกายจะแตกออกเป็นเสี่ยงๆ เช่น ให้ผู้บังคับบัญชาซักถามถึงสาเหตุ หรือคอยรับฟังปัญหาที่ทำให้พนักงานเกิดบุคลิกแบบห้วนไหว เพื่อให้พนักงานมีสุขภาพจิตที่ดีขึ้น ส่งผลต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น, รวมถึงสังเกตพฤติกรรมท้อแท้ หรืออยากยอมแพ้ เมื่อสิ่งใดไม่เป็นไปตามเป้าหมาย คือ ก่อนที่พนักงานจะได้รับมอบหมายงานใดๆ นั้นบริษัทควรคำนึงถึงความสามารถของพนักงานก่อนเสมอ ไม่ให้งานง่ายหรือยากจนเกินไป เพื่อให้พนักงานไม่ท้อแท้ และยังได้ทำทนายตัวเองอีกด้วย

1.2 ด้านบุคลิกภาพแบบแสดงตัว

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทควรจัดสถานที่ หรือกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมการแสดงออกของพนักงานที่มีบุคลิกภาพแจ่มใส และพลังงานที่เหลือล้น เช่น จัดให้มีกิจกรรมในการช่วยเหลือสังคม โดยพนักงานเป็นผู้ลงความคิดเห็นกันเองว่าจะทำกิจกรรมอะไร มีห้องออกกำลังกาย หรือกิจกรรมกีฬาต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความสามัคคี ส่งเสริมการแสดงออก และสุขภาพที่ดีของพนักงานในบริษัท

1.3 ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทควรจัดมุมส่งเสริมการเรียนรู้ หรือสถานที่เกี่ยวกับศิลปะและธรรมชาติ คือ บริษัทควรมีงานศิลปะหรือการตกแต่งที่สวยงาม มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติให้พนักงานได้สัมผัสถึงความผ่อนคลายจากการทำงาน มีห้องสมุดหรือชั้นหนังสือที่พนักงานสามารถยืมเพื่อแสวงหาความรู้ทั่วไปนอกเวลางานได้ อาจรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ใช้พลาสติกเพื่อส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นผลดีต่อธรรมชาติ เป็นต้น, อีกทั้งบริษัทควรพิจารณาเรื่องความยืดหยุ่น ความเคร่งครัดของกฎเกณฑ์ เช่น ในบางครั้งพนักงานแอบนำสินค้าเล็กๆ น้อยๆ มาขายในบริษัทซึ่งเป็นการผิดกฎของบริษัท แต่พนักงานคนนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องทำเช่นนั้น ในส่วนนี้ผู้บังคับบัญชาควรเข้าไปสอบถาม เพื่อช่วยให้พนักงานสบายใจหรือมีทางออกเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานต่อบริษัทมากขึ้นอีกด้วย

1.4 ด้านบุคลิกภาพแบบเป็นมิตร

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทควรสังเกตพนักงานที่มีพฤติกรรม ขัดแย้งเชิงทัศนคติกับผู้อื่น ดูเย็นชา และเหมือนคิดถึงแต่ผลประโยชน์ของตนเอง คือ ผู้บังคับบัญชาควรสังเกตพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ เพื่อวิเคราะห์ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ว่า คนแบบนี้ควรทำอะไร เป็นอย่างไร เพื่อเข้าใจพนักงานประเภทนี้ และสามารถบริหารการทำงานของพวกเขาให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

1.5 ด้านบุคลิกภาพแบบรู้สึกผิดชอบชั่วดี

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทควรมีระบบแบบแผนในการจัดตารางงานให้แก่พนักงาน เพื่อลดการจืดระเปียกตนเองของพนักงาน คือ บริษัทควรมีปฏิทินงานที่แน่ชัดให้แก่พนักงาน นอกจากพนักงานจะสามารถทราบว่าจะต้องส่งงานเมื่อไหร่แล้ว ตารางงานที่แน่ชัดจะไม่เป็นภาระในการทำงานส่วนเกินของพนักงานอีกด้วย เพราะหากพนักงานต้องจัดตารางเอง ทั้งตารางก็ไม่แน่ชัด จุดนี้อาจสร้างความผิดพลาดในการทำงานของพนักงานได้

2. การปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 ด้านการปรับตัวให้เข้ากับงานที่ทำ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทไม่ควรให้พนักงาน รับผิดชอบงานที่เร่งด่วนจนเกินไป เพื่อลดความวิตกกังวล ลดความรู้สึกท้อแท้เมื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ได้ ของพนักงาน คือ เมื่อบริษัทมีงานประเภทเร่งด่วน ควรประเมินความสามารถ เวลา และกำลังคนของบริษัทเสียก่อน ว่ามีความพร้อมต่อการทำงานเร่งด่วนหรือไม่ หากไม่พร้อม ควรให้หลายๆ บริษัททำงานร่วมกัน ใช้จำนวนคนที่ยากขึ้นเพื่อกระจายความวิตกกังวล และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

2.2 ด้านการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงานและกฎระเบียบข้อบังคับ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทควรให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตั้ง กฎระเบียบข้อบังคับของบริษัท เช่น กฎระเบียบเรื่องการแต่งกายว่าในแต่ละสถานการณ์ต้องแต่งตัวแบบใด กฎระเบียบเวลาในการทำงานว่าควรจะมาทำงานเวลาใดให้สามารถทำงานได้ตรงตามที่กำหนดไว้ กฎเหล่านี้ควรมีความยืดหยุ่น เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงาน, ซึ่งผู้บริหารควรจัดสถานที่ และเครื่องมือที่เอื้ออำนวยต่องานที่พนักงานได้รับ เช่น มีสถานที่ทำงานคล้ายร้านกาแฟให้พนักงานได้ทำงานอย่างผ่อนคลาย มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยตามทันซอร์ฟแวร์ที่อัปเดตเสมอ เป็นการส่งเสริมให้พนักงานได้ทำงานอย่างผ่อนคลายสะดวกสบาย สร้างความพึงพอใจให้แก่พนักงาน ส่งผลให้พนักงานมีความตั้งใจในการทำงานมากขึ้น

2.3 ด้านการปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ผู้บริหารในธุรกิจการออกแบบสื่อควรส่งเสริมกิจกรรมที่ทำให้พนักงานรู้สึกเป็นกันเอง เพื่อส่งเสริมบรรยากาศในการปฏิบัติงาน เช่น จัดมุมกิจกรรม หรือมุมงานอดิเรกเพื่อส่งเสริมให้พนักงานที่มีความสนใจร่วมกันรู้จักกันมากขึ้น อาจมีเกมที่เล่นเพื่อส่งเสริมการรู้จักในกับพนักงานอย่างสร้างสรรค์, นอกจากนี้ธุรกิจการออกแบบสื่อ ควรให้ความสำคัญกับการอบรมผู้บังคับบัญชา ให้ผู้บังคับบัญชาให้ความสนใจ ช่วยเหลือ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับงาน แก่พนักงานเสมอ เพราะ การดูแลเอาใจใส่จากผู้บังคับบัญชา เป็น

หนึ่งในการจูงใจที่ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจต่อบริษัท อีกทั้งการให้คำแนะนำเกี่ยวกับงานจากผู้มีประสบการณ์ ยังมีส่วนช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการวิจัยปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในบริษัทใด บริษัทหนึ่ง
2. ในการศึกษาปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในธุรกิจการออกแบบสื่อในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยควรศึกษาปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ และการปรับตัวในการทำงานว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กานต์พิชชา กันทะเนตร. (2559). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายบริการ โรงแรมแกรนด์ สุขุมวิท กรุงเทพฯ. การค้นคว้าอิสระ.
- นาฎยา มณีรุ่ง. (2558). ความเครียดจากการทำงาน และบุคลิกภาพของพยาบาลวิชาชีพระดับปฏิบัติการในโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์.
- จิตรวี มุสิกสุด. (2556). ปัจจัยทางด้านลักษณะบุคลิกภาพและคุณลักษณะงานที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์. วิทยานิพนธ์.
- เบญจพร เกิดสายทอง. (2555). สถานะ ความมั่นคงและการปรับตัวในการทำงานของบุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์การบริหารส่วนจังหวัด. การค้นคว้าอิสระ.
- พลนันท ปัญญาพร. (27 มีนาคม 2555). แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media). เข้าถึงได้จาก blogspot.com: <http://photosanan.blogspot.com/2012/03/new-media.html>
- พัญณวดี พัวพันธ์. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพความสุขในการทำงาน และผลการปฏิบัติงานของพนักงานกรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตและส่งออกเครื่องใช้ในครัวแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์.
- วรางคณา ชับช้อน. (2559). อิทธิพลของคุณลักษณะบุคลิกภาพ บรรยากาศองค์กรและความพึงพอใจในงานที่มีต่อการปรับตัวในการทำงานของครูต่างชาติในเครือโรงเรียนสองภาษา. วิทยานิพนธ์.
- ศรัณย์ภัส จันทรแก้ว. (2558). บุคลิกภาพห้วงศ์ประกอบและแรงจูงใจในการทำงานที่พยากรณ์พฤติกรรมการทำงานที่มีประสิทธิผลของวิศวกรโยธา. วิทยานิพนธ์.
- ศิริมา ตันลีลา. (2555). บุคลิกภาพห้วงศ์ประกอบ การรับรู้ความเสี่ยงตามแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพกับพฤติกรรม การขับขี่ปลอดภัยของพนักงานขับรถโดยสาร กรณีศึกษาเฉพาะบริษัทรถโดยสารเอกชนแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์.
- ศิริลักษณ์ อ้นพรประเสริฐ. (2559). บุคลิกภาพห้วงศ์ประกอบ ความยึดมั่นผูกพันต่อการทำงาน ความยุติธรรมในองค์การและพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงาน บริษัทผลิตเครื่องตี๋ม. วิทยานิพนธ์.
- สุรรัชฌ์ วงษ์ทิพย์. (2557). สื่อใหม่ กุญแจเพื่อการพัฒนาองค์การสมัยใหม่. บทความ.