

เอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์



ภุริวัจน์ กิตติชัยวัตร

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงไปได้หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการให้แนวทาง คำแนะนำ ข้อคิดและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาตั้งแต่เริ่มต้นกำหนดหัวข้อวิจัยจนกระทั่งแล้วเสร็จ นอกจากนี้ความอนุเคราะห์ด้านการทำงานวิจัยแล้ว อาจารย์ก็ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษ การทำงานและการดำเนินชีวิต รวมไปถึงอาจารย์ยังคอยให้กำลังใจและรับฟังปัญหาอุปสรรคต่างๆจนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.พลิศา รุ่งเรือง และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรเกษม กันตตามระ ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบป้องกันสารนิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอันเป็นประโยชน์ที่ช่วยให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ทุกๆท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้อันเป็นประโยชน์ในการนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการศึกษารั้งนี้ รวมไปถึงขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างผู้ร่วมตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานวิจัยครั้งนี้ ยิ่งไปกว่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อน รุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อนร่วมรุ่น HO20B รวมถึงเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายประจำวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่คอยสนับสนุน ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยเสมอมา งานวิจัยฉบับนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงไปได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์หากปราศจากความอนุเคราะห์จากทุกท่าน

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักทรัพยากรบุคคล วิทยากร โค้ช หัวหน้างาน ตลอดจนผู้ที่สนใจในศาสตร์ด้านการพัฒนาศักยภาพบุคคลทุกท่าน และจะมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งหากการศึกษารั้งนี้สามารถช่วยต่อยอดแนวคิดหรือส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้างต่อไป หากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

ภูริวัจน์ กิตติธัญวิวัฒน์

เอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์

ENNEAGRAM AND EMOTIONAL INTELLIGENCE

ภูริวัจน์ กิตติชัยวิวัฒน์ 6050278

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภกรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.Ds.,
รองศาสตราจารย์พลีลา รุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ, Ed.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับเอ็นเนียแกรม ซึ่งเป็นเครื่องมือด้านจิตวิทยา บุคลิกภาพที่ใช้ในการพัฒนาศักยภาพบุคคล โดยมุ่งเน้นศึกษาการเปลี่ยนแปลงของความฉลาดทาง อารมณ์ภายหลังการได้รับความรู้เกี่ยวกับเอ็นเนียแกรม โดยการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยศึกษาในกลุ่ม ตัวอย่างบุคคลที่ได้รับความรู้เอ็นเนียแกรมผ่านการอบรมสัมมนา (Training/Workshop) จำนวน 75 ท่าน เพื่อนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการประเมินแบบเน้น เหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident Technique) เพื่อหาประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของการ เปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ภายหลังการได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม

ผลการศึกษาค้นพบว่าความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทาง อารมณ์ โดยผู้ที่ได้รับความรู้เอ็นเนียแกรมมีการพัฒนาของความฉลาดทางอารมณ์ที่ดีขึ้นใน 4 มิติของ ทักษะความฉลาดทางอารมณ์ กล่าวคือ ความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยให้บุคคล 1.) มีความตระหนักรู้ภายใน ตนเอง (Self Awareness) เพิ่มขึ้น 2.) มีความสามารถในการบริหารจัดการตนเอง (Self Management) เพิ่มขึ้น 3.) มีความเข้าใจและตระหนักรู้ในผู้อื่น (Social Awareness) มากขึ้น และ 4.) มีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management) ที่ดีขึ้น

คำสำคัญ : เอ็นเนียแกรม/ นพลักษณ์/ ความฉลาดทางอารมณ์/ EQ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามในการวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5.1 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5.2 วิธีการวิจัย	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม	9
2.1.1 ความหมายของเอ็นเนียแกรม	9
2.1.2 ประวัติและที่มาของเอ็นเนียแกรม	12
2.1.3 เปรียบเทียบเอ็นเนียแกรมกับโมเดลบุคลิกภาพใหญ่ 5 ปัจจัย	13
2.1.4 ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเอ็นเนียแกรม	15
2.1.5 โครงสร้างและองค์ประกอบของเอ็นเนียแกรม	16
2.1.6 การจำแนกบุคลิกภาพ 9 ลักษณะตามแนวคิดเอ็นเนียแกรม	17
2.1.7 เอ็นเนียแกรมกับการแสดงออกทางอารมณ์	29
2.1.8 แนวทางการพัฒนาตนเองด้วยเอ็นเนียแกรม	31
2.1.9 จุดแข็งและจุดอ่อนบุคลิกภาพ 9 ลักษณะตามแนวคิดเอ็นเนียแกรม	34
2.1.10 การประยุกต์ใช้เอ็นเนียแกรมในการพัฒนาบุคลากรและองค์กร	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า	
2.2	วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความฉลาดทางอารมณ์	41
2.2.1	ความเป็นมาของความฉลาดทางอารมณ์	41
2.2.2	ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์	42
2.2.3	ความสำคัญและประโยชน์ของความฉลาดทางอารมณ์	45
2.2.4	ลักษณะของผู้มีความฉลาดทางอารมณ์	47
2.2.5	แนวทางการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์	49
2.2.6	องค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์	52
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	69
3.1	รูปแบบงานวิจัย	69
3.2	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย	69
3.3	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย	70
3.4	วิธีการเก็บข้อมูล	71
3.5	เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	72
3.6	การตรวจสอบคุณภาพ	72
3.7	การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล	73
3.8	ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	74
บทที่ 4	ผลการวิจัย	75
4.1	ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	76
4.1.1	ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง	76
4.1.2	อาชีพปัจจุบัน	76
4.1.3	บุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	77
4.1.4	ระดับความมั่นใจในความถูกต้องของบุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	78
4.2	เอ็นเนียแกรมกับองค์ประกอบหลักตามแนวคิดความฉลาดทางอารมณ์	79
4.2.1	เอ็นเนียแกรมกับการตระหนักรู้ภายในตนเอง (Self Awareness)	80
4.2.1.1	การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้น (Awareness of own feeling)	87
4.2.1.2	การเข้าใจที่มาของอารมณ์ (Awareness of why feelings occur)	97

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2.1.3 การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง (Strengths and Limits)	107
4.2.2 เอ็นเนียแกรมกับการบริหารจัดการตนเอง (Self Management)	119
4.2.2.1 การควบคุมอารมณ์ตนเอง (Emotional Self-control)	121
4.2.2.2 ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability)	132
4.2.3 เอ็นเนียแกรมกับการตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness)	142
4.2.4 เอ็นเนียแกรมกับการบริหารความสัมพันธ์ (Relationship Management)	152
บทที่ 5 อภิปรายผลการวิจัย	164
5.1 การอภิปรายผล	164
5.1.1 ความรู้เอ็นเนียแกรมและการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์	164
5.1.1.1 ด้านการตระหนักรู้ภายในตนเอง (Self awareness)	165
5.1.1.2 ด้านการบริหารจัดการตนเอง (Self Management)	177
5.1.1.3 ด้านการตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness)	185
5.1.1.4 ด้านการบริหารความสัมพันธ์ (Relationship Management)	189
บทที่ 6 สรุปการวิจัยและข้อเสนอแนะ	194
6.1 สรุปการวิจัย	194
6.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย	194
6.1.2 กลุ่มตัวอย่างการวิจัย	194
6.1.3 เครื่องมือวิจัย	194
6.1.4 วิธีดำเนินการวิจัย	195
6.1.5 สรุปผลการวิจัย	195
6.1.6.1 เอ็นเนียแกรมและการตระหนักรู้ภายในตนเอง	196
6.1.6.2 เอ็นเนียแกรมและการบริหารจัดการตนเอง	196
6.1.6.3 เอ็นเนียแกรมและการตระหนักรู้ผู้อื่น	197
6.1.6.4 เอ็นเนียแกรมและการบริหารความสัมพันธ์	198
6.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	199
6.3 ข้อจำกัดในการวิจัย	200

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	201
บรรณานุกรม	203
ภาคผนวก	208
ประวัติผู้วิจัย	210



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
2.1	แรงจูงใจหลักภายในซึ่งเป็นปัจจัยจำแนกบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะ	9
2.2	รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 1	17
2.3	รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 2	18
2.4	รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 3	20
2.5	รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 4	21
2.6	รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 5	22
2.7	รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 6	23
2.8	รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 7	25
2.9	รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 8	26
2.10	รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 9	27
2.11	กลยุทธ์ของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมทั้ง 9 ลักษณะ	29
2.12	สิ่งที่ทำให้บุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะเครียดและวิธีการแสดงอารมณ์เมื่อเครียด	30
2.13	แนวทางการพัฒนาตนเองของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะ	32
2.14	รายละเอียดเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมทั้ง 9 ลักษณะ	34
2.15	องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Mayer & Salovey (1990)	52
2.16	องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Mayer & Salovey (1997)	54
2.17	องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Daniel Goleman (1998)	54
2.18	องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Bar-on (1997)	57
2.19	องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Wesinger (1998)	60
2.20	องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด 6Seconds EI Network (1997)	61
2.21	องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิดกรมสุขภาพจิต, ประเทศไทย (2453)	62
2.22	องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Richard Boyatzis, Daniel Goleman และ Korn Ferry Hay Group (2017)	65
4.1	ข้อมูลแสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง	76
4.2	ข้อมูลแสดงอาชีพปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.3	ข้อมูลแสดงบุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	77
4.4	ข้อมูลแสดงระดับความมั่นใจในความถูกต้องของบุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	78
4.5	ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับองค์ประกอบหลักตามแนวคิดความฉลาดทางอารมณ์	79
4.6	ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการตระหนักรู้ในตนเอง (Self Awareness) จำแนกตามลักษณะทั้ง 9 ลักษณะ	80
4.7	ข้อมูลแสดงรายละเอียดจำนวนความถี่ในประเด็นย่อยเรื่องการตระหนักรู้ภายในตนเองของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะ	82
4.8	ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดและของกลุ่มตัวอย่างแบบจำแนกตามลักษณะทั้ง 9 ลักษณะ	88
4.9	ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 รับรู้ได้มากขึ้น	89
4.10	ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 รับรู้ได้มากขึ้น	90
4.11	ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 รับรู้ได้มากขึ้น	91
4.12	ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 รับรู้ได้มากขึ้น	92
4.13	ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 รับรู้ได้มากขึ้น	93
4.14	ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 รับรู้ได้มากขึ้น	94
4.15	ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 รับรู้ได้มากขึ้น	95
4.16	ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 รับรู้ได้มากขึ้น	96
4.17	ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 รับรู้ได้มากขึ้น	97
4.18	ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของกลุ่มตัวอย่าง 9 ลักษณะ	98
4.19	ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 รับรู้ได้มากขึ้น	99
4.20	ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 รับรู้ได้มากขึ้น	100
4.21	ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 รับรู้ได้มากขึ้น	101
4.22	ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 รับรู้ได้มากขึ้น	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.23 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 รับรู้ได้มากขึ้น	102
4.24 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 รับรู้ได้มากขึ้น	103
4.25 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 รับรู้ได้มากขึ้น	104
4.26 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 รับรู้ได้มากขึ้น	105
4.27 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 รับรู้ได้มากขึ้น	106
4.28 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการรับรู้ จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองอย่างถูกต้อง	107
4.29 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 รับรู้ได้มากขึ้น	108
4.30 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 รับรู้ได้มากขึ้น	109
4.31 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 รับรู้ได้มากขึ้น	111
4.32 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 รับรู้ได้มากขึ้น	112
4.33 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 รับรู้ได้มากขึ้น	113
4.34 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 รับรู้ได้มากขึ้น	114
4.35 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 รับรู้ได้มากขึ้น	115
4.36 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 รับรู้ได้มากขึ้น	116
4.37 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 รับรู้ได้มากขึ้น	118
4.38 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการ บริหารจัดการตนเอง (Self Management)	119
4.39 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการ ควบคุมอารมณ์ตนเอง (Emotional Self Control)	121
4.40 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 1	123
4.41 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 2	124
4.42 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 3	125
4.43 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 4	126
4.44 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 5	127
4.45 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 6	128

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
4.46	ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 7	129
4.47	ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 8	130
4.48	ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 9	132
4.49	ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับความ สามารถในการปรับตัว (Adaptability)	133
4.50	ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 1 ที่เปลี่ยนแปลงไป	134
4.51	ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 2 ที่เปลี่ยนแปลงไป	135
4.52	ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 3 ที่เปลี่ยนแปลงไป	136
4.53	ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 4 ที่เปลี่ยนแปลงไป	137
4.54	ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 5 ที่เปลี่ยนแปลงไป	138
4.55	ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 6 ที่เปลี่ยนแปลงไป	138
4.56	ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 7 ที่เปลี่ยนแปลงไป	139
4.57	ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 8 ที่เปลี่ยนแปลงไป	140
4.58	ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 9 ที่เปลี่ยนแปลงไป	141
4.59	ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการ ตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness)	142
4.60	ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 1	144
4.61	ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 2	145
4.62	ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 3	146
4.63	ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 4	147
4.64	ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 5	148
4.65	ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 6	149
4.66	ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 7	149
4.67	ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 8	150
4.68	ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 9	151

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.69 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)	152
4.70 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 1	155
4.71 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 2	156
4.72 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 3	157
4.73 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 4	158
4.74 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 5	159
4.75 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 6	160
4.76 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 7	161
4.77 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 8	162
4.78 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 9	163

สารบัญรูปร่างภาพ

รูปร่างภาพ	หน้า	
3.1	สรุปขั้นตอนวิธีการดำเนินงานวิจัย	73
4.1	ข้อมูลแสดงประเด็นปรากฏเกี่ยวกับการตระหนักรู้ภายในตนเองที่เพิ่มมากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม	80
4.2	ประเด็นปรากฏเกี่ยวกับการตระหนักรู้ภายในตนเองภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม	86
4.3	ข้อมูลแสดงประเด็นปรากฏเกี่ยวกับการบริหารจัดการตนเองที่พัฒนามากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม	120
4.4	ข้อมูลแสดงประเด็นปรากฏเรื่องการตระหนักรู้ผู้อื่นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม	142
4.5	ข้อมูลแสดงประเด็นปรากฏเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์	152
6.1	สรุปการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์	195
6.2	ประเด็นปรากฏเพิ่มเติม (Emerging Themes) เกี่ยวกับการตระหนักรู้ภายในตนเอง	196
6.3	ประเด็นปรากฏเพิ่มเติม (Emerging Themes) เกี่ยวกับการบริหารจัดการตนเอง	197
6.4	ประเด็นปรากฏเพิ่มเติม (Emerging Themes) เกี่ยวกับการจัดการตนเอง	197
6.5	ประเด็นปรากฏเพิ่มเติม (Emerging Themes) เกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่น	198
6.6	ประเด็นปรากฏเพิ่มเติม (Emerging Themes) เกี่ยวกับการบริหารความสัมพันธ์	198

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากรายงานการสำรวจผู้บริหาร 6,672 ที่จัดทำโดยบริษัท แอซเซนเซอร์ (Accenture) ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาที่มีชื่อเสียงระดับโลกพบว่า 94% ของผู้บริหารในองค์กรมีความเห็นตรงกันว่าความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของนวัตกรรมในองค์กรอย่างมากในช่วงสามปีที่ผ่านมา บริษัทส่วนใหญ่จำเป็นต้องเผชิญกับปรับตัวเพื่อเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ประชากรยุคใหม่มีความสามารถในการปรับตัวและเปิดรับการใช้งานเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ได้อย่างรวดเร็วขึ้น ซึ่งความเร็วในการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจนตั้งแต่มีการพัฒนาสมาร์ตโฟน (Smartphone) ส่งผลให้ความสามารถของผู้บริโภค แรงงานรวมถึงประชากรในสังคมด้านการเข้าถึงข้อมูลและการใช้งานเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น รวมไปถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตและการทำงานในยุคดิจิทัลล้วนเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตอย่างสิ้นเชิง (Accenture, 2019)

มีการศึกษาจำนวนมากรายงานว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโดยเฉพาะการพัฒนา ระบบอัตโนมัติ (Automation) โดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หรือ หุ่นยนต์ (Robots) ทำให้อาชีพหรืองานบางอย่างที่มนุษย์เคยทำในอดีตสามารถถูกทดแทนได้ด้วยเทคโนโลยี เช่นงานวิจัยจากบริษัท แมคคินซีแอนด์คัมปะนี พบว่า 45% ของงานในปัจจุบันสามารถทดแทนได้ด้วยระบบอัตโนมัติ หรือมหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ดคาดการณ์ว่า 47% ของการจ้างงานในประเทศสหรัฐอเมริกามีความเสี่ยงที่จะโดนทดแทนด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (Chui, Manyika & Miremadi, 2015) หรือรายงานเรื่องทิศทางของงานในอนาคต (The Future of Job Reports) จาก World Economic Forum (2018) คาดการณ์ว่า 38% ของธุรกิจจะต้องพัฒนาตำแหน่งงานใหม่ที่เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้มากขึ้น เนื่องจากมากกว่าหนึ่งในสี่ของงานประจำจะถูกทดแทนด้วยระบบอัตโนมัติ

ผลกระทบจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการพัฒนาของโลกยุคดิจิทัล จึงส่งผลให้บุคลากรในตลาดแรงงานต้องปรับตัวเองในแง่ความรู้และความสามารถ รวมถึงองค์กรก็ต้องปรับตัวในเรื่องทิศทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ดังจะเห็นได้จากผลการศึกษาของ World

Economic Forum (2018) อีกเช่นกันที่กล่าวว่าภายในปีพุทธศักราช 2565 พนักงานในตลาดแรงงานอย่างน้อย 54% จะต้องถูกฟื้นฟูพัฒนาทักษะเดิม (Re-skilling) และเสริมทักษะใหม่ (Upskilling) ซึ่งนอกเหนือจากความสามารถทางเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือทักษะดิจิทัลแล้ว ทักษะเกี่ยวกับมนุษย์ (Human Skills) เช่นภาวะผู้นำ (Leadership) หรือความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) จะเป็นทักษะที่เป็นที่ต้องการอย่างมากของตลาดแรงงานในอนาคต ซึ่งทักษะด้านความฉลาดทางอารมณ์นี้เองถูกจัดอยู่ใน 1 ใน 10 ทักษะที่ต้องการของแรงงานในปีพุทธศักราช 2561 และยังคงติดอยู่ใน 1 ใน 10 ทักษะที่คาดการณ์ว่าจะเป็นที่ต้องการของแรงงานในปีพุทธศักราช 2565 อีกด้วย

สาเหตุที่ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) กลายเป็นทักษะที่สำคัญของยุคดิจิทัลในปัจจุบันและอนาคตนั้นเป็นเพราะว่าความสามารถในการรับรู้และตอบสนองต่ออารมณ์ของผู้อื่นนั้นเป็นทักษะของมนุษย์ที่ถูกทดแทนได้ยากโดยหุ่นยนต์หรือระบบอัตโนมัติ รวมถึงมีผลอย่างมากต่อประสิทธิภาพของลูกค้าอีกด้วย (Chui, Manyika, & Miremadi, 2015) ขณะเดียวกันองค์กรหรือนายจ้างมองว่าความฉลาดทางอารมณ์จะเป็นความสามารถที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มนุษย์จะมีเหนือต่อปัญญาประดิษฐ์ (“How Artificial Intelligence is Influencing Graduate Employability,” 2019) ยิ่งไปกว่านั้นทักษะหรือสมรรถนะที่ทำให้ผู้นำที่มีประสิทธิภาพสูง (Top performer) แตกต่างจากผู้นำทั่วไปมากกว่า 80% เป็นทักษะที่อยู่ในหมวดหมู่ของความฉลาดทางอารมณ์ (Goleman, 1998) จากข้อมูลข้างต้นทำให้สรุปได้ว่าทักษะความฉลาดทางอารมณ์เป็นทักษะที่สำคัญมากประการหนึ่งของพนักงานและผู้นำในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่เทคโนโลยีมีอิทธิพลอย่างมากเช่นในขณะนี้และอนาคต ดังนั้นหากองค์กรต่างๆสามารถหาเครื่องมือหรือวิธีการที่เหมาะสมในการพัฒนาทักษะความฉลาดทางอารมณ์ของพนักงานได้ จะช่วยส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานดีขึ้น (O’Boyle, Humphrey, Pollack, Hawver, & Story, 2010) พนักงานสามารถจัดการความเครียดได้ดีขึ้น (Giorgi, 2013) รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานมีพฤติกรรมเชิงบวกในองค์กรและประสบความสำเร็จในมิติต่างๆของชีวิตทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว (Sjöberg, 2008)

หนึ่งในองค์ความรู้ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบุคลากรและองค์กรเพื่อเพิ่มทักษะความฉลาดทางอารมณ์คือองค์ความรู้เกี่ยวกับบุคลิกภาพที่เรียกว่าเอ็นเนียแกรม เนื่องจากเอ็นเนียแกรมช่วยให้ผู้ศึกษาเพิ่มความสามารถในด้านการตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) ส่งเสริมความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับแบบแผนความคิด อารมณ์และการแสดงออกของตัวเอง (Saracino, 2013) ทำให้เข้าใจแบบแผนบุคลิกภาพ จุดแข็ง จุดอ่อนและแรงจูงใจภายในของตนเอง เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพแต่ละประเภท รวมไปถึงมีความรู้เกี่ยวกับวิธีการบริหารจัดการอารมณ์ของตนเองและบริหารความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Sutton, Williams, & Allinson, 2015) ทำให้เอ็นเนียแกรมเป็นองค์ความรู้ที่เหมาะสมอย่างมากสำหรับผู้จัดการ ผู้นำหรือพนักงานในการ

พัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มความฉลาดทางอารมณ์ในด้านที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง ผู้อื่นและประสิทธิภาพของการทำงานเป็นทีม (Ormond, 2007) ยิ่งไปกว่านั้นการศึกษาเอ็นเนียแกรมยังช่วยให้ผู้ที่ศึกษาสามารถพัฒนาทักษะต่างๆที่จำเป็นในการทำงาน เช่น ทักษะการสื่อสาร ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม หรือการจัดการความขัดแย้ง ซึ่งช่วยให้ผู้ที่ศึกษาสามารถปรับเปลี่ยน พฤติกรรมให้เหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆเพื่อบรรลุเป้าหมายทั้งเรื่องงานและส่วนตัว (Lapid-Bogda, 2004)

มีการศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เอ็นเนียแกรมกับการพัฒนาบุคลากรในองค์กร พบว่าเอ็นเนียแกรมมีความสามารถในการทำนายผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Zhe, 2003) เพิ่มความสามารถในการตระหนักรู้ภายในตนเอง เพิ่มระดับความมั่นใจในตัวเอง รวมไปถึงทำให้ความสัมพันธ์และการสื่อสารของคนในองค์กรดีขึ้น (Sutton, Williams, & Allinson, 2015) นอกจากนี้เอ็นเนียแกรมยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการคัดเลือกพนักงาน (Recruiting) และสำรวจปัจจัยในการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานเพื่อรักษา (Retaining) พนักงานให้อยู่ในองค์กรนานขึ้น (Hebenstreit, 2003) ด้านของการตลาด Kamineni (2005) ก็ชี้ให้เห็นว่าเอ็นเนียแกรม สามารถนำไปใช้แบ่งกลุ่มของลูกค้า (Market Segmentation) เพื่อออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างออกไปตามบุคลิกภาพของลูกค้าหรือแม้กระทั่งการนำเอ็นเนียแกรมไปใช้ในการพัฒนาองค์กรเพื่อเพิ่มผลประกอบการและทำให้เกิดความสามัคคีกันที่ในสถานที่ทำงาน (Kale & Shrivastava, 2003)

จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าเอ็นเนียแกรมเป็นหนึ่งในองค์ความรู้ด้านจิตวิทยาบุคลิกภาพ (Personality Psychology) ที่ให้ข้อมูลเชิงลึกและรายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของมนุษย์อย่างครบถ้วนทั้งด้านแรงจูงใจภายใน ความคิด ความเชื่อ ความรู้สึกและพฤติกรรม ซึ่งแตกต่างจากเครื่องมือจิตวิทยาบุคลิกภาพอื่นๆ เช่น DISC ซึ่งมุ่งเน้นทำความเข้าใจพฤติกรรมที่แสดงออกภายนอก อีกทั้งเอ็นเนียแกรมยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ด้านการพัฒนาบุคคลและองค์กรในหลากหลายมิติ เช่น การพัฒนาภาวะผู้นำ การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เป็นต้น แต่การศึกษาเกี่ยวกับเอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญและจำเป็นต่อการทำงานในโลกอนาคตนั้นมีอยู่ในปริมาณที่จำกัดทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยที่แม้ว่าเอ็นเนียแกรมจะเป็นที่แพร่หลายมาตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2540 (Palmer, 2007) แต่การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเอ็นเนียแกรมในประเทศไทยนั้นมีน้อยมาก เช่น การศึกษาของ วาจาสิทธิ์ (2552) เรื่องผลของโปรแกรมฝึกอบรมเอ็นเนียแกรมเพื่อเปรียบเทียบระดับเขาวนอารมณ์ ซึ่งเป็นการศึกษาเพียงเพียงไม่กี่ชิ้นในอดีตที่ผ่านมา จึงเป็นที่มาของการศึกษาเรื่อง “การศึกษาวิจัยเรื่องเอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์” ในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยต้องการที่จะเพิ่มพูนองค์ความรู้ของเอ็นเนียแกรมที่เกี่ยวข้องกับความฉลาดทางอารมณ์ซึ่งยังไม่ค่อยได้รับการศึกษามากนัก รวมไปถึงนำร่องการศึกษาหาหลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความรู้และประสิทธิภาพของเอ็นเนียแกรม

1.2. คำถามในการวิจัย

1. ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่
2. ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาว่าความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่
2. เพื่อศึกษาว่าความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างไร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงรายละเอียดเกี่ยวกับเอ็นเนียแกรมและผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. พนักงาน ผู้บริหารหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการพัฒนาบุคลากรในองค์กรมีความเข้าใจเกี่ยวกับเอ็นเนียแกรมและการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์
3. ได้ต่อยอดองค์ความรู้และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์ซึ่งยังไม่มีการศึกษาอย่างแพร่หลายในประเทศไทย

1.5 ขอบเขตในการศึกษา

1.5.1 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลที่มีอายุตั้งแต่อายุ 18 ปีขึ้นไป ที่ทำงานในองค์กรเอกชน ภาครัฐ อาชีพอิสระ หรือเจ้าของกิจการอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเคยได้รับความรู้เกี่ยวกับแนวคิดบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมในรูปแบบของการเข้าร่วมอบรมสัมมนา

(Training/Workshop) และได้ผ่านกระบวนการสังเกตตัวเอง (Self-observation) ภายหลังจากฝึกอบรมอย่างน้อย 6 เดือนเพื่อทำความเข้าใจและยืนยันบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมที่ถูกต้องของตนเอง

1.5.2 วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 75 คนซึ่งมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

- บุคคลที่มีอายุตั้งแต่อายุ 18 ปีขึ้นไป
- ทำงานในองค์กรเอกชน ภาครัฐ อาชีพอิสระ หรือเจ้าของกิจการ
- อยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- ได้รับความรู้เกี่ยวกับแนวคิดบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมในรูปแบบของการเข้าอบรมสัมมนา (Training/Workshop)
- ผ่านกระบวนการสังเกตตัวเอง (Self-observation) ภายหลังจากฝึกอบรมอย่างน้อย 6 เดือนเพื่อทำความเข้าใจและยืนยันบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมที่ถูกต้องของตนเอง

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

เอ็นเนียแกรม คือองค์ความรู้ที่ใช้อธิบายรูปแบบบุคลิกภาพของคน 9 ลักษณะ โดยแบ่งตามแรงจูงใจภายใน (Core Motivation) ที่ขับเคลื่อนพฤติกรรมความเคยชินของคนแต่ละลักษณะ โดยมีประโยชน์ เพื่อใช้ทำความเข้าใจตัวเองและผู้อื่น รวมถึงเรียนรู้วิธีการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างสร้างสรรค์

ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) หมายถึงความสามารถในการตระหนักรู้และเข้าใจความรู้สึกของตัวเองและผู้อื่น สามารถบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากอารมณ์ที่เกิดขึ้น รวมไปถึงบริหารจัดการความสัมพันธ์และสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่นได้อย่างประสบความสำเร็จ โดยความฉลาดทางอารมณ์มีองค์ประกอบทั้งสิ้น 4 ด้านได้แก่

1. การตระหนักรู้ในตนเอง (Self Awareness) หมายถึงการรับรู้และเข้าใจอารมณ์ของตนเอง ซึ่งแสดงออกผ่านความสามารถดังต่อไปนี้

1.1 การตระหนักรู้อารมณ์ของตนเอง (Emotional self-awareness) หมายถึงความสามารถในการเข้าใจอารมณ์ของตนเองและผลกระทบของอารมณ์นั้นต่อผลการปฏิบัติงาน

2. การจัดการตนเอง (Self-Management) หมายถึงการจัดการอารมณ์ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแสดงออกผ่านความสามารถดังต่อไปนี้

2.1 การควบคุมอารมณ์ของตนเอง (Emotional Self-Control) หมายถึงความสามารถในการควบคุมไม่ให้อารมณ์เชิงลบหรือการตอบสนองแบบทันทีที่แสดงออกมา และยังสามารถรักษาประสิทธิภาพในการตอบสนองภายใต้สถานการณ์ที่เคร่งเครียดหรือกดดัน

2.2 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement orientation) หมายถึงความสามารถในการค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายหรือปรับปรุงวิธีการปฏิบัติเพื่อความเป็นเลิศ รวมไปถึงการตั้งเป้าหมายที่ท้าทายภายใต้การคำนวณความเสี่ยงที่ยอมรับได้

2.3 มุมมองเชิงบวก (Positive Outlook) หมายถึงความสามารถในการมองเห็นด้านดีหรือสิ่งดีๆ ในบุคคลหรือสถานการณ์ต่างๆ ที่เผชิญ รวมไปถึงความมุ่งมั่นในการบรรลุเป้าหมายท่ามกลางอุปสรรคหรือปัญหา

2.4 ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) หมายถึงความสามารถในการปรับเปลี่ยนวิธีการหรือแนวคิด และยืดหยุ่นในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

3. ความเข้าอกเข้าใจผู้อื่น (Social Awareness) หมายถึงการรับรู้และเข้าใจอารมณ์ของผู้อื่น ซึ่งแสดงออกผ่านความสามารถดังต่อไปนี้

3.1 การเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathy) หมายถึงความสามารถในการรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่น โดยการสังเกตสัญญาณต่างๆ รวมถึงเข้าใจมุมมองและความกังวลของผู้อื่น

3.2 การเข้าใจสถานการณ์ภายในกลุ่ม (Organizational Awareness) หมายถึงความสามารถในการอ่านสถานการณ์อารมณ์ของบุคคลต่างๆ ในกลุ่ม รับรู้ขีดอำนาจและบุคคลที่มีอิทธิพลสูงต่อการเปลี่ยนแปลงภายในกลุ่ม

4. การบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management) หมายถึงการนำความเข้าใจเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกไปใช้ในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งแสดงออกผ่านความสามารถดังต่อไปนี้

4.1 การมีอิทธิพล (Influence) หมายถึงความสามารถในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อผู้อื่น โน้มน้าวหรือเชิญชวนให้ได้รับการสนับสนุนจากผู้อื่น

4.2 การโค้ชและการเป็นที่ปรึกษา (Coach and Mentor) หมายถึงความสามารถในการส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาระยะยาวให้กับผู้อื่นผ่านการให้ฟีดแบ็คและการสนับสนุน

4.3 การบริหารจัดการความขัดแย้ง (Conflict Management) หมายถึงความสามารถในการช่วยเหลือผู้อื่นก้าวผ่านสถานการณ์ที่ตึงเครียดเชิงความรู้สึก รวมถึง

ความสามารถในการแก้ไขความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกันให้ทุกฝ่ายสามารถหาทางออกที่ยอมรับร่วมกันได้อย่างสร้างสรรค์

4.4 ภาวะผู้นำสร้างแรงจูงใจ (Inspiration Leadership) หมายถึงความสามารถสร้างแรงจูงใจให้บุคคลหรือกลุ่มประสบความสำเร็จในการทำงาน และสามารถดึงเอาศักยภาพสูงสุดในตัวพวกเขาออกมาใช้งานได้

4.5 การทำงานเป็นทีม (Teamwork) หมายถึงความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ร่วมกัน รวมไปถึงความสามารถในการแบ่งปันความรับผิดชอบต่างๆให้กับคนในทีมและให้รางวัลตอบแทนที่เหมาะสมกับความทุ่มเทของทีม



บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาวิจัยเรื่องเอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์” ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

- 2.1 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม
 - 2.1.1 ความหมายของเอ็นเนียแกรม
 - 2.1.2 ประวัติและที่มาของเอ็นเนียแกรม
 - 2.1.3 เปรียบเทียบเอ็นเนียแกรมกับ โมเดลบุคลิกภาพใหญ่ 5 ปัจจัย
 - 2.1.4 ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเอ็นเนียแกรม
 - 2.1.5 โครงสร้างและองค์ประกอบของเอ็นเนียแกรม
 - 2.1.6 การจำแนกบุคลิกภาพ 9 ลักษณะตามแนวคิดเอ็นเนียแกรม
 - 2.1.7 เอ็นเนียแกรมกับการแสดงออกทางอารมณ์
 - 2.1.8 แนวทางการพัฒนาตนเองด้วยเอ็นเนียแกรม
 - 2.1.9 จุดแข็งและจุดอ่อนบุคลิกภาพ 9 ลักษณะตามแนวคิดเอ็นเนียแกรม
 - 2.1.10 การประยุกต์ใช้เอ็นเนียแกรมในการพัฒนาบุคลากรและองค์กร
- 2.2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความฉลาดทางอารมณ์
 - 2.2.1 ความเป็นมาของความฉลาดทางอารมณ์
 - 2.2.2 ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์
 - 2.2.3 ความสำคัญและประโยชน์ของความฉลาดทางอารมณ์
 - 2.2.4 ลักษณะของผู้มีความฉลาดทางอารมณ์
 - 2.2.5 แนวทางการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์
 - 2.2.6 องค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์

2.1 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม

2.1.1 ความหมายของเอ็นเนียแกรม

เอ็นเนียแกรม (Enneagram) มีรากศัพท์จากคำในภาษากรีกคำว่า เอ็นเนีย (Ennea) แปลว่าเก้า และแกรม (Gram) แปลว่าจุด โดยรวมเอ็นเนียแกรมจึงหมายถึงสัญลักษณ์หรือรูปที่ประกอบด้วย 9 จุด ซึ่งเป็นตัวแทนของบุคลิกภาพ 9 ลักษณะหรือที่นิยมเรียกกันว่า 9 ลักษณะ (Wagner, 2010)

เอ็นเนียแกรมเป็นองค์ความรู้ที่ใช้อธิบายและจำแนกแบบแผนบุคลิกภาพ (Personality Structure) 9 ลักษณะซึ่งแต่ละลักษณะล้วนมีรูปแบบเฉพาะตัวทั้งในด้านความคิด (Thinking patterns) ความรู้สึก (Feeling patterns) และพฤติกรรมการแสดงออก (Behavioral patterns) โดยแบบแผนบุคลิกภาพทั้ง 9 แบบนั้นจำแนกจากความแตกต่างของแรงจูงใจหลักภายใน (Core Motivation) ที่แตกต่างกันในคนแต่ละลักษณะ (Daniels & Price, 2009, p.1)

แรงจูงใจหลักภายใน (Core Motivation) หมายถึงแรงขับเคลื่อนภายในของบุคคลเพื่อบรรลุความต้องการบางอย่างที่แต่ละคนเชื่อว่าเป็นสิ่งที่สำคัญในชีวิตหรือจะนำมาซึ่งความพึงพอใจในชีวิต ซึ่งบุคลิกภาพทั้ง 9 ลักษณะมีแรงจูงใจหลักภายในที่แตกต่างกันดังต่อไปนี้ (Cloete & Greeff, 2017) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับแรงจูงใจหลักภายในของคนแต่ละลักษณะไว้ในตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แรงจูงใจหลักภายในซึ่งเป็นปัจจัยจำแนกบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะ

บุคลิกภาพ	แรงจูงใจภายในหลัก (Core Motivation)	วรรณกรรม
ลักษณะ 1	ต้องการทำสิ่งต่างๆให้ถูกต้อง	(Goldberg ,1999)
	ต้องการค้นหาความสมบูรณ์แบบ และพยายามพัฒนาตนเองและสิ่งต่างๆรอบตัว	(Lapid-Bogda, 2007)
	ต้องการดำเนินชีวิตในแบบที่ถูกต้อง ปรับปรุงตนเองและผู้อื่น	(Baron & Wagele, 2009)
	ต้องการทำสิ่งที่ดี/สิ่งที่ถูกต้อง	(Cloete & Greeff, 2017)

ตารางที่ 2.1 แรงจูงใจหลักภายในซึ่งเป็นปัจจัยจำแนกบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะ (ต่อ)

บุคลิกภาพ	แรงจูงใจภายในหลัก (Core Motivation)	วรรณกรรม
ลักษณะ 2	ต้องการช่วยเหลือผู้อื่น	(Goldberg ,1999)
	ต้องการเป็นที่รักใคร่ พยายามทำตามความต้องการของคนอื่นและเข้าไปมีบทบาทในชีวิต	(Lapid-Bogda, 2007)
	ต้องการเป็นที่รัก มีคนเห็นคุณค่า และแสดงความเป็นมิตรต่อผู้อื่น	(Baron & Wagele, 2009)
	ต้องการเป็นที่ชื่นชอบและเห็นความสำคัญ	(Cloete & Greeff, 2017)
ลักษณะ 3	ต้องการทำงานและประสบความสำเร็จ	(Goldberg ,1999)
	ต้องการไปถึงเป้าหมายเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับและนับถือ	(Lapid-Bogda, 2007)
	ต้องการสร้างผลงาน ต้องการความสำเร็จและหลีกเลี่ยงความล้มเหลว	(Baron & Wagele, 2009)
	ต้องการโดดเด่นกว่าคนอื่น (Have to outshine the rest)	(Cloete & Greeff, 2017)
ลักษณะ 4	ต้องการสำรวจความรู้สึกที่แท้จริงของตนเอง	(Goldberg ,1999)
	ต้องการเข้าถึงจิตใจส่วนลึกของตนเองและผู้อื่น	(Lapid-Bogda, 2007)
	ต้องการสัมผัสความรู้สึกของตัวเอง ต้องการให้คนอื่นเข้าใจและค้นพบความหมายของชีวิต	(Baron & Wagele, 2009)
	ต้องการมีเอกลักษณ์ (Have to be unique)	(Cloete & Greeff, 2017)
ลักษณะ 5	ต้องการข้อมูล	(Goldberg ,1999)
	ต้องการมีความรู้ ข้อมูล และลดความเกี่ยวข้องกับผู้อื่น	(Lapid-Bogda, 2007)

ตารางที่ 2.1 แรงจูงใจหลักภายในซึ่งเป็นปัจจัยจำแนกบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะ (ต่อ)

บุคลิกภาพ	แรงจูงใจภายในหลัก (Core Motivation)	วรรณกรรม
ลักษณะ 5 (ต่อ)	ต้องการเข้าใจสิ่งต่างๆ ใช้ชีวิตอย่างพอเพียงและไม่ทำให้ตัวเองดูโง่	(Baron & Wagele, 2009)
	ต้องการเข้าใจสิ่งต่างๆ (Have to understand)	(Cloete & Greeff, 2017)
ลักษณะ 6	ต้องการรู้ปัญหาที่จะเกิดขึ้น	(Goldberg ,1999)
	ต้องการเข้าใจปัญหาต่างๆ ได้ไว เพื่อจะได้เตรียมตัวรับมือ	(Lapid-Bogda, 2007)
	ต้องการความมั่นคงและมองหาการสนับสนุนจากคนอื่น	(Baron & Wagele, 2009)
	ต้องการปลอดภัยและเป็นส่วนหนึ่ง (Have to be safe and belong)	(Cloete & Greeff, 2017)
ลักษณะ 7	ต้องการ โอกาสดีๆ และเรื่องตื่นเต้น	(Goldberg ,1999)
	ต้องการสิ่งที่กระตุ้นความคิดหรือประสบการณ์ใหม่ๆ	(Lapid-Bogda, 2007)
	ต้องการหาความสุข คิดแผนทำเรื่องสนุกๆ และหลีกเลี่ยงเรื่องที่ทำให้ปวดใจ	(Baron & Wagele, 2009)
	ต้องการลองทุกอย่าง (Have to experience it all)	(Cloete & Greeff, 2017)
ลักษณะ 8	ต้องการใช้พลังอำนาจและควบคุม	(Goldberg ,1999)
	ต้องการรู้ความจริง อยากควบคุมจัดการสถานการณ์ต่างๆ	(Lapid-Bogda, 2007)
	ต้องการพึ่งพาตนเอง แสดงความเข้มแข็งและหลีกเลี่ยงการพึ่งพาคนอื่น	(Baron & Wagele, 2009)

ตารางที่ 2.1 แรงจูงใจหลักภายในซึ่งเป็นปัจจัยจำแนกบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะ (ต่อ)

บุคลิกภาพ	แรงจูงใจภายในหลัก (Core Motivation)	วรรณกรรม
ลักษณะ 8 (ต่อ)	ต้องการควบคุมจัดการและเข้มแข็ง (Have to be in control and be strong)	(Cloete & Greeff, 2017)
ลักษณะ 9	ต้องการเข้าใจทุกคนและมองเห็นภาพรวม	(Goldberg, 1999)
	ต้องการได้สันติภาพ ให้ทุกคนกลมกลืนและมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน	(Lapid-Bogda, 2007)
	ต้องการรักษาความปรองดอง กลมกลืนไปกับผู้อื่นและหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง	(Baron & Wagele, 2009)
	ต้องการรักษาความสมดุล (Have to keep balance)	(Cloete & Greeff, 2017)

2.1.2 ประวัติและที่มาของเอ็นเนียแกรม

เอ็นเนียแกรมเป็นภูมิปัญญาโบราณที่แหล่งกำเนิดหรือที่มายังหาข้อสรุปแน่ชัดไม่ได้ บ้างเชื่อว่าสัญลักษณ์เอ็นเนียแกรมเกิดขึ้นในสมัยของพีธาโกรัสเมื่อ 4,000 ปีก่อนและถูกถ่ายทอดต่อมายังเพลโตโดยใช้เพื่อค้นหาความหมายที่แท้จริงของชีวิต บ้างก็เชื่อว่าเป็นการพัฒนาจากคำสอนของชาวยิวเกี่ยวข้องกับเรื่องต้นไม้แห่งชีวิต (The tree of life in the Kabbalah) หรือบ้างก็เชื่อว่าเป็นคำสอนที่ถ่ายทอดกันภายในของกลุ่มนักบวชของศาสนาอิสลามนิกายซูฟีแถบทวีปเอเชียกลางในช่วงศตวรรษที่ 14 (Wagner, 2010)

จอร์จ อิวาน โนวิช เกอร์ดจีฟ (George Ivanovich Gurdjieff) ถือได้ว่าเป็นบุคคลแรกที่นำพาเอ็นเนียแกรมมาสู่โลกยุคปัจจุบัน โดยค้นพบเอ็นเนียแกรมจากการเดินทางไปกับเพื่อนนักปราชญ์ที่หลงใหลการพัฒนาตนเองเพื่อการหลุดพ้นที่เรียกกลุ่มของตนว่า SAT (Seekers After Truth) โดยพวกเขาจะกระจายไปศึกษาภูมิปัญญาจากสถานที่ต่างๆ แล้วจะกลับมารวมตัวกันเป็นระยะเพื่อแบ่งปันสิ่งที่ได้ไปเรียนรู้มาโดยเดินทางไปตามสถานที่ต่างๆ มากมาย เช่น อียิปต์ กรีซ อัฟกานิสถาน เปอร์เซีย อินเดีย ทิเบต เป็นต้น โดยระหว่างการเดินทางเกอร์ดจีฟได้พบกับนักบวชซูฟีในเขตแดนประเทศอัฟกานิสถานในปัจจุบัน และนำเอ็นเนียแกรมเข้ามาเผยแพร่ในสังคมตะวันตกในช่วงปี 1920 โดยประยุกต์เอ็นเนียแกรมเข้ากับแนวทางของกลุ่ม SAT จนได้แนวทางการศึกษาเอ็นเนียแกรมที่มีลักษณะของการเคลื่อนไหวไปตามเส้นสัญลักษณ์ของเอ็นเนียแกรม

(Sacred Dance) เพื่อใช้เป็นการบำเพ็ญภาวนารูปแบบหนึ่งที่ผสมผสานทั้งจิตวิทยา จิตวิญญาณ และ จักรวาลวิทยาเข้าด้วยกัน ซึ่งเอ็นเนียแกรมของเกอร์ดจ์นั้น ไม่ได้ใช้เอ็นเนียแกรม เพื่อการศึกษา รูปแบบบุคลิกภาพ (Personality Typology) แต่อย่างใด (Riso & Hudson, 1999, pp.19-22)

จุดเริ่มต้นของการศึกษาเอ็นเนียแกรมเพื่ออธิบายรูปแบบบุคลิกภาพนั้นเริ่มต้นช่วงปี 1960 ออสการ์ อีซาโซ (Oscar Ichazo) นักปราชญ์ชาวโบลิเวียผู้ซึ่งหลงใหลในการศึกษาภูมิปัญญา บรรพกาลเพื่อการหลุดพ้น ได้นำแนวคิดของเอ็นเนียแกรมและสัญลักษณ์มาเชื่อมโยงเข้ากับ รูปแบบบุคลิกภาพ (Personality Types) โดยนำไปเชื่อมโยงกับบาป 7 ประการ (7 Deadly Sins) ของ ศาสนาคริสต์และเพิ่มเติมความกลัวและการหลอกลวง (Fear and Deceit) ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของ รากฐานการศึกษาเอ็นเนียแกรมในปัจจุบัน (Modern Enneagram) ในปี 1970 คลอดิโอ นารานโซ (Claudio Naranjo) จิตแพทย์ที่ทำจิตบำบัดแนวเกสตัลท์อยู่ที่แคลิฟอร์เนียเดินทางไปประเทศชิลีเพื่อ ศึกษาเอ็นเนียแกรมกับอีซาโซ และได้นำเอาองค์ความรู้เอ็นเนียแกรมมาเชื่อมโยงกับโรคทางจิตเวช ประเภทต่างๆ และเริ่มทำการสอนเอ็นเนียแกรมครั้งแรกในแคลิฟอร์เนียและทำให้เอ็นเนียแกรมเป็นที่แพร่หลายในสังคมปัจจุบันนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา (Riso & Hudson, 1999, pp.22-25)

2.1.3 เปรียบเทียบเอ็นเนียแกรมกับโมเดลบุคลิกภาพใหญ่ 5 ปัจจัย

ช่วงปลายศตวรรษที่ 20 การศึกษาและงานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องบุคลิกภาพและการ ประยุกต์ใช้ในบริบทการทำงานเป็นที่สนใจและแพร่หลายมากขึ้น (Hough & Ones, 2001) แต่การ พยายามจัดหมวดหมู่ความแตกต่างของมนุษย์เป็นสิ่งที่มาตั้งแต่โบราณกาล มนุษย์พยายามทำความเข้าใจความหลากหลายของคุณลักษณะที่พวกเขาสังเกตเห็นจากผู้อื่น แต่ความพยายามในการจำแนก หมวดหมู่คุณลักษณะของมนุษย์ในช่วงแรกมาจากปัญญาญาณจากการสังเกตของนักปราชญ์ในสมัย นั้น เช่น อริสโตเติล ที่เป็นคนแรกๆ ในการแบ่งหมวดหมู่บุคลิกภาพมนุษย์ (Goldberg, 1995) โดย วิวัฒนาการของการศึกษาเชิงวิทยาศาสตร์เรื่องบุคลิกภาพเริ่มต้นจากที่ Galton (1884) เสนอว่า บุคลิกภาพของบุคคลสามารถรวบรวมได้จากคำที่บุคคลนั้นใช้อธิบายตัวเอง โดยเขาเรียกสมมติฐาน นี้ว่า Lexicon Hypothesis (Goldberg, 1995) ต่อมาภายหลัง Allport and Odbert ได้ทำการศึกษาต่อ ยอดสมมติฐานดังกล่าวและรวบรวมจนได้คำศัพท์ 4,504 คำที่สามารถใช้บรรยายลักษณะบุคลิกภาพ บุคคลได้ (1936, อ้างถึงใน Hough & Ones, 2001) จนกระทั่ง Cattle (1945) ได้ทำการสรุปจนเหลือ 16 ปัจจัยบุคลิกภาพ (16 Personality Factors) แต่เนื่องจากไม่สามารถแสดงให้เห็นประสิทธิภาพใน การวัดเชิงจิตวิทยาทำให้ความน่าเชื่อถือของแนวคิดนี้จึงลดลงไป (Eysenck, 1991)

ปัญหาเรื่องการวัดและจำแนกประเภทของการศึกษานบุคลิกภาพได้ถูก แก้ไขในภายหลังเมื่อมีการพัฒนาเทคนิคทางสถิติที่เรียกว่าการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดย

มี L.L. Thurstone ผู้ซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นบิดาของการศึกษาเรื่องนี้ (Goldberg, 1995) ในขณะที่ Fiske (1949) เป็นคนแรกที่ค้นพบโมเดล 5 ปัจจัย (Five-factor model) และโมเดลนี้ถูกพัฒนาต่อยอดจนสมบูรณ์แบบเป็นแนวคิดบุคลิกภาพใหญ่ทั้ง 5 (Big Five Personality) ในปัจจุบัน โดย Tupes and Chirstal (1961/1992) ซึ่งประกอบไปด้วย ความสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) ความพิถีพิถัน (Conscientiousness) ความยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) ความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) และการเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) โดย Hough & Ones (2001) กล่าวว่าโมเดลบุคลิกภาพใหญ่ 5 ปัจจัย (Big Five Personality) ถือเป็นรากฐานสำคัญของการศึกษาเรื่องจิตวิทยาบุคลิกภาพ และเป็นโมเดลบุคลิกภาพที่มีผู้สนใจนำมาศึกษาวิจัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในหัวข้อเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน ประสิทธิภาพในการทำงานและผลการปฏิบัติงาน จน McCormick และ Burch (2008) ยกย่องให้โมเดลบุคลิกภาพใหญ่ 5 ปัจจัยเป็นโมเดลการจำแนกประเภทบุคลิกภาพของมนุษย์ที่มีมาตรฐานและโดดเด่นที่สุด

เอ็นเนียแกรมเป็นอีกหนึ่งองค์ความรู้เกี่ยวกับการจำแนกประเภทบุคลิกภาพของมนุษย์ที่เริ่มแพร่หลายตั้งแต่ค.ศ. 1970 (Naranjo,) โดยแตกต่างจากโมเดลบุคลิกภาพใหญ่ 5 ปัจจัยที่ถือว่าเป็นโมเดลมาตรฐานในการศึกษาด้านจิตวิทยาบุคลิกภาพ ตรงที่จุดกำเนิดหรือที่มาของเอ็นเนียแกรมนั้นไม่มีงานวิจัยหรือการศึกษาทางวิทยาศาสตร์รองรับ (Jervis, 2007) แต่อย่างไรก็ตามแม้งานวิจัยหรือการศึกษาเชิงวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับเอ็นเนียแกรมจะมีจำนวนจำกัด แต่การศึกษาความรู้เอ็นเนียแกรมที่ส่วนมากถ่ายทอดแบบพรรณนา (Narrative Style) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์บุคคล การถ่ายทอดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ หรือการอ่านหนังสือ ก็ทำให้เกิดประโยชน์อย่างมากกับผู้ศึกษาทั้งการเข้าใจตัวเอง ผู้อื่น และปรับปรุงคุณภาพของความสัมพันธ์ของผู้ที่ทำการศึกษากับคนใกล้ชิด (Sutton, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับที่บุคลากรส่วนใหญ่ในวงการแพทย์ จิตวิทยา การพัฒนาสุขภาพจิตและการพัฒนาศักยภาพมนุษย์มีความเห็นตรงกันว่าเอ็นเนียแกรมเป็นความรู้ที่แม่นยำและเชื่อถือได้ในการช่วยให้บุคคลเข้าใจตัวเองอย่างลึกซึ้ง อีกทั้งส่งเสริมการพัฒนาทางด้านจิตใจและสติปัญญา (Daniels & Price, 2009; Maitri, 2000; 2 Palmer, 1988; Riso, 1996; Riso & Hudson, 1999) ยิ่งไปกว่านั้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศช่วงปี ค.ศ. 1990 - 2020 จากฐานข้อมูลงานวิจัย Google Scholar พบว่าจำนวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเอ็นเนียแกรมที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารต่างๆมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความนิยมและแพร่หลายของการใช้งานเอ็นเนียแกรมในแวดวงต่างๆ อาทิเช่น การพัฒนาทรัพยากรบุคคล การพัฒนาการศึกษา การให้คำปรึกษา (Counesling) หรือจิตเวชศาสตร์ เป็นต้น

2.1.4 ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเอ็นเนียแกรม

2.1.4.1 ความถูกต้อง (Validity)

การศึกษาแรกเกี่ยวกับความถูกต้องของเอ็นเนียแกรมทำโดย Warling (1995) ที่เก็บข้อมูลจากนักเรียน 153 คนที่ทำแบบทดสอบ Riso-Hudson Enneagram Type Indicator (RHETI) ซึ่งเป็นแบบประเมินเพื่อค้นหาบุคลิกภาพหลักตามแนวคิดเอ็นเนียแกรม พร้อมกับทำแบบทดสอบ Cattell's 16PF ซึ่งเป็นแบบทดสอบจำแนกบุคลิกภาพ 16 แบบที่มีการศึกษาและทดสอบมาตรฐานความถูกต้องมาก่อนแล้ว (Cattell, 1945) ซึ่งผลการศึกษาพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างบุคลิกภาพตามแนวคิดเอ็นเนียแกรมและคุณลักษณะบุคลิกภาพที่เทียบเคียงกันตามแนวคิด 16PF ซึ่งแตกต่างกันไปตามรูปแบบเฉพาะของแต่ละลักษณะในเอ็นเนียแกรม นอกเหนือจากนี้สิ่งที่พบจาก 3 การศึกษา (Sutton, 2007, Newgent et al., 2004, Brown and Bartram, 2005) ที่ทำการเปรียบเทียบระหว่างเอ็นเนียแกรมกับโมเดลบุคลิกภาพใหญ่ 5 ปัจจัย (Big Five Personality) พบความสัมพันธ์ของแบบแผนบุคลิกภาพใหญ่ 5 ปัจจัยกับแต่ละลักษณะของเอ็นเนียแกรมในรูปแบบที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้สรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมมีความถูกต้องในการจำแนกประเภทบุคลิกภาพของบุคคลให้ออกมาเป็นรูปแบบที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

2.1.4.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ในปี ค.ศ. 2001 Dameyer ได้แสดงให้เห็นความน่าเชื่อถือของแบบประเมินเอ็นเนียแกรม RHETI ซึ่งพบว่า 82% ของผู้ทำแบบทดสอบจำนวน 135 คนได้ผลการทดสอบเหมือนเดิมในการทำครั้งที่ 2 ในขณะที่เดียวกันการศึกษาด้านจิตวิทยาคลินิก (Skodol et al., 2005) แสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ของผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน (Inter-rater Agreement) ในการวินิจฉัยอาการเจ็บป่วยทางจิตเวช (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders IV ; DSM-IV) กับการวินิจฉัยบุคลิกภาพหลัก (ลักษณะ) ของผู้มารับบริการ และการศึกษาของ Thrasher (1994) ก็ยังพบว่านอกจากผู้เชี่ยวชาญเอ็นเนียแกรมหลายท่านจะสามารถวินิจฉัยบุคลิกภาพ (ลักษณะ) ของผู้ถูกทดสอบได้สอดคล้องตรงกันแล้ว การให้ความรู้เอ็นเนียแกรมแก่บุคคลสำคัญใกล้ชิดของผู้ถูกทดสอบ (Significant other) ก็ช่วยให้บุคคลใกล้ชิดของผู้ถูกทดสอบคนนั้นสามารถวินิจฉัยบุคลิกภาพหลัก (ลักษณะ) ของผู้ถูกทดสอบได้อย่างถูกต้องเช่นกัน จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแนวคิดบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม

2.1.5 โครงสร้างและองค์ประกอบของเอ็นเนียแกรม

2.1.5.1 โครงสร้าง (Structure)

Riso & Hudson (1999, p.21) ได้อธิบายถึงสัญลักษณ์เอ็นเนียแกรมว่า ประกอบขึ้นจากรูปทรงเรขาคณิต 3 อย่าง ได้แก่

ก.) วงกลม (Circle)

เป็นสัญลักษณ์แทนความหมายของความเป็นหนึ่งเดียวกันกล่าวคือทุกคน ทั้ง 9 ลักษณะล้วนมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันและเป็นหนึ่งเดียวกันกับธรรมชาติ

ข.) สามเหลี่ยมด้านเท่า (Triangle)

เป็นสัญลักษณ์แทนความหมายของ ความสมดุลหรือมั่นคงตามหลักของ เอ็นเนียแกรม เชื่อว่าการจะเข้าถึงสภาวะความสมดุลในชีวิตได้นั้นต้องเกิดจากการเข้าถึงและใช้ ปัญญาทั้ง 3 ศูนย์ในตัวของแต่ละบุคคลอย่างสร้างสรรค์ ได้แก่ ปัญญาจากศูนย์หัว ปัญญาจากศูนย์ใจ และปัญญาจากศูนย์ร่างกาย

ค.) สัญลักษณ์รูปหกเหลี่ยม (Hexad)

เป็นสัญลักษณ์แทนความหมายของ การเปลี่ยนแปลงหรือการเติบโตตาม หลักของเอ็นเนียแกรมเชื่อว่าทุกสิ่งทุกอย่างล้วนเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปสู่สภาวะใหม่เสมอ โดย สื่อถึงความสามารถในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองของมนุษย์ทุกคนที่สามารถพัฒนาเป็น บุคคลที่ดีขึ้นได้ผ่าน การศึกษาเอ็นเนียแกรม

2.1.5.2 ศูนย์ปัญญา (Center of Intelligence)

Riso & Hudson (1996, pp.34-41) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่าบุคลิกภาพทั้ง 9 ลักษณะของเอ็นเนียแกรมสามารถแบ่งกลุ่มออกได้ 3 กลุ่มๆละ 3 ลักษณะ ดังนี้

ก.) กลุ่มศูนย์ใจ (Feeling Triad) ได้แก่ บุคลิกภาพลักษณะ 2, 3, 4

ลักษณะบุคลิกภาพในกลุ่มศูนย์ใจจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึก โดยคนกลุ่ม นี้จะใส่ใจเรื่องภาพลักษณ์ (Self Image) โดยจะมีความกังวลว่าคนอื่นจะมีมุมมองต่อตนเองอย่างไร จึงเป็นกลุ่มที่ต้องการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น

ข.) กลุ่มศูนย์หัว (Thinking Triad) ได้แก่บุคลิกภาพลักษณะ 5, 6, 7

ลักษณะของบุคลิกภาพในกลุ่มศูนย์หัวจะเกี่ยวข้องกับความคิด โดยคน กลุ่มนี้ต้อง การความแน่นอนใจเกี่ยวกับอนาคตที่จะเกิดขึ้น จึงใส่ใจเรื่องการวางแผนหรือคาดการณ์ อนาคต

ค.) กลุ่มศูนย์กาย (Instinctive Triad) ได้แก่บุคลิกภาพลักษณะ 8, 9, 1

ลักษณะของบุคลิกภาพในกลุ่มศูนย์กายจะเกี่ยวข้องกับสัญชาตญาณหรือ การลงมือทำ โดยคนกลุ่มนี้ต้องการควบคุมจัดการชีวิตของตนเอง จึงใส่ใจเรื่องอิสระในการดำเนิน ชีวิต ไม่ต้องการให้ผู้อื่นบังคับหรือคุกคามตนเอง

2.1.6 การจำแนกบุคลิกภาพ 9 ลักษณะตามแนวคิดเอ็นเนียแกรม

จากการค้นคว้าวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง มีผู้อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพทั้ง 9 แบบตามแนวคิดของเอ็นเนียแกรมไว้ในตารางที่ 2.2 ถึง ตารางที่ 2.10

ตารางที่ 2.2 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 1

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 1	แรงจูงใจ หลักภายใน (Core Motivation)	- ต้องการถูกต้อง	(Riso & Hudson, 1996)
		- ต้องการดีขึ้น พัฒนาขึ้น	
		- ต้องการไม่ถูกตำหนิโดยคนอื่น	
	แบบแผน ความคิด (Thinking patterns)	- ต้องการให้สิ่งต่างๆเป็นไปอย่างถูกต้อง	(Howe-Murphy, 2007)
		- ต้องการทำสิ่งที่ดี/สิ่งที่ถูกต้อง	(Cloete & Greeff, 2017)
		- ตัดสินตัวเองและคนอื่นอย่างรวดเร็ว	(Howe-Murphy, 2007)
		- มนุษย์ไม่ได้รับการยอมรับแบบที่เราเป็น	(Daniels & Price, 2009)
- พฤติกรรมที่ดีมักถูกมองข้าม ในขณะที่พฤติกรรมไม่ดีจะถูกวิจารณ์หรือลงโทษ			
	- ประเมินสิ่งต่างๆว่าผิด/ถูก ควร/ไม่ควร	(Cloete & Greeff, 2017)	

ตารางที่ 2.2 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 1 (ต่อ)

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 1	แบบแผน ความรู้สึก (Feeling patterns)	- หงุดหงิดรำคาญใจกับสิ่งที่ไม่เป็นไป หรือดำเนินไปอย่างดีที่สุด	(Howe-Murphy, 2007)
		- กดข่มความรู้สึกโกรธ ไม่แสดงออก	(Daniels & Price, 2009)
		- รำคาญหรือ ไม่พอใจกับสิ่งต่างๆที่ไม่ เป็นไปตามมาตรฐาน	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน พฤติกรรม (Behavioral patterns)	- พยายามรักษามาตรฐานที่สูงไว้	(Howe-Murphy, 2007)
		- ทำสิ่งต่างๆอย่างถูกต้อง - ควบคุมตนเอง มีระเบียบวินัย - รับผิดชอบต่อการกระทำและคำพูด	(Daniels & Price, 2009)
		- พยายามปรับปรุงพัฒนาสิ่งต่างๆ - ใส่ใจรายละเอียด - ยึดถือในกฎเกณฑ์ ศีลธรรม จริยธรรม	(Cloete & Greeff, 2017)

ตารางที่ 2.3 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 2

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 2	แรงจูงใจ หลักภายใน (Core Motivation)	- ต้องการเป็นที่รัก - ต้องการแสดงออกความรู้สึกที่มีต่อผู้อื่น - ต้องการเป็นที่ต้องการและเห็นคุณค่า	(Riso & Hudson, 1996)
		- ต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดี	(Howe-Murphy, 2007)

ตารางที่ 2.3 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 2 (ต่อ)

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 2	แรงจูงใจ หลักภายใน (ต่อ)	- ต้องการเป็นที่ชื่นชมและเห็น ความสำคัญ	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน ความคิด (Thinking patterns)	- ชื่นชมหรือประจบผู้อื่น	(Howe-Murphy, 2007)
		- การจะเป็นที่รักของผู้อื่นได้ ต้องทำตัวให้ เป็นที่ต้องการ	(Daniels & Price, 2009)
		- รับรู้ความต้องการคนอื่นได้เร็ว - ใส่ใจความรู้สึกผู้อื่น	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน ความรู้สึก (Feeling patterns)	- รู้สึกตัวเองเหนือกว่าผู้อื่น	(Howe-Murphy, 2007)
		- กดข่มความรู้สึกน้อยใจหรือเสียใจ ทำ ตัวเองให้ร่าเริงเพื่อทำสิ่งที่คนอื่นต้องการ	(Daniels & Price, 2009)
		- อบอุ่น เข้าอกเข้าใจคนอื่น	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน พฤติกรรม (Behavioral patterns)	- เสียสละตัวเองเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น	(Howe-Murphy, 2007)
		- ร่าเริง เข้าสังคมเก่ง ใจกว้าง ชอบ ช่วยเหลือผู้อื่น	(Daniels & Price, 2009)
		- ชอบช่วยเหลือ ปฏิเสธยากเมื่อถูกขอร้อง - ชอบดูแล เทคแคร์ ให้คำแนะนำ - ชื่นชม แสดงความรักต่อคนพิเศษ	(Cloete & Greeff, 2017)

ตารางที่ 2.4 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 3

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 3	แรงจูงใจ หลักภายใน (Core Motivation)	- ต้องการรู้สึกมีค่า	(Riso & Hudson, 1996)
		- ต้องการได้รับการชื่นชม	
		- ต้องการได้รับความใส่ใจ	
	แบบแผน ความคิด (Thinking patterns)	- ต้องการประสบความสำเร็จ	(Howe-Murphy, 2007)
		- ต้องการโดดเด่นกว่าคนอื่น	(Cloete & Greeff, 2017)
		- เชื่อมั่นว่าตัวเองคือบุคลิกที่สร้างขึ้น	(Howe-Murphy, 2007)
	แบบแผน ความรู้สึก (Feeling patterns)	- มนุษย์ได้รับรางวัลตอบแทนจากสิ่งที่ ทำไม่ใช่จากสิ่งที่เป็น	(Daniels & Price, 2009)
		- ประเมินคนและสถานการณ์อย่าง รวดเร็วว่าต้องทำอะไรจึงจะบรรลุ เป้าหมายของตน	(Cloete & Greeff, 2017)
		- ภูมิใจและทะนงในความสำเร็จ	(Howe-Murphy, 2007)
	แบบแผน พฤติกรรม (Behavioral patterns)	- มั่นใจในตัวเอง ไม่เกรงกลัวอุปสรรค	(Daniels & Price, 2009)
		- ไม่ค่อยใส่ใจหรือให้เวลาในการรับรู้ ความรู้สึกของตัวเอง	(Cloete & Greeff, 2017)
		- แข่งขันเพื่อให้เป็นที่หนึ่ง	(Howe-Murphy, 2007)
	- ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตัวเองใหม่		
	- ทำงานหนัก เน้นประสิทธิภาพ ทำทุก วิถีทางเพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลว	(Daniels & Price, 2009)	

ตารางที่ 2.4 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 3 (ต่อ)

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 3	แบบแผน พฤติกรรม (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> - ทำงานหนัก ชอบทำงาน - มีเป้าหมายชัดเจน มุ่งเน้นผลลัพธ์ - ชอบแข่งขัน ปรับตัวเก่ง 	(Cloete & Greeff, 2017)

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 4

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 4	แรงจูงใจ หลักภายใน (Core Motivation)	- ต้องการเป็นตัวของตัวเอง	(Riso & Hudson, 1996)
		- ต้องการแสดงความเป็นตัวเองออกมาผ่านสิ่งที่สวยงาม	
		- ต้องการคนรักในอุดมคติ	
		- ต้องการแตกต่างไม่เหมือนใคร	(Howe-Murphy, 2007)
		- ต้องการมีเอกลักษณ์	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน ความคิด (Thinking patterns)	- จินตนาการถึงเรื่องในอุดมคติ	(Howe-Murphy, 2007)
		- ฉันจะแสวงหาคนรักในอุดมคติหรือสถานการณ์ที่สมบูรณ์แบบที่ทำให้ฉันรู้สึกเป็นที่รักได้อย่างแท้จริง	(Daniels & Price, 2009)
		- โยนความผิดพลาด/สิ่งไม่ดีเข้าตัวเอง	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน ความรู้สึก (Feeling patterns)	- โหยหาสิ่งที่คนอื่นมีแล้วตนเองไม่มี	(Howe-Murphy, 2007)
		- อิจฉาหรือเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น	(Daniels & Price, 2009)
- หดหู่ จมอยู่กับความเศร้า		(Cloete & Greeff, 2017)	

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 4 (ต่อ)

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 4	แบบแผน พฤติกรรม (Behavioral patterns)	- แสวงหาสิ่งในอุดมคติ	(Howe-Murphy, 2007)
		- รับรู้และแสดงออกอารมณ์ความรู้สึก อย่างเปิดเผย หมกมุ่นกับตัวเอง อารมณ์ขึ้นๆลงๆ	(Daniels & Price, 2009)
		- แสวงหาเอกลักษณ์เฉพาะตัว - แสดงความเป็นตัวของตัวเองชัดเจน - ชอบพูดคุยหรือบทสนทนาที่ลึกซึ้ง	(Cloete & Greeff, 2017)

ตารางที่ 2.6 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 5

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 5	แรงจูงใจ หลักภายใน (Core Motivation)	- ต้องการมีความสามารถ	(Riso & Hudson, 1996)
		- ต้องการเชี่ยวชาญในความรู้บางอย่าง	
		- ต้องการสำรวจและเข้าใจความจริง	
	แบบแผน ความคิด (Thinking patterns)	- ต้องการมีความรู้	(Howe-Murphy, 2007)
		- ต้องการอยู่ได้ด้วยตนเอง	(Cloete & Greeff, 2017)
		- ต้องการเข้าใจสิ่งต่างๆ	
แบบแผน ความคิด (Thinking patterns)	- วิเคราะห์ หาเหตุผล ทำความเข้าใจ	(Howe-Murphy, 2007)	
	- โลกนี้มีทรัพยากรต่างๆจำกัดแต่กลับ เรียกร้องกับคนเรามากเกินไป	(Daniels & Price, 2009)	
	- ต้องการความรู้ ข้อมูล และข้อเท็จจริง	(Cloete & Greeff, 2017)	

ตารางที่ 2.6 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 5 (ต่อ)

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 5	แบบแผน ความรู้สึก (Feeling patterns)	- เก็บอารมณ์ ไม่แสดงออก	(Howe-Murphy, 2007)
		- ตัดอารมณ์ ไม่แสดงออกอารมณ์ ไม่รับรู้ อารมณ์	(Daniels & Price, 2009)
		- ใช้เหตุผลมาอธิบายแทนความรู้สึก	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน พฤติกรรม (Behavioral patterns)	- ใช้ชีวิตอย่างพอเพียง ลดความต้องการ ของตัวเองลง	(Howe-Murphy, 2007)
		- เก็บตัว มีพื้นที่ส่วนตัว ชอบค้นคว้าหา ความรู้ที่ตนเองสนใจ สันโดษ ไม่พึ่งพา ใคร	(Daniels & Price, 2009)
		- ชอบใช้เวลาอยู่ตัวคนเดียว - รักษาความเป็นส่วนตัว ไม่เผยความลับ - แบ่งชีวิตและเพื่อนออกเป็นส่วนๆ ชัดเจนไม่ปะปนกัน	(Cloete & Greeff, 2017)

ตารางที่ 2.7 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 6

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 6	แรงจูงใจ หลักภายใน (Core Motivation)	- ต้องการความมั่นคงปลอดภัย	(Riso & Hudson, 1996)
		- ต้องการได้รับการสนับสนุน	
		- ต้องการได้รับการยืนยันจากผู้อื่น	
	- ต้องการปลอดภัยและมั่นใจ	(Howe-Murphy, 2007)	
		- ต้องการปลอดภัยและเป็นส่วนหนึ่ง	(Cloete & Greeff, 2017)

ตารางที่ 2.7 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 6 (ต่อ)

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 6	แบบแผน ความคิด (Thinking patterns)	- กังวล สงสัย ดั้งเด	(Howe-Murphy, 2007)
		- โลกนี้เต็มไปด้วยอันตรายและความไม่ แน่นอน	(Daniels & Price, 2009)
		- ประเมินและมองหาอันตรายหรือความ เสี่ยงที่จะเกิดขึ้น	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน ความรู้สึก (Feeling patterns)	- ไม่มั่นใจในตัวเอง กลัว ประหมา	(Howe-Murphy, 2007)
		- หวาดระแวง กลัว ไม่แน่ใจในสิ่งต่างๆที่ เกิดขึ้น	(Daniels & Price, 2009)
		- แสดงอารมณ์ตอบโต้รุนแรงทันทีเมื่อ รู้สึกไม่ปลอดภัยหรือไม่ไว้วางใจ	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน พฤติกรรม (Behavioral patterns)	- มองหาการสนับสนุนจากภายนอกที่ทำให้ ให้ตนเองมั่นใจ	(Howe-Murphy, 2007)
		- ช่างซักถาม ซึ่สงสัย คิดจินตนาการ ในทางเลวร้ายไว้ก่อน ฟังพาคคนอื่น	(Daniels & Price, 2009)
		- ซึ่กลัว ไม่ชอบทำอะไรที่เสี่ยง - รับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย - ซื่อสัตย์ต่อองค์กร เป็นสมาชิกทีมที่ดี	(Cloete & Greeff, 2017)

ตารางที่ 2.8 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 7

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 7	แรงจูงใจ หลักภายใน (Core Motivation)	- ต้องการมีความสุขหรือพึงพอใจ	(Riso & Hudson, 1996)
		- ต้องการประสบการณ์หลากหลาย	
		- ต้องการมีตัวเลือก ไม่จนตรอก	
		- ต้องการความเป็นไปได้ไม่จำกัด	(Howe-Murphy, 2007)
		- ต้องการลองทุกอย่าง	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน ความคิด (Thinking patterns)	- คาดการณ์ถึงสิ่งที่น่าตื่นเต้นที่จะมาถึง	(Howe-Murphy, 2007)
		- โลกนี้เต็มไปด้วยโอกาสและความ เป็นไปได้ ไม่ควรเสียเวลาอยู่กับความ ทุกข์	(Daniels & Price, 2009)
		- เชื่อมโยง ไอเดียหรือสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกัน เข้าด้วยกัน	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน ความรู้สึก (Feeling patterns)	- ตะกละ ต้องการสิ่งต่างๆอย่างมาก	(Howe-Murphy, 2007)
		- สนุกสนาน ร่าเริง พลังงานสูง เต็มไป ด้วยเสียงหัวเราะ	(Daniels & Price, 2009)
		- มองเห็นแง่ดีในเรื่องต่างๆ	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน พฤติกรรม (Behavioral patterns)	- แสวงหาโอกาสใหม่ๆ ประสบการณ์ หรือกิจกรรมใหม่ๆ	(Howe-Murphy, 2007)
- วางแผนทำสิ่งใหม่ๆ เปิดตัวเองไปพบ เจอผู้คนหรือสถานที่ใหม่ๆ ไม่ค่อย โฟกัสกับอะไรรานานๆ จีบื้อ		(Daniels & Price, 2009)	

ตารางที่ 2.8 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 7 (ต่อ)

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 7	แบบแผน พฤติกรรม (Behavioral patterns)	- เบื่อง่าย ต้องการความตื่นเต้นหรือเรื่อง สนุกสนาน - ทำอะไรหลายๆอย่างพร้อมกัน - มีเครือข่ายหรือคนรู้จักกว้างขวาง	(Cloete & Greeff, 2017)

ตารางที่ 2.9 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 8

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 8	แรงจูงใจ หลักภายใน (Core Motivation)	- ต้องการพึ่งพาตัวเอง	(Riso & Hudson, 1996)
		- ต้องการเข้มแข็ง ไม่ต้องการอ่อนแอ	
		- ต้องการมีอิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อม	
		- ต้องการควบคุมสถานการณ์ด้วยตนเอง	(Howe-Murphy, 2007)
		- ต้องการควบคุมจัดการและเข้มแข็ง	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน ความคิด (Thinking patterns)	- ควบคุมจัดการคนอื่น ไม่ให้คนอื่นมา เป็นภัยคุกคามที่จัดการไม่ได้	(Howe-Murphy, 2007)
		- โลกนี้ไม่ยุติธรรมและคนที่มอำนาจจะ เอาเปรียบหรือรังแกคนอ่อนแอ	(Daniels & Price, 2009)
		- ประเมินคนที่เจอว่าเข้มแข็งหรือไม่	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน ความรู้สึก (Feeling patterns)	- แสดงอารมณ์รุนแรง เปิดเผย	(Howe-Murphy, 2007)
		- เข้มแข็ง คุณค้น ไม่ยอมให้ตัวเองอ่อนแอ	(Daniels & Price, 2009)
- เข้มแข็ง มีพลัง เต็มไปด้วยอำนาจ		(Cloete & Greeff, 2017)	

ตารางที่ 2.9 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 8 (ต่อ)

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 8	แบบแผน พฤติกรรม (Behavioral patterns)	- ควบคุม บงการ ขยายอำนาจ	(Howe-Murphy, 2007)
		- เป็นผู้นำ เผด็จการ รักษาสิทธิ์ของตนเอง ผดุงความยุติธรรม เคารพหน้ากับผู้อื่น	(Daniels & Price, 2009)
		- เข้าควบคุมจัดการสิ่งต่างๆ - เชื้อสายชาติญาณตนเอง ลงมือทำอย่าง รวดเร็ว - ชอบความท้าทายและความเสี่ยง	(Cloete & Greeff, 2017)

ตารางที่ 2.10 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 9

ลักษณะ	หัวข้อ	รายละเอียด	วรรณกรรม
บุคลิกภาพ ลักษณะ 9	แรงจูงใจ หลักภายใน (Core Motivation)	- ต้องการความสงบสุขในจิตใจ - ต้องการสร้างสันติสุขให้สิ่งแวดล้อม - ต้องการรักษาสิ่งต่างๆ ไว้ในแบบที่เป็น	(Riso & Hudson, 1996)
		- ต้องการสร้างความปรองดอง	(Howe-Murphy, 2007)
		- ต้องการรักษาความสมดุล	(Cloete & Greeff, 2017)

ตารางที่ 2.10 รายละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะ 9 (ต่อ)

บุคลิกภาพ ลักษณะ 9	แบบแผน ความคิด (Thinking patterns)	- ครุ่นคิด ไตร่ตรองสิ่งต่างๆอย่างเชิงซ้ำ	(Howe-Murphy, 2007)
		- ไม่เห็นความสำคัญของตนเอง หลอมรวมกับผู้อื่นเพื่อให้ได้มาซึ่งความรัก	(Daniels & Price, 2009)
		- เปิดกว้างต่อข้อมูลและต้องการรับรู้มุมมองให้ครบทุกด้าน	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน ความรู้สึก (Feeling patterns)	- หลงลืมความรู้สึกของตนเอง	(Howe-Murphy, 2007)
		- เฉื่อย ไม่กระตือรือร้นทำเรื่องที่เป็นเป้าหมายสำคัญของตัวเอง	(Daniels & Price, 2009)
		- สงบ เยือกเย็น อ่อนน้อม โกรธยาก	(Cloete & Greeff, 2017)
	แบบแผน พฤติกรรม (Behavioral patterns)	- อะไรก็ได้ ง่ายๆ คล้อยตามผู้อื่น	(Howe-Murphy, 2007)
		- ใฝ่ใจรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น ไม่เลือกข้าง เปิดรับฟัง ใจเย็น ปรับตัวเก่ง คล้อยตามคนอื่น ไม่มีจุดยืนของตนเอง	(Daniels & Price, 2009)
		- ชอบการทำอะไรตามความเคยชินเดิมๆ - คล้อยตามความคิดของผู้อื่น - คือเจียบเวลาถูกบังคับหรือกดดัน	(Cloete & Greeff, 2017)

ในขณะที่ Tallan & Sikora (2004) อธิบายรายละเอียดของบุคลิกภาพแต่ละลักษณะของเอ็นเนียแกรมแตกต่างจากวรรณกรรมข้างต้น โดยเขาให้ความเห็นว่าบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมคือกลยุทธ์ (Strategy) ที่บุคคลแต่ละลักษณะใช้เอาตัวรอดหรือปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ และเมื่อใช้กลยุทธ์เหล่านี้จนเคยชินแล้วได้รับผลที่พึงพอใจจึงทำให้กลายเป็นบุคลิกภาพหลักประจำตัว ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2.11

ตารางที่ 2.11 กลยุทธ์ของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมทั้ง 9 ลักษณะ

บุคลิกภาพ	กลยุทธ์ที่ใช้ในการเอาตัวรอด
ลักษณะ 1	สร้างความสมบูรณ์แบบ : ทำสิ่งต่างๆให้ถูกต้อง ไม่ให้เกิดความผิดพลาด
ลักษณะ 2	สร้างความสัมพันธ์ที่ดี : ทำตัวให้เป็นที่ชื่นชอบและเป็นที่รัก
ลักษณะ 3	สร้างความโดดเด่น : ทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองมีความสามารถ
ลักษณะ 4	สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว : เป็นตัวของตัวเอง ไม่เลียนแบบใครเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับในความแตกต่างที่ไม่เหมือนใคร
ลักษณะ 5	สร้างความสันโดษ : ทำตัวให้เป็นอิสระ ลดความต้องการสิ่งต่างๆลง เพื่อให้อยู่ได้ด้วยตัวเองโดยไม่พึ่งพาใคร
ลักษณะ 6	สร้างความปลอดภัย : วางแผนป้องกันสิ่งที่เป็นอันตราย ทำตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือมีสังกัด
ลักษณะ 7	สร้างทางเลือก : เปิดตัวเองไปสู่สิ่งใหม่ๆหรือประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้นใหม่ๆ ไม่จนตรอกกับความทุกข์
ลักษณะ 8	สร้างอำนาจ : ทำตัวให้เข้มแข็ง เป็นผู้นำ แสดงความต้องการชัดเจน ตรงไปตรงมา
ลักษณะ 9	สร้างความสงบสุข : ทำตัวกลมกลืนไปกับผู้อื่น ไม่แสดงจุดยืนหรือความต้องการของตัวเอง หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง

2.1.7 เอ็นเนียแกรมกับการแสดงอารมณ์

เอ็นเนียแกรมเป็นเครื่องมือจำแนกประเภทของบุคลิกภาพโดยพิจารณาจากแรงจูงใจภายในของบุคคล ซึ่งนอกเหนือจากแบบแผน (Patterns) ของบุคลิกภาพในด้านความคิด ความรู้สึก และการแสดงออกแล้ว เอ็นเนียแกรมยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ทำให้บุคคลแต่ละลักษณะเกิดความเครียดหรือไม่พอใจ รวมถึงการแสดงออกทางอารมณ์เมื่อเครียดหรือกดดันอีกด้วย ดังที่ Daniels และ Price (2009) ระบุไว้ในตารางที่ 2.12

ตารางที่ 2.12 สิ่งที่ทำให้บุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะเครียดและวิธีการแสดงอารมณ์เมื่อเครียด

บุคลิกภาพ	สิ่งที่ทำให้เครียด	การแสดงอารมณ์เมื่อเครียด
ลักษณะ 1	ความไม่เป็นธรรม ความไม่รับผิดชอบ มีการทำสิ่งต่างๆผิดไปจากที่ควรเป็น การละเลยหรือไม่เคารพกฎ ถูกตำหนิอย่างไม่เป็นธรรม	หงุดหงิด ขุ่นเคืองใจ รำคาญใจ ดึงเครียด ตำหนิต่อว่าผู้อื่น
ลักษณะ 2	ไม่มีคนเห็นคุณค่าหรือไม่ได้รับการใส่ใจ รู้สึกถูกควบคุม การที่ความต้องการส่วนตัวของตนเองไม่ได้รับการตอบสนอง	ระเบิดอารมณ์รุนแรงออกมาทันที ร้องไห้ ทวงบุญคุณ ตำหนิหรือโทษผู้อื่น
ลักษณะ 3	อุปสรรคหรือสิ่งที่มาขัดขวางการบรรลุเป้าหมาย คนที่ไม่มีความสามารถ ความไม่มีประสิทธิภาพ	ใจร้อน หงุดหงิด รำคาญ อาจจะระเบิดอารมณ์โกรธเป็นบางครั้ง
ลักษณะ 4	คนที่ทำให้ผิดหวังหรือถอยห่างออกไป การหวนคำนึงถึงคนสำคัญในอดีต การถูกมองข้าม โดนปฏิเสธ การถูกเข้าใจผิด ความเสแสร้งไม่จริงใจ	แสดงอารมณ์รุนแรงเกรี้ยวกราด จมไปกับการรู้สึกด้านลบ ร้องไห้อย่างหนัก ซึมเศร้า
ลักษณะ 5	ถูกมองว่าผิดพลาดในข้อมูล โดนรุกร้าความเป็นส่วนตัว ต้องรบบรับอารมณ์ของผู้อื่น ไม่มีเวลาส่วนตัวที่จะทำเรื่องของตัวเอง	เก็บตัว ถอนตัว แยกตัวออกจากผู้อื่น ระเบิดอารมณ์โกรธช่วงสั้นๆ หรือตัดอารมณ์ไม่รู้สึกละไร
ลักษณะ 6	คนที่ไว้ใจไม่ได้ ถูกกดดันหรืออยู่ในสภาวะจนมุม การถูกเรียกร้องมากเกินไป ผู้มีอำนาจที่ไม่น่าเชื่อถือ คนที่ไม่ตอบสนองแบบที่ทำให้รู้สึกเชื่อใจ	ประหลาดประหลาด โทษคนอื่น ปกป้องตัวเอง ปฏิเสธไม่รับผิดชอบ

ตารางที่ 2.12 สิ่งที่ทำให้บุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะเครียดและวิธีการแสดงอารมณ์เมื่อเครียด (ต่อ)

บุคลิกภาพ	สิ่งที่ทำให้เครียด	การแสดงอารมณ์เมื่อเครียด
ลักษณะ 7	การถูกจำกัด ตีกรอบ บังคับให้ทำในสิ่งที่ไม่อยากทำ คนที่จมอยู่กับความเศร้าหรือด้านลบ อุปสรรค ปัญหาหรือความทุกข์ใจ	หาเหตุผลเพื่อหนีปัญหา โทษคนอื่น ใช้ความร่าเริงกลบเกลื่อนความทุกข์ใจ หงุดหงิดหรือโกรธเป็นพักๆ
ลักษณะ 8	การหลอกลวง คนทรยศ กฎเกณฑ์ที่ไม่เป็นธรรม คนที่แสดงความอ่อนแอ คนที่พยายามเข้ามาควบคุม	แสดงความโกรธเปิดเผยตรงไปตรงมา เผลอใจหน้า แก่แก้นคนที่ทำให้เจ็บ
ลักษณะ 9	ได้รับการปฏิบัติเหมือนไม่มี ความสำคัญ รู้สึกถูกควบคุมบังคับโดยคนอื่น ถูกบังคับให้ต้องตัดสินใจ ความขัดแย้งหรือการทะเลาะเบาะแว้ง	ดีใจเย็บ ต่อต้านอย่างสุภาพไม่ก้าวร้าว นานๆครั้งอาจจะระเบิดความโกรธหรือสิ่งที่เก็บกดไว้ออกมา

2.1.8 แนวทางการพัฒนาตนเองด้วยเอ็นเนียแกรม

องค์ความรู้เกี่ยวกับเอ็นเนียแกรมได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายทั้งในแวดวงการศึกษาและธุรกิจเพื่อที่ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาจิตใจทั้งในมิติชีวิตส่วนตัวและการทำงาน (Daniels, Saracino, Fraley, Christian, & Pardo, 2018) โปรแกรมฝึกอบรมเอ็นเนียแกรมช่วยพัฒนาสุขภาพจิตที่ดี ประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และการพัฒนาบุคลิกภาพของผู้เข้าร่วมอบรม (Daniels 2012; Gallant 2005; Lapid-Bogda 2010). แนวทางในการพัฒนาตนเองผ่านเอ็นเนียแกรมแสดงในตารางที่ 2.13 ดังนี้ (Daniels and Price, 2009)

ตารางที่ 2.13 แนวทางการพัฒนาตนเองของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะ

บุคลิกภาพ	เป้าหมายการพัฒนา	แนวทางในการพัฒนาตนเอง
ลักษณะ 1	เพื่อตระหนักว่าตนเองมีความสมบูรณ์ในแบบที่เป็นอยู่แล้ว คุณค่าของตนเองเป็นสิ่งที่อยู่ในตัวเราตั้งแต่เกิดมา	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับทัศนคติว่ามีวิธีการในการทำสิ่งที่ถูกต้องหลายวิธี ไม่ยึดติดกับแนวทางที่ถูกต้องของตนเองเท่านั้น - ฝึกยอมรับในความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองและผู้อื่น - หาเวลาเพื่อผ่อนคลายหรือทำกิจกรรมที่สนุกสนาน
ลักษณะ 2	เพื่อตระหนักว่าเราเป็นที่รักในแบบที่เราเป็น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับการทำเพื่อคนอื่นหรือทำประโยชน์ให้คนอื่น	<ul style="list-style-type: none"> - ตั้งใจความต้องการของตนเองและฝึกที่จะทำตามความต้องการของตนเอง - ฝึกขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น - ฝึกปฏิเสธผู้อื่น รักษาขอบเขตของตนเอง ไม่ช่วยเหลือคนอื่นจนตนเองเดือดร้อน
ลักษณะ 3	เพื่อตระหนักว่าเราเป็นที่รักในแบบที่เราเป็น ไม่ได้ขึ้นกับผลงานหรือความสำเร็จที่เราทำได้	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกถามและรับรู้ความรู้สึกหรือความต้องการที่แท้จริงของตัวเอง - ทำสิ่งต่างๆให้ช้าลง ลดความรีบร้อนในการบรรลุเป้าหมายให้สำเร็จ - รักษาสมดุลเรื่องการทำงานกับชีวิตส่วนตัว หรือความสัมพันธ์กับผู้อื่น
ลักษณะ 4	เพื่อตระหนักว่ามีคนรักเราในแบบที่เราเป็น ไม่ได้ขึ้นกับการมีเอกลักษณ์หรือความแตกต่าง และเราเองไม่ได้ขาดพร่องอะไร	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกมองหาด้านบวกหรือสิ่งดีๆในชีวิตตนเอง - ระวังการตอบโต้อย่างฉับพลัน รอให้อารมณ์รุนแรงคลี่คลายก่อน - ลดการหมกหมุ่นในตนเอง เข้าใจและช่วยเหลือผู้อื่นในแบบที่เขาเป็น

ตารางที่ 2.13 แนวทางการพัฒนาตนเองของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะ (ต่อ)

บุคลิกภาพ	เป้าหมายการพัฒนา	แนวทางในการพัฒนาตนเอง
ลักษณะ 5	เพื่อตระหนักว่าธรรมชาติมีทรัพยากรต่างๆในการใช้ชีวิตอย่างพอเพียง และการใช้ชีวิตอย่างเต็มที่ด้วยอารมณ์ความรู้สึกไม่ทำให้พลังชีวิตหมดไป	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกการสัมผัสอารมณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่ตัดอารมณ์ - ลงมือทำสิ่งต่างๆแม้จะยังมีข้อมูลไม่มากพอ - เปิดตัวเอง เข้าร่วมกิจกรรมสังคมหรือเข้าหาคนอื่นให้มากขึ้น
ลักษณะ 6	เพื่อตระหนักว่าตนเองมีศักยภาพเพียงพอที่จะดูแลและช่วยเหลือตัวเอง มีศรัทธาในศักยภาพของตัวเอง	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกยอมรับว่าความไม่แน่นอนเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งในชีวิต - ฝึกแยกแยะว่าความกังวลที่เกิดขึ้นมีโอกาสเกิดขึ้นจริงหรือเป็นความกังวลที่มากเกินไป - ลงมือทำสิ่งต่างๆแม้จะกลัวหรือกังวล
ลักษณะ 7	เพื่อตระหนักว่าความสุขที่แท้จริงอยู่ในปัจจุบัน และความทุกข์ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชีวิตเราสมบูรณ์	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกรู้ทันเวลาแสวงหาทางเลือกใหม่ๆที่เป็นผลจากการหนีจากความทุกข์ที่กำลังเผชิญ - ฝึกทำงานที่เริ่มต้นไวจนเสร็จโดยไม่เลิกกลางคัน - ฝึกใช้ชีวิตอยู่กับปัจจุบัน คิดถึงหรือคาดการณ์เรื่องอนาคตให้น้อยลง
ลักษณะ 8	เพื่อตระหนักถึงความใสบริสุทธิ์ภายในตนเองว่าตนเองสามารถรับมือกับสถานการณ์ต่างๆได้	<ul style="list-style-type: none"> - ลดความใจร้อน รับฟังคนอื่นมากขึ้นก่อนลงมือทำในเรื่องต่างๆ - ระมัดระวังการแสดงออกของตนเอง โดยเฉพาะการแสดงอารมณ์ที่อาจจะกระทบคนอื่น - ฝึกเปิดเผยด้านที่อ่อนโยนของตัวเองให้คนอื่นทราบมากขึ้น

ตารางที่ 2.13 แนวทางการพัฒนาตนเองของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะ (ต่อ)

บุคลิกภาพ	เป้าหมายการพัฒนา	แนวทางในการพัฒนาตนเอง
ลักษณะ 9	เพื่อตระหนักว่าเราทุกคนเป็นที่ยอมรับและมีคุณค่าในตัวเอง	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกรับรู้ความโกรธของตนเองและแสดงความรู้สึกให้ผู้อื่นรับทราบ - แสดงออกความคิดเห็น จุดยืนและความต้องการของตัวเองให้ผู้อื่นรู้ให้มากขึ้น - ฝึกเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง

2.1.9 จุดแข็งและจุดอ่อนของบุคลิกภาพ 9 ลักษณะตามแนวคิดเอ็นเนียแกรม

จากการค้นคว้าวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง มีผู้อธิบายจุดแข็งและจุดอ่อนของบุคลิกภาพทั้ง 9 แบบตามแนวคิดของเอ็นเนียแกรมไว้ดังแสดงในตารางที่ 2.14

ตารางที่ 2.14 รายละเอียดเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมทั้ง 9 ลักษณะ

บุคลิกภาพ	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	วรรณกรรม
ลักษณะ 1	<ul style="list-style-type: none"> - ยึดถือ อุดมคติ - มีเหตุมีผล - เป็นกลางทางอารมณ์ (ยึดถือหลักการ) 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง - หมกมุ่นทางความคิดมาก - ลงโทษผู้ที่กระทำผิด 	(Kale & Shrivastava, 2003)
	<ul style="list-style-type: none"> - ทำตัวเป็นแบบอย่าง - มุ่งเน้นคุณภาพ - เน้นความสมบูรณ์แบบ - เป็นระเบียบเรียบร้อย 	<ul style="list-style-type: none"> - วิพากษ์วิจารณ์ - โต้แย้งกลับเมื่อถูกตำหนิ - โกรธแต่ไม่รู้ตัว - เน้นรายละเอียดมากเกินไป 	(Lapid-Bogda, 2007)
	<ul style="list-style-type: none"> - มีระเบียบ มีหลักการ - ยึดมั่นในคุณธรรม - มีระเบียบวินัยในตัวเอง 	<ul style="list-style-type: none"> - เข้มงวด ไม่ยืดหยุ่น - ชอบวิพากษ์วิจารณ์ - จริงจังมากเกินไป 	(Tresidder & Loftus & Pollock, 2014)

ตารางที่ 2.14 รายละเอียดเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมทั้ง 9 ลักษณะ (ต่อ)

บุคลิกภาพ	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	วรรณกรรม
ลักษณะ 2	<ul style="list-style-type: none"> - ใฝ่ใจผู้อื่น ไม่เห็นแก่ตัว - เข้าใจความรู้สึกผู้อื่น - ใจกว้าง 	<ul style="list-style-type: none"> - ควบคุมบงการอยู่เบื้องหลัง - บีบบังคับผู้อื่น - รู้สึกตนเองตกเป็นเหยื่อ 	(Kale & Shrivastava, 2003)
	<ul style="list-style-type: none"> - มีมนุษยสัมพันธ์ดี - เห็นอกเห็นใจผู้อื่น - มีน้ำใจ ช่วยเหลือ - เป็นที่ชื่นชอบ - เข้าใจความต้องการผู้อื่น 	<ul style="list-style-type: none"> - อ้อมค้อม - ไม่กล้าปฏิเสธ - ไม่รู้ความต้องการตัวเอง - ทำเพื่อคนอื่นมากเกินไป - โกรธเมื่อคนอื่นไม่เห็นคุณค่าสิ่งที่ทำให้ 	(Lapid-Bogda, 2007)
	<ul style="list-style-type: none"> - ชอบช่วยเหลือ - ใจดี มีเมตตา - เห็นอกเห็นใจผู้อื่น 	<ul style="list-style-type: none"> - ประจบ สอพลอ - แสดงความเป็นเจ้าของ - ไม่ตรงไปตรงมา อ้อมค้อม 	(Tresidder & Loftus & Pollock, 2014)
ลักษณะ 3	<ul style="list-style-type: none"> - มุ่งมั่นกำกับตนเอง - ปรับตัวเก่ง - ทะเยอทะยาน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความคิดฉวยโอกาส - ลอกเลียนแบบ - มีหลายบทบาทจนอาจกลายเป็นหลอกลวงผู้อื่น 	(Kale & Shrivastava, 2003)
	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นความสำเร็จ - พลังล้นเหลือ - อ่านใจคนอื่นได้ดี - ชอบเอาชนะปัญหา - มีความมั่นใจในตัวเอง 	<ul style="list-style-type: none"> - ชอบแข่งขันมากเกินไป - ไม่ตรงไปตรงมา - หักโหมทำงานหนัก - ซ่อนความรู้สึกเล็กๆเอาไว้ 	(Lapid-Bogda, 2007)

ตารางที่ 2.14 รายละเอียดเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมทั้ง 9 ลักษณะ (ต่อ)

บุคลิกภาพ	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	วรรณกรรม
ลักษณะ 3	<ul style="list-style-type: none"> - มุ่งมั่นเป้าหมาย - ผลักดันตัวเอง - เน้นประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - ทำงานหนักเกินไป - ไม่ตรงไปตรงมา - หลงตัวเอง 	(Tresidder & Loftus & Pollock, 2014)
ลักษณะ 4	<ul style="list-style-type: none"> - มีความคิดสร้างสรรค์ - รับรู้ความรู้สึกได้ไว - มีเอกลักษณ์ มีความเป็นปัจเจก 	<ul style="list-style-type: none"> - มีปัญหาการยับยั้งชั่งใจ - จมอยู่กับความรู้สึกทุกข์ทรมานตนเอง - มีพฤติกรรมที่ทำร้ายตัวเอง 	(Kale & Shrivastava, 2003)
	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างความสัมพันธ์ที่มีความหมาย - สร้างแรงบันดาลใจ - มีความคิดสร้างสรรค์ - คิดใคร่ครวญเกี่ยวกับตัวเอง - มีสัมผัสรับรู้ได้ไว 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความรู้สึกรุนแรง - หมกมุ่นกับตัวเอง - ชอบรู้สึกผิด โทษตัวเอง - อารมณ์เสื่อง่าย - ไม่ค่อยยอมรับคำวิจารณ์ 	(Lapid-Bogda, 2007)
	<ul style="list-style-type: none"> - มีความคิดสร้างสรรค์ - มีสัมผัสรับรู้ได้ไว - มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 	<ul style="list-style-type: none"> - แสดงออกอารมณ์รุนแรง - จี้โมโห อารมณ์เสื่อง่าย - จี้จิกฉา 	(Tresidder & Loftus & Pollock, 2014)
ลักษณะ 5	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าใจสิ่งต่างๆอย่างดี - มีความรู้ความชำนาญ - เชื่อมโยงความรู้ต่างๆเข้าด้วยกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิเสธผู้อื่น - ยึดมั่นในความคิดที่ผิด - ควบคุมความคิดตนเองไม่ได้ ความคิดยุ่งเหยิง 	(Kale & Shrivastava, 2003)

ตารางที่ 2.14 รายละเอียดเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมทั้ง 9 ลักษณะ (ต่อ)

บุคลิกภาพ	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	วรรณกรรม
ลักษณะ 5	<ul style="list-style-type: none"> - คิดวิเคราะห์ - ไม่ใช่ความรู้สึกส่วนตัว - คิดเป็นระบบ - วางแผนละเอียดถี่ถ้วน - เชี่ยวชาญเรื่องที่น่าสนใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - แยกตัวจากผู้อื่น - ห่างเหิน - ทำตัวอิสระมากเกินไป - ไม่แบ่งปันข้อมูล - ไม่ใส่ใจกับความสัมพันธ์ 	(Lapid-Bogda, 2007)
	<ul style="list-style-type: none"> - รักการเรียนรู้ - เป็นกลางทางอารมณ์ - คิดวิเคราะห์ เป็นระบบ 	<ul style="list-style-type: none"> - แยกตัว สันโดษ - สื่อสารน้อย ไม่แชร์ข้อมูล - ย่อหยิ่งในความรู้ของตนเอง 	(Tresidder & Loftus & Pollock, 2014)
ลักษณะ 6	<ul style="list-style-type: none"> - ขึ้นกรานหนักแน่น - มีส่วนร่วม ผูกพันกับทีมหรือองค์กร - ให้ความร่วมมือที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - มองตัวเองด้อยค่า - แสดงปฏิกิริยาตอบโต้มากเกินไปจนจริง - ชอบพาตัวเองเข้าไปอยู่กับปัญหา/อันตราย 	(Kale & Shrivastava, 2003)
	<ul style="list-style-type: none"> - จงรักภักดีต่อบริษัท - รับผิดชอบต่อหน้าที่ - ให้ความร่วมมือกับทีม - มุมมานะ พยายาม - วางแผนป้องกันปัญหา 	<ul style="list-style-type: none"> - ระวังมากเกินไป - วิตกกังวล - คิดมากจนไม่กล้าลงมือทำ - ชอบทักท้วงเอาว่าคนอื่นจะคิดอย่างไร - มีประเด็นกับผู้มีอำนาจ 	(Lapid-Bogda, 2007)

ตารางที่ 2.14 รายละเอียดเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมทั้ง 9 ลักษณะ (ต่อ)

บุคลิกภาพ	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	วรรณกรรม
ลักษณะ 6	<ul style="list-style-type: none"> - จริงใจ จงรักภักดี - ระมัดระวัง รอบคอบ - เป็นสมาชิกทีมที่ดี ให้ความร่วมมือ 	<ul style="list-style-type: none"> - ขี้สงสัย ระแวงเกินเหตุ - ลังเล ไม่มั่นใจในตัวเอง - คิดเยอะ ไม่กล้าตัดสินใจหรือลงมือทำ 	(Tresidder & Loftus & Pollock, 2014)
ลักษณะ 7	<ul style="list-style-type: none"> - มีสำนึกขอบคุณ - กระตือรือร้น - เน้นประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว 	<ul style="list-style-type: none"> - สุรุษสุร้าย - หุนหันพลันแล่น - ตะกละ 	(Kale & Shrivastava, 2003)
	<ul style="list-style-type: none"> - มีความคิดสร้างสรรค์ - กระตือรือร้น - สนใจใคร่รู้ - สามารถทำงานหลายอย่างพร้อมกันได้ - ร่าเริง แจ่มใส 	<ul style="list-style-type: none"> - หุนหันพลันแล่น - ขาดสมาธิ - หลีกเลี่ยงเรื่องที่ทำให้ลำบากใจ - หาเหตุผลมาอธิบายให้ดูดี - ไม่ชอบทำอะไรซ้ำเดิม 	(Lapid-Bogda, 2007)
	<ul style="list-style-type: none"> - มองโลกในแง่บวก - พลังงานสูง กระตือรือร้น - เปิดรับสิ่งใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่จดจ่อ สมาธิสั้น - หุนหันพลันแล่น - หมกมุ่นกับสิ่งที่ชอบมากเกินไป 	(Tresidder & Loftus & Pollock, 2014)
ลักษณะ 8	<ul style="list-style-type: none"> - มีความสามารถในการควบคุมตนเอง - มีความมั่นใจในตัวเอง - โน้มน้ำหนัก มีอิทธิพล 	<ul style="list-style-type: none"> - โหดร้าย - ไม่ยั้งคิด บุ่มบ่าม - มีพฤติกรรมทำลายล้างหรือสร้างความเสียหาย 	(Kale & Shrivastava, 2003)

ตารางที่ 2.14 รายละเอียดเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมทั้ง 9 ลักษณะ (ต่อ)

บุคลิกภาพ	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	วรรณกรรม
ลักษณะ 8	<ul style="list-style-type: none"> - ตรงไปตรงมา - มั่นใจในตนเอง - มีชั้นเชิงกลยุทธ์ - ปกป้องคุ้มครองผู้อื่น - ช่วยให้คนอื่นประสบความสำเร็จ 	<ul style="list-style-type: none"> - ชอบควบคุมผู้อื่น - คาดหวังในตัวเองและคนอื่นสูงเกินไป - ไร้ความเชื่อใจ - ใจร้อน คิดเร็วทำเร็ว - ไม่ชอบความอ่อนแอ 	(Lapid-Bogda, 2007)
	<ul style="list-style-type: none"> - กล้าหาญ - ปกป้องคนที่อ่อนแอ - เด็ดขาด ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - ควบคุม บงการผู้อื่น - ก้าวร้าว รุนแรง - ความอดทนต่ำ ใจร้อน 	(Tresidder & Loftus & Pollock, 2014)
ลักษณะ 9	<ul style="list-style-type: none"> - รักอิสระ ดูแลตัวเองได้ - ไม่ก้าวร้าว - สนับสนุนผู้อื่น 	<ul style="list-style-type: none"> - ละเลย ไม่ใส่ใจตัวเอง - แยกตัวออกห่าง - ละทิ้งความเป็นตัวเองไป 	(Kale & Shrivastava, 2003)
	<ul style="list-style-type: none"> - ประนีประนอม - ง่ายๆสบายๆ - คำนึงถึงผู้อื่น - มีความอดทนสูง - สนับสนุนผู้อื่น 	<ul style="list-style-type: none"> - หลีกเลียงความขัดแย้ง - ไม่ปกป้องสิทธิตัวเอง - ผัดวันประกันพรุ่ง - ไม่ตัดสินใจให้เฉียบขาด - ไม่ค่อยแสดงพลัง 	(Lapid-Bogda, 2007)
	<ul style="list-style-type: none"> - ง่ายๆ สบายๆ - เป็นผู้ฟังที่ดี - เป็นผู้ประสานไมตรีที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่เด็ดขาดในการตัดสินใจ - ผัดวันประกันพรุ่ง - พลังงานน้อย ไม่แสดงพลัง 	(Tresidder & Loftus & Pollock, 2014)

2.1.10 การประยุกต์ใช้เอ็นเนียแกรมในการพัฒนาบุคลากรและองค์กร

ในปัจจุบันเอ็นเนียแกรมได้ถูกขยายขอบเขตการใช้งานไปสู่การพัฒนาบุคลากรและการพัฒนาองค์กร (Organizational Development) โดยเอ็นเนียแกรมถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อส่งเสริมการทำงานเป็นทีม สร้างความสัมพันธ์และบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน (Bland 2010; Colina 1998; Kale and Shrivastava 2003; Ormond 2007) การศึกษาของ Sutton และ Williams (2015) ที่จัดโปรแกรมการพัฒนาพนักงานในองค์กรด้วยเอ็นเนียแกรมเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้ภายในตนเอง โดยทำการศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับพนักงานที่เข้าโปรแกรมเอ็นเนียแกรมในระยะเวลา 2.5 เดือนพบว่าภายหลังโปรแกรมฝึกอบรมเอ็นเนียแกรม พนักงานรายงานว่ามีความพึงพอใจในการทำงานมากขึ้น รู้จักเข้าใจตนเองมากขึ้น มีความมั่นใจในตัวเองมากขึ้นภายหลังการได้ยอมรับตัวเอง และที่สำคัญพบว่าความสัมพันธ์ การสื่อสารและประสิทธิภาพในการทำงานเป็นทีมกับผู้อื่นเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น

ในด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล Sharp (1994) พบว่าการรู้บุคลิกภาพเอ็นเนียแกรม 9 ลักษณะช่วยในการทำนายความถนัดและความสนใจด้านอาชีพ (Vocational Preference) ของบุคคลได้ สอดคล้องกับ Sutton และคณะ (2007) ที่พบว่าบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมสามารถช่วยให้เข้าใจทัศนคติในการทำงานและความสนใจในประเภทของงานได้ ส่วน Hebenstreit (2003) แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้เอ็นเนียแกรมในการทำความเข้าใจแรงจูงใจที่แตกต่างกันของพนักงานที่มีบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมลักษณะต่างๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในด้านการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน (Recruiting) ให้ตรงกับบริบทวัฒนธรรมองค์กร และใช้ประโยชน์ในการสร้างแรงจูงใจเพื่อรักษาพนักงาน (Retention) เพื่อให้อยู่กับองค์กรยาวนานมากขึ้น

การศึกษาของ Enneagram in Business Network (2011, อ้างถึงใน Raitamäki, 2012) ที่รวบรวมผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นใน 72 องค์กรที่นำเอาเอ็นเนียแกรมไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาองค์กร (Organizational Development) โดยมีระยะเวลาการใช้งานตั้งแต่ 18 เดือนจนถึง 12 ปี รายงานว่าเอ็นเนียแกรมมีประโยชน์ในการพัฒนาสมรรถนะของพนักงานทั้งสมรรถนะภายในบุคคล (Intra-personal Competence) และสมรรถนะระหว่างบุคคล (Inter-personal Competence) โดยขอบเขตที่มีการประยุกต์ใช้เอ็นเนียแกรมมากที่สุด ได้แก่ การพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ การสื่อสาร การให้ฟีดแบ็ค การทำงานเป็นทีม การตัดสินใจ การเจรจาต่อรอง การโค้ชและการพัฒนาภาวะผู้นำ เป็นต้น โดยในการศึกษาดังกล่าวพบว่าผลกระทบหรือความสำเร็จที่จับต้องได้จะเกิดขึ้นกับองค์กรที่มีความมุ่งมั่นที่จะใช้งานเอ็นเนียแกรมกับพนักงานในระยะเวลามากกว่า 6 เดือน อีกทั้งผลกระทบในระยะยาวด้านสุขภาวะจิตใจของพนักงานและผลประกอบการขององค์กรจะดีขึ้นเมื่อระยะเวลาในการใช้งานผ่านไปแล้วมากกว่าหนึ่งปี

เอ็นเนียแกรมยังมีประโยชน์ในการพัฒนาทักษะความสามารถด้านผู้นำอีกด้วย (Lapid-Bogda, 2009) ขณะที่ Ball (2009) พบว่าเอ็นเนียแกรมมีประโยชน์ในการพัฒนาทักษะด้านการแก้ปัญหาของพยาบาลโดยเฉพาะเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาจากเพื่อนร่วมงานต่างวิชาชีพ ขณะเดียวกัน Ormond (2007) พบว่าการฝึกอบรมเอ็นเนียแกรมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลลัพธ์ในการทำเป็นงานเป็นทีม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำงานของทีมขนาดเล็กที่มีจำนวนสมาชิกไม่เกินแปดคน

2.2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะความฉลาดทางอารมณ์

2.2.1 ความเป็นมาของความฉลาดทางอารมณ์

ความฉลาดทางอารมณ์ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการครั้งแรกเมื่อปีค.ศ. 1990 โดย Peter Salovey และ Jack Mayer ซึ่งเป็นศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาอยู่ที่ University of New Hampshire (Freedman, 2010, p.7) โดยทั้งสองท่านได้ทำการศึกษาต่อยอดแนวคิดเรื่องความฉลาดทางสังคม (Social Intelligence) ที่ถูกกล่าวถึงครั้งแรกในปี 1920 โดย Edward Thorndike ว่าเป็น “ความสามารถในการรับรู้สภาวะภายใน แรงจูงใจและพฤติกรรมของตนเองและผู้อื่น รวมไปถึงสามารถตอบสนองต่อข้อมูลเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสม” (Mayer & Salovey, 1990) ซึ่งนิยามของความฉลาดทางสังคมมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแนวคิดและหลักการของความฉลาดทางอารมณ์ (Alston, 2009, p.13)

สิ่งที่กระตุ้นความสนใจให้มีการศึกษาเรื่องความสามารถที่ไม่ใช่ความฉลาดทางสติปัญญา เกิดจากบทความหนึ่งที่เขียนโดยศาสตราจารย์ David McClelland จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดในปี ค.ศ. 1973 (1973, อ้างถึงใน ทิพย์ประภา พิศาลกิตติคุณ, 2558, น.26) บทความดังกล่าวมีชื่อว่า Testing for competence rather than intelligence ซึ่งภายในบทความนี้ได้กล่าวถึงข้อจำกัดและความผิดพลาดที่เกิดจากระบบการวัดความสามารถผู้เรียนของสถานศึกษาที่ใช้แบบทดสอบเชาวน์ปัญญา (I.Q.) และแบบทดสอบความถนัด (Aptitude test) โดย McClelland วิพากษ์วิจารณ์ว่าการวัดผลด้วยความฉลาดทางสติปัญญาไม่ได้ช่วยทำนายความสำเร็จในการดำรงชีวิตหรือการทำงาน โดยเขาเสนอว่าสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการวัดสมรรถนะด้านต่างๆที่สำคัญในการดำรงชีวิต เช่น ทักษะการสื่อสาร ความอดทน การตั้งเป้าหมาย ความสามารถในการพัฒนาตนเอง เป็นต้น (McClelland, 1973)

ภายหลังจาก Salovey and Mayer ได้เสนอแนวคิดเรื่องความฉลาดทางอารมณ์เป็นครั้งแรกในปี 1990 นักข่าวสายวิทยาศาสตร์จากหนังสือพิมพ์ New York Times ที่ชื่อ Daniel Goleman

ได้ทำการสานต่อการศึกษาแนวคิดนี้อย่างจริงจัง (กรมสุขภาพจิต, 2543) โดยในปีค.ศ. 1995 Daniel Goleman ได้ตีพิมพ์หนังสือชื่อว่า Emotional Intelligence : why it can matter more than IQ (1995) ซึ่งทำให้แนวคิดเรื่องความฉลาดทางอารมณ์กลายเป็นเรื่องที่ได้รับการถูกกล่าวถึงและทำการศึกษาอย่างกว้างขวาง (Harms & Credé, 2010)

2.2.2 ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์

อารมณ์ หรือ Emotions มาจากรากศัพท์ของภาษาละตินว่า Motere ซึ่งแปลว่า เคลื่อนไหวและเติมคำนำหน้า E- ซึ่งหมายถึงการเคลื่อนที่ออกจากหรือออกไป แสดงให้เห็นว่า อารมณ์มีคุณสมบัติในการกระตุ้นให้เกิดการกระทำหรือการแสดงออก (Goleman, 1995) อารมณ์เป็นการตอบสนองที่มีระบบอยู่ภายใต้ระบบการทำงานส่วนย่อยอันหนึ่งของจิตใจ โดยเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอกหรือภายใน ที่มีผลกระทบด้านบวกหรือด้านลบต่อสิ่งมีชีวิต (Mayer & Salovey, 1990) อารมณ์เป็นคุณสมบัติที่วิวัฒนาการขึ้นในสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมเพื่อเป็นสัญญาณในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม โดยแต่ละอารมณ์ส่งผลให้เกิดการตอบสนองทางพฤติกรรมที่หลากหลาย (Mayer & Salovey & Caruso & Cherkasskiy, 2011)

ความฉลาดทางอารมณ์มาจากภาษาอังกฤษคำว่า Emotional Quotient หรือ Emotional Intelligence (EI) โดยในภาษาไทยมีผู้แปลเป็นคำอื่นอีก อาทิเช่น เซวน์อารมณ์ ปัญญาอารมณ์ สติอารมณ์ ปรีชาเชิงอารมณ์ อัจฉริยะทางอารมณ์ เป็นต้น ขณะเดียวกันจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องยังพบคำอื่นๆในภาษาอังกฤษที่มีความหมายใกล้เคียงกับ Emotional Intelligence ได้แก่

1. Social Intelligence (Thorndike, 1920) ซึ่งหมายถึงความสามารถในการจัดการผู้คนและความสัมพันธ์ได้อย่างชาญฉลาด
2. Emotional Maturity (Abrahamson, 1958) หรือวุฒิภาวะทางอารมณ์ ซึ่งหมายถึงความเข้าใจสภาวะอารมณ์ของตนเอง ซึ่งจะนำไปสู่การมีสุขภาพจิตที่ดี
3. Tacit Knowledge (Polanyi, 1958) หมายถึงการเรียนรู้อย่างเงียบๆ ไม่พูดออกมา รู้ได้โดยพินิจซึ่งเป็นผลมาจากการคิดใคร่ครวญสิ่งที่ได้เรียนรู้
4. Emotional Capital (Nowotny, 1981) หมายถึงความรู้ ความใกล้ชิดสัมพันธ์และความสามารถในการเข้าถึงทักษะที่มีคุณค่าด้านอารมณ์ โดย Froyum (2010) ขยายความนิยามนี้ต่อไปอีกว่าคือทรัพยากรที่เป็นความสามารถในการบริหารจัดการอารมณ์และเปลี่ยนให้เกิดประโยชน์ในปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
5. Personal Intelligence (Gardner, 1983) ซึ่ง Gardner ได้กล่าวถึงทฤษฎีพหุปัญญา (Multiple Intelligence) โดยเขาได้ทำการแบ่ง Personal Intelligence ออกเป็น 2 ส่วน คือ

ความสามารถในการเข้าใจสภาวะอารมณ์ของตนเองที่เรียกว่า Personal Intelligence และความสามารถในการเข้าใจความแตกต่างของผู้อื่น แสดงออกต่อกันได้อย่างเหมาะสม (Interpersonal Intelligence)

6. Implicit Learning (Sager, 1994) หมายถึงการซึมซับข้อมูลอันซับซ้อน โดยผู้เรียนไม่จำเป็นต้องแสดงออกมาผ่านภาษา แต่รับรู้ เข้าใจและจดจำได้

7. Emotional Learning (Damasio, 1994) เป็นการเรียนรู้ด้านอารมณ์และความรู้สึกของบุคคลเพื่อให้เข้าใจอารมณ์ ไม่ขาดสติทำตามอารมณ์ชั่ววูบจนทำสิ่งที่เสียใจในภายหลัง

8. Meta-mood Experience (Mayer, Salovey, Goleman, Turvey, & Palfai, 1995) หมายถึงกระบวนการแสดงออกอย่างต่อเนื่องของอารมณ์ในบุคคล รวมไปถึงการรู้เท่าทันความคิด อารมณ์ และสามารถติดตามประเมินอารมณ์ของตนเองได้

9. Emotional Literacy (Cooper & Sawaf, 1996) หมายถึงความฉลาดในอารมณ์ของตนเอง สามารถบอกเล่าความคิด ความรู้สึกได้ตรงตามจริง และสามารถรู้เท่าทันอารมณ์และผลของอารมณ์ตนเอง

10. Practical Intelligence (Sternberg, 1996) หมายถึงความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมต่างๆ สามารถเป็นได้ทั้งผู้ให้และผู้รับ เรียนรู้ได้ด้วยตนเองและมุ่งมั่น ไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

11. Emotional Competence (Goleman, 1998) คือสมรรถนะทางอารมณ์ที่ประกอบด้วยความสามารถในการตระหนักรู้ภายในตนเอง บริหารจัดการตนเอง มีแรงจูงใจในตนเอง เข้าอกเข้าใจผู้อื่นและทักษะทางสังคม

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้คำว่าความฉลาดทางอารมณ์ หรือ Emotional Intelligence โดยจากการค้นคว้าวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง มีผู้ให้ความหมายของคำว่าความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) ไว้หลายท่าน ดังนี้

Mayer and Salovey (1990) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ว่าเป็นความสามารถในการ สังเกตการณ์อารมณ์ของตนเองและผู้อื่น แยกแยะอารมณ์เหล่านั้น และสามารถใช้อ้อมมูลนั้นเพื่อให้แนวทางในการคิดและการลงมือทำ

Goleman (1995) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ว่าเป็นความสามารถในกระตุ้นใจตัวเอง ยืนหยัดในสถานการณ์ที่ไม่พอใจ ควบคุมการตอบสนอง อดทนรอต่อความเพิดเพลินใจ ควบคุมอารมณ์ของตนเองและไม่ทำให้อารมณ์เชิงลบมา มีผลกระทบต่อความคิดของตัวเอง ความเข้าอกเข้าใจคนอื่นและการมีความหวัง

Bar-on (1997, อ้างถึงใน Dhani & Sharma, 2016, p.194) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์เอาไว้ในนิยามนิพนธ์ระดับปริญญาเอกของเขาโดยใช้คำว่า “Emotional Quotient ; EQ” ซึ่งอธิบายว่าคือกลุ่มของความสามารถที่ไม่ใช่ความฉลาดทางสติปัญญา (Non-cognitive capabilities) ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของบุคคลในการจัดการกับความต้อองการและความกดดันจากสภาพแวดล้อม

ต่อมาในปีค.ศ. 1997 Mayer and Salovey ได้ปรับปรุงและเพิ่มเติมความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ว่าคือความสามารถในการรับรู้อารมณ์ ความสามารถในการเข้าถึงและสร้างความรู้สึกที่ดีที่ส่งเสริมความคิด ความสามารถในการเข้าใจอารมณ์ที่ซับซ้อนและมีความรู้เกี่ยวกับปฏิกิริยาการเปลี่ยนแปลงอารมณ์ รวมไปถึงความสามารถในการคิดใคร่ครวญและควบคุมความรู้สึกเพื่อส่งเสริมการเติบโตทางด้านอารมณ์และสติปัญญา (Mayer & Salovey & Caruso, 2001)

Cooper and Sawaf (1997) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ว่าเป็นความสามารถในการรับรู้ เข้าใจและประยุกต์ใช้พลังงานด้านอารมณ์ของตนเพื่อโน้มน้าวจิตใจและสร้างสัมพันธกับผู้อื่น

Weisinger (1998) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ว่าคือความสามารถในการใช้อารมณ์อย่างชาญฉลาด โดยจงใจใช้อารมณ์ของตนเองให้ช่วยเหลือหรือทำประโยชน์ให้ตนเอง โดยสามารถใช้อารมณ์นำพฤติกรรมและความคิดของตนเองไปในทางที่จะส่งเสริมผลลัพธ์ของตนเอง

6seconds Emotional Intelligence Network องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ในสหรัฐอเมริกาที่มุ่งเน้นทำวิจัยและพัฒนาเครื่องมือเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ให้กับองค์กร สถานศึกษาและสถาบันครอบครัวได้ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ว่าคือความฉลาดในเรื่องความรู้สึก (Freedman, 2010)

กรมสุขภาพจิต (2543) ได้ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ว่าคือความสามารถทางอารมณ์ที่จะช่วยให้การดำเนินชีวิตเป็นไปอย่างสร้างสรรค์และมีความสุข

Richard Boyatzis, Daniel Goleman และ Korn Ferry Hay Group ได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาแบบประเมินทางจิตวิทยา (Psychometric Assessment) เพื่อวัดความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลโดยต่อยอดแนวคิดของ Daniel Goleman (1998) โดยใช้ชื่อแบบประเมินดังกล่าวว่า Emotional and Social Competency Inventory (ESCI) ซึ่งได้ให้ความหมายของความฉลาดทาง อารมณ์และสังคมเอาไว้ว่าคือความสามารถในการรับรู้อารมณ์ของตนเองและผู้อื่น ความสามารถในการปลุกดันใจตนเองและผู้อื่น รวมไปถึงความสามารถในการบริหารจัดการอารมณ์ตนเองและผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ (Korn Ferry, 2017)

2.2.3 ความสำคัญและประโยชน์ของความฉลาดทางอารมณ์

จากการค้นคว้าวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่าความฉลาดทางอารมณ์มีความสำคัญและประโยชน์โดยเฉพาะในบริบทของการทำงานในองค์กรด้านต่างๆดังนี้

2.2.3.1 ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee Performance)

ในหนังสือ Working with Emotional Intelligence กล่าวว่ามากกว่า 80% ของสมรรถนะที่จำแนกพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานสูงออกจากพนักงานทั่วไปอยู่ในกลุ่มของสมรรถนะด้านความฉลาดทางอารมณ์ (Goleman, 1998) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของบริษัท Johnson and Johnson ที่ทำการศึกษากับผู้ผู้นำ 358 คนทั่วโลก พบว่าผู้จัดการที่อยู่ในกลุ่มประสิทธิภาพการทำงานสูงสุด (Highest Performing Managers) มีทักษะความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่าผู้จัดการกลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้สรุปได้ว่าความฉลาดทางอารมณ์เป็นทักษะที่จำแนกผู้นำที่ประสบความสำเร็จในการทำงานกับผู้ผู้นำทั่วไป (Cavallo, 2002) ส่วนการศึกษาของ Beeki (2004) พบว่าความฉลาดทางอารมณ์ส่งผลต่อความสำเร็จและผลการปฏิบัติงาน (Job Performance) ของที่ปรึกษาทางการเงินในบริษัทเอกชน ในขณะที่การศึกษาของ Fiedeldej-Van Dijk and Freedman (2007) ที่ศึกษาระดับของความฉลาดทางอารมณ์กับระดับขั้นของการเป็นผู้นำของพนักงานจำนวน 3,305 คน พบว่าผู้นำที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงคิดเป็นจำนวนส่วนใหญ่ของผู้นำระดับบริหาร (Managerial Level)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้สรุปได้ว่าความฉลาดทางอารมณ์เป็นทักษะที่ช่วยส่งเสริมให้บุคคลประสบความสำเร็จในการทำงานและสามารถเติบโตก้าวหน้าในหน้าที่การงานเป็นผู้ผู้นำที่ประสบความสำเร็จได้

2.2.3.2 ผลประกอบการทางการเงิน (Financial Performance)

Bar-on and Orme (2003) พบว่าผู้จัดการร้านอาหารที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่าส่งผลให้กำไรประจำปีเพิ่มสูงขึ้น 34% นอกจากนี้ยังเพิ่มอัตราความพึงพอใจของลูกค้า และเพิ่มอัตราการรักษาพนักงานของบริษัทอีกด้วย ขณะเดียวกันบริษัท Sanofi-Aventis ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์กับผู้แทนผลิตภัณฑ์ยา โดยพบว่าผู้แทนผลิตภัณฑ์ยาที่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับความฉลาดทางอารมณ์และมีความฉลาดทางอารมณ์เพิ่มขึ้น 18% สามารถทำยอดขายเฉลี่ยได้สูงกว่าพนักงานในกลุ่มที่ไม่ได้รับการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ถึง 12% ซึ่งคำนวณออกมาเป็นอัตราผลตอบแทนเพิ่มขึ้น 6 เหรียญดอลลาร์สหรัฐต่อเงินลงทุน 1 เหรียญดอลลาร์สหรัฐสำหรับการฝึกอบรม (Jennings & Palmer, 2007) ตรงกับผลการศึกษาของ Derman (1999) ที่รายงานว่าองค์กรที่ทีมผู้บริหาร (Management Team) มีระดับความฉลาดทางอารมณ์สูงจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Business Success) มากกว่าอย่างมีนัยสำคัญ

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้สรุปได้ว่าองค์กรที่พนักงานมีความฉลาดทางอารมณ์สามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานและมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าได้มีประสิทธิภาพสูงกว่า ส่งผลให้องค์กรนั้นสามารถสร้างผลประกอบการและความสำเร็จได้มากกว่า

2.2.3.3 ภาวะผู้นำ (Leadership)

ผู้นำส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่าความฉลาดทางอารมณ์เป็นสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับผู้นำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเข้าใจผู้อื่น การเป็นแรงบันดาลใจ การชี้แนะแนวทาง และความสามารถในการจัดการอารมณ์ของตนเองเป็นความสามารถที่สำคัญของคนที่เป็ผู้นำ (Parrish, 2013) การศึกษาเกี่ยวกับความฉลาดทางอารมณ์และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) พบว่าความฉลาดทางอารมณ์ของผู้นำมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคะแนนประเมินจากผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีต่อพฤติกรรมภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Bratton, Dodd, & Brown, 2011) อีกทั้งความฉลาดทางอารมณ์ยังสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) 3 อย่างได้แก่การโน้มน้าวจิตใจ (Idealized Influence) การสร้างแรงจูงใจ (Inspirational Motivation) และการพิจารณาถึงรายบุคคล (Individualized Consideration) (Barling, Slater, & Kelloway, 2000) นอกจากนี้การศึกษากับเจ้าหน้าที่ 261 คนของ the British Royal Navy ยังพบว่าความฉลาดทางอารมณ์คือสมรรถนะที่มีประสิทธิภาพดีกว่าในการคาดการณ์ผลการปฏิบัติงานโดยรวม (Overall Performance) และประสิทธิภาพการเป็นผู้นำ (Leadership Efficacy) เมื่อเทียบกับความฉลาดทางสติปัญญา (Intellectual) หรือความสามารถในการบริหาร (Managerial) (Dulewicz, Young, & Dulewicz, 2005 อ้างถึงใน Freedman, 2010)

ความฉลาดทางอารมณ์ที่สูงยังส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของสมรรถนะผู้นำที่สำคัญบางประการ อาทิเช่นการศึกษาของ Clarke (2010) พบว่าผู้จัดการโครงการ (Project Manager) ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงจะสามารถจัดการความขัดแย้งและทำงานเป็นทีมได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่าความฉลาดทางอารมณ์สัมพันธ์กับการคลี่คลายความขัดแย้งในรูปแบบที่ส่งเสริมการได้รับผลประโยชน์ตอบแทนทั้งสองฝ่าย ของพนักงานที่ทำงานด้านเทคโนโลยี 81 คนในประเทศอินเดีย (Godse & Thingujam, 2010) ขณะที่ Burbach (2004) ชี้ให้เห็นว่าความฉลาดทางอารมณ์มีผลต่อความสำเร็จของบุคคลในฐานะผู้นำ สอดคล้องกับที่ Cavins (2006) ที่พบว่าผู้นำกลุ่มที่มีผลการปฏิบัติงานสูง (Top performers) มีคะแนนความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่าผู้นำทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด ส่วนการศึกษาของ Malek (2000) แสดงให้เห็นว่าพนักงานและผู้จัดการที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงจะสามารถแก้ไขปัญหาความความขัดแย้งในองค์กรและทำให้เกิดความร่วมมือในการทำงานร่วมกันได้มากกว่า

จากข้อมูลที่กล่าวข้างต้นจะเห็นว่าความฉลาดทางอารมณ์มีความสัมพันธ์อย่างมากกับประสิทธิภาพของผู้นำ (Leadership Effectiveness) และเป็นทักษะสำคัญที่หากพนักงานหรือบุคคลใดสามารถแสดงออกได้อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยส่งผลให้สามารถบริหารทีมงานได้อย่างราบรื่นและสนับสนุนให้บุคคลนั้นมีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน สามารถเติบโตเป็นผู้นำในระดับที่สูงขึ้นได้

2.2.3.4 บรรยากาศการทำงานในองค์กร (Organizational Climate)

การศึกษาในธุรกิจผลิตภัณฑ์ประเทศอิหร่านพบว่าพนักงานมากกว่า 70% บอกว่าบรรยากาศในการทำงานภายในองค์กรเป็นผลมาจากอารมณ์และพฤติกรรมของผู้จัดการ โดยการศึกษาครั้งนี้ยืนยันว่าความฉลาดทางอารมณ์ของผู้จัดการมีความสัมพันธ์อย่างมากกับบรรยากาศในการทำงาน โดยเฉพาะทักษะการตระหนักรู้อารมณ์ตนเอง (Self-Awareness) และทักษะการตระหนักรู้อารมณ์ผู้อื่น (Social Awareness) พบว่ามีความเกี่ยวข้องกับบรรยากาศในการทำงานที่คืออย่างมาก (Momemi, 2009) ขณะที่ Davis (2003) พบว่าประสิทธิภาพของการทำงานมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการที่พนักงานมีพฤติกรรมเชิงบวกในการทำงาน (Positive Behaviors) และไม่มีพฤติกรรมความก้าวร้าว (Aggressive Behaviors)

สรุป จะเห็นได้ว่าความฉลาดทางอารมณ์ของพนักงานในองค์กรส่งผลอย่างมากต่อบรรยากาศและความสัมพันธ์ของบุคคลในที่ทำงาน โดยเฉพาะความฉลาดทางอารมณ์ของผู้นำที่มีผลต่อวัฒนธรรมและบรรยากาศการทำงานของทีมอย่างมาก ดังนั้นหากองค์กรใดสามารถส่งเสริมพัฒนาทักษะความฉลาดทางอารมณ์ให้กับผู้นำและพนักงานในองค์กรได้ จะช่วยส่งเสริมให้การทำงานประสบความสำเร็จ มีประสิทธิภาพและในขณะเดียวกันพนักงานก็มีความสุขในการทำงานอีกด้วย

2.2.4 ลักษณะของผู้มีความฉลาดทางอารมณ์

ท่ามกลางการพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้มนุษย์ต้องเผชิญกับความเครียดและการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การมีความฉลาดทางอารมณ์ที่ดีจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้บุคคลสามารถบริหารจัดการอารมณ์ของตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อช่วยให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งกับชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน (Alhashemi, 2015)

Hein (1999) กล่าวถึงลักษณะของผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงเอาไว้ดังนี้

1. ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงจะแสดงออกความรู้สึกที่แท้จริงของตนเองออกมาได้อย่างถูกต้องตรงไปตรงมา ไม่ถูกครอบงำโดยอิทธิพลของความรู้สึกเชิงลบ สามารถอ่านภาษาท่าทางในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ฟังพาตัวเองได้ มีความเป็นอิสระในการใช้เหตุผลทาง

จริยธรรม สร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นภายในตนเองได้ สามารถผ่อนคลายอารมณ์ให้เป็นปกติได้ มองโลกในแง่ดี ไม่ยอมแพ้กับอุปสรรค สนใจและให้ความสำคัญกับความรู้สึกของผู้อื่น กล้าแสดง ออกความรู้สึกและความคิดเห็นของตนเอง สามารถมองหาแง่มุมที่ดีจากสถานการณ์เชิงลบและสามารถแยกแยะสิ่งที่เป็นความคิดออกจากความรู้สึกได้

2. ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์ต่ำ จะแสดงให้เห็นถึงการไม่รับผิดชอบต่อความรู้สึกของตนเอง วิพากษ์วิจารณ์ตำหนิผู้อื่น มุ่งวิเคราะห์ผู้อื่นมากกว่าที่จะทำความเข้าใจอย่างแท้จริง แสดงความไม่ซื่อตรงเกี่ยวกับความคิดและความรู้สึก แสดงออกสะท้อนความรู้สึกของตนเองสูงหรือต่ำกว่าความจริง ทำเรื่องเล็กให้เป็นเรื่องใหญ่ ไม่ใส่ใจความรู้สึกนึกคิดของผู้อื่น พุดหรือสื่อสารโดยไม่คำนึงถึงจิตใจของผู้อื่น ยึดมั่นในความคิดเห็นของตนเอง เป็นผู้ฟังที่ไม่ดี พุดขัดจังหวะผู้อื่น ใช้ภูมิปัญญาของตนเองพุดวิพากษ์วิจารณ์ผู้อื่น สร้างภาพว่าตนเองฉลาดเหนือกว่าผู้อื่น และไม่สนใจว่าผู้อื่นจะมีมุมมองต่อตนเองอย่างไร

ทศพร ประเสริฐสุข (2542, 24) ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงไว้ดังนี้

1. สามารถจูงใจและให้กำลังใจตนเอง
2. สามารถเผชิญกับความคับข้องใจและแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างราบรื่น
3. สามารถควบคุมแรงกระตุ้นภายในตนเองได้ (Self-Control)
4. สามารถรอคอยที่จะตอบสนองความต้องการได้
5. มีวิธีการจัดการความเครียดที่ขัดขวางความคิดสร้างสรรค์ของตนเองได้อย่างดี
6. ควบคุมอารมณ์และบริหารจัดการอารมณ์ได้
7. มีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลรอบข้าง
8. เป็นผู้นำและสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุขทั้งที่บ้าน สถานศึกษา ที่

ทำงานและในสังคม

9. เป็นผู้มีสุขภาพจิตที่ดีและมีความสุข

ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ (2542, น. 16) กล่าวว่าบุคคลที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงจะมีลักษณะต่อไปนี้

1. รู้จักและเข้าใจความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น รู้จักข้อดีและข้อเสียของตนเอง สามารถควบคุม จัดการและแสดงอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม มีสติสามารถรับรู้และตระหนักได้ว่าขณะนี้กำลังทำอะไร รู้สึกอย่างไร ตลอดจนสามารถรับรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม
2. มีพลังใจ แรงบันดาลใจที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้บรรลุเป้าหมาย

3. สามารถอดทนต่อสภาพต่างๆที่เกิดขึ้น ตลอดจนสามารถเผชิญกับสถานการณ์ความเครียดได้อย่างเหมาะสม

4. มีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้อย่างเหมาะสม
5. สามารถควบคุมตนเองได้
6. มีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น
7. มีความสัมพันธ์ที่แสดงถึงความไว้วางใจผู้อื่น มีความจริงใจ ซื่อสัตย์
8. มีความกตริเริ่มสร้างสรรค์
9. มองโลกในแง่ดี

วิระวัฒน์ ปันนิตามัย (2542) กล่าวว่างานบางประเภทที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับผู้คนจำนวนมาก เป็นงานที่ไม่มีแนวทางขั้นตอนการปฏิบัติที่ชัดเจน ลักษณะงานไม่เป็นทางการหรือมีความยืดหยุ่นสูง อาทิเช่นประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ต้อนรับ เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม ผู้จัดการแผนกทรัพยากรบุคคล ครู/อาจารย์ แพทย์ พยาบาล เลขานุการ เป็นต้น ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงจะสามารถปฏิบัติงานเช่นนี้ได้อย่างมีความสุข แต่หากผู้ที่ปฏิบัติงานมีความฉลาดทางอารมณ์ต่ำจะรู้สึกหงุดหงิดบ่อย คับข้องใจและอาจจะมีปัญหาเกี่ยวกับผู้อื่นในการทำงานได้

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงคือผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวเองทั้งความคิด ความรู้สึกและแรงจูงใจของตนเอง นอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่มีจุดมุ่งหมายในชีวิต มองโลกในแง่ดี ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคปัญหาที่ผ่านเข้ามา รวมไปถึงสามารถบริหารจัดการอารมณ์ ความรู้สึก ความคิดและการกระทำเพื่อปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และความสัมพันธ์กับผู้อื่น ได้อย่างเหมาะสม

2.2.5 แนวทางการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์

ในอดีตความฉลาดทางสติปัญญา (Intellectual Quotient ; IQ) เคยถูกเชื่อว่าเป็นปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จในชีวิตของบุคคล จนกระทั่งการศึกษาต่อมาจำนวนมากพบว่าความฉลาดทางอารมณ์คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคคลสามารถประสบความสำเร็จและมีความสุขในการดำเนินชีวิต โดยความฉลาดทางอารมณ์เป็นทักษะที่สามารถเรียนรู้ ฝึกฝนและพัฒนาให้ดีขึ้นได้ (Freedman, 2010) บุคคลสำคัญในวงการการศึกษาเรื่องความฉลาดทางอารมณ์คือ Daniel Goleman (1995) ได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์เอาไว้ดังนี้

1. การตระหนักรู้ภายในตนเอง (Self-Awareness) ถือเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่สำคัญในการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ เพราะหากบุคคลสามารถรู้จักและเข้าใจอารมณ์ของตนเองได้แล้วย่อมสามารถบริหารจัดการอารมณ์ของตนเองให้เหมาะสมได้ต่อไป โดยปกติเมื่ออารมณ์ใดๆเกิดขึ้น

บุคคลจะมีโอกาสตกอยู่ใน 1 ใน 3 สถานะต่อไปนี้ คือสถานะที่ถูกครอบงำโดยอารมณ์นั้น สถานะที่
 ละและไม่สนใจอารมณ์นั้น และสถานะรู้เท่าทันอารมณ์ที่เกิดขึ้น โดยแนวทางในการพัฒนาความ
 ตระหนักรู้เท่าทันอารมณ์ของตนเองทำได้ดังนี้

1.1 ทบทวนอารมณ์ของตนเอง พิจารณาว่าตนเองเป็นคนที่มึลักษณะ
 อย่างไร ทบทวนลักษณะการแสดงอารมณ์ของตนเอง และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับตนเองและผู้อื่นว่า
 เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมอย่างไร โดยต้องแน่ใจว่าไม่มีอคติหรือเข้าข้างตนเอง

1.2 ฝึกสติและความรู้ตัว โดยรู้เท่าทันความรู้สึกที่กำลังเกิดขึ้นกับ
 ตัวเอง รับรู้ความรู้สึกสบายใจหรือไม่สบายใจที่เกิดขึ้น รวมไปถึงความคิดเห็นที่มีต่อความรู้สึกนั้น
 และเข้าใจว่าความรู้สึกนั้นส่งผลกระทบต่ออะไรต่อการแสดงออกของตนเอง

2. การบริหารจัดการอารมณ์ (Self-Management) คือความสามารถในการบริหาร
 จัดการอารมณ์ แสดงออกอารมณ์ทั้งดีและไม่ดีได้อย่างเหมาะสมกับบุคคล เวลา สถานที่และ
 สถานการณ์ โดยการบริหารจัดการอารมณ์ได้อย่างเหมาะสมขึ้นอยู่กับความสามารถในการไม่แสดงออก
 ทันที ควบคุมตนเอง สามารถอธิบายเหตุผลของการเกิดอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม โดยแนวทางการ
 พัฒนาการบริหารจัดการอารมณ์ทำได้ดังนี้

2.1 ฝึกทบทวนว่าได้ทำอะไรลงไปบ้างเพื่อตอบสนองอารมณ์ที่เกิดขึ้น
 และผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นอย่างไร

2.2 เตรียมการในการแสดงอารมณ์ว่าจะทำอะไรและจะไม่ทำอะไร

2.3 ฝึกรับรู้และมองสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นในด้านดี รับฟังสิ่งดีๆ และ สร้าง
 อารมณ์ให้ร้าย

2.4 ฝึกการสร้างความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง ผู้อื่นและสิ่งต่างๆรอบตัว

2.5 ฝึกการมองหาประโยชน์จากอุปสรรคหรือปัญหาต่างๆเปลี่ยน
 มุมมองจากสิ่งที่เป็นปัญหาให้เป็นความท้าทาย

2.6 ผ่อนคลายความเครียดที่เกิดขึ้น โดยหาวิธีการที่เหมาะสมกับตนเอง

3. การสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง (Self-Motivation) คือการสร้างเชื่อมั่นใน
 ตนเองว่าสามารถทำได้ มองเห็นแง่ดีในสิ่งต่างๆ ทำให้เกิดกำลังใจที่จะสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่เป็น
 ประโยชน์ต่อการบรรลุเป้าหมาย

3.1 ทบทวนเรื่องที่สำคัญในชีวิต จัดอันดับความสำคัญของสิ่งที่อยาก
 ได้ และพิจารณาว่าสิ่งที่ต้องการแต่ละอย่างนั้นเป็นไปได้หรือไม่ได้อย่างไร

3.2 นำความต้องการที่เป็นไปได้มาตั้งเป้าหมายแล้ววางแผนขั้นตอน
 การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายนั้น

3.3 ระวังสิ่งที่จะเข้ามาครอบงำจิตใจหรือทำให้วอกแวกออกนอกทางที่จะบรรลุเป้าหมาย

3.4 ฝึกความยืดหยุ่นลดความคาดหวังที่จะทำสิ่งต่างๆให้สมบูรณ์แบบ

3.5 มองหาประโยชน์จากอุปสรรคต่างๆเพื่อใช้เป็นพลังในการก้าวต่อ

3.6 ฝึกสร้างทัศนคติเชิงบวก และมองหาสิ่งดีจากเรื่องที่ทำให้ไม่พอใจเพื่อทำให้เกิดพลังและแรงจูงใจให้ตนเอง

3.7 ทบทวนสิ่งที่สร้างความภูมิใจเพื่อสร้างคุณค่าให้กับตนเอง

3.8 ให้กำลังใจตนเอง คิดว่าตนเองสามารถทำได้

4. ความเข้าใจผู้อื่น (Social Awareness) คือความสามารถในการรับรู้ความรู้สึกผู้อื่น มีความเข้าอกเข้าใจในมุมมองความคิดเห็นของผู้อื่น เข้าใจที่มาที่ไปของความรู้สึกของผู้อื่น การรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่นจะช่วยให้เกิดความเข้าใจถึงปัจจัยที่จะใช้ในการ โน้มน้าวจิตใจ จูงใจหรือบริหารความสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งวิธีการพัฒนาความสามารถในการเข้าใจผู้อื่นสามารถทำได้ดังนี้

4.1 ใส่ใจการแสดงออกของผู้อื่น ทั้งคำพูด น้ำเสียง สีหน้า แววตาและภาษากายต่างๆ

4.2 ฝึกอ่านและสังเกตอารมณ์ของผู้อื่น หากสังเกตเห็นว่าเขาารู้สึกอย่างไร ลองใช้การตรวจสอบหรือสอบถามว่าเขาารู้สึกอย่างไร โดยกระทำในจังหวะเวลาที่เหมาะสม

4.3 ฝึกที่จะพยายามทำความเข้าใจอารมณ์ผู้อื่นโดยจินตนาการว่าหากตนเองตกอยู่ในสภาพเดียวกันจะรู้สึกอย่างไรเพื่อฝึกการเอาใจเขามาใส่ใจเรา

4.4 แสดงออกถึงการรับรู้ เข้าใจและเห็นใจอารมณ์ของผู้อื่น เพื่อแสดงให้เห็นว่าเราใส่ใจความรู้สึก

5. การบริหารความสัมพันธ์ (Relationship Management) คือความสามารถในการอยู่ร่วม ทำงานและมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น โดยสามารถร่วมกันสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ ซึ่งบุคคลที่มีความสามารถในการบริหารความสัมพันธ์จะสามารถปรับความคิด อารมณ์ การแสดงออกให้เหมาะสมในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการบริหารความสัมพันธ์สามารถทำได้ดังนี้

5.1. แสดงอารมณ์ด้านดีต่อผู้อื่น ฝึกสร้างความรู้สึกดีๆและส่งต่อความรู้สึกนั้นให้ผู้อื่น

5.2 ฝึกการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเข้าใจที่ชัดเจนตรงกัน ฝึกการเป็นผู้ฟังและผู้พูดที่ดี

5.3 ฝึกการแสดงน้ำใจ เอื้อเฟื้อ รู้จักให้และรับ แลกเปลี่ยนสิ่งที่มีประโยชน์ระหว่าง ตนเองและผู้อื่น

5.4 ฝึกยอมรับผู้อื่นอย่างที่เขาเป็น ให้เกียรติผู้อื่น

5.5 ฝึกแสดงการชื่นชม ขอบคุนและให้กำลังใจผู้อื่นตามวาระโอกาส

สรุป ความฉลาดทางอารมณ์เป็นทักษะหรือความสามารถที่สามารถเรียนรู้และฝึกฝนให้ดีขึ้นได้ โดยต้องอาศัยความมุ่งมั่น ทุ่มเทและพยายามของบุคคลในการตระหนักรู้สภาวะภายในของตนเอง รู้วิธีในการจัดการบริหารความคิดและอารมณ์ที่เกิดขึ้น แสดงออกถึงความเข้าใจผู้อื่นอย่างที่เขาเป็น และมีวิธีการปรับความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมที่สร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการอยู่ร่วมและทำงานด้วยกันอย่างสร้างสรรค์ โดยหากบุคคลสามารถพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของตนเองให้สูงขึ้นได้จะช่วยส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของตนเองดีขึ้น บรรลุเป้าหมายที่สำคัญต่างๆ ในชีวิต สามารถใช้ความรู้และศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มที่ เป็นที่รักใคร่ชื่นชมของผู้อื่นที่ร่วมงานด้วยและที่สำคัญมีความสุขในการดำเนินชีวิตทั้งเรื่องส่วนตัวและการทำงาน

2.2.6 องค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์

จากข้อมูลดังกล่าวไปแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่าความฉลาดทางอารมณ์เป็นหนึ่งในทักษะที่สามารถช่วยให้บุคคลประสบความสำเร็จและมีความสุข ทำให้มีนักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์และนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์เอาไว้ดังนี้

2.2.6.1 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Mayer & Salovey (1990)

ในระยะแรกความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิดของ Mayer และ Salovey (1990) มุ่งเน้นไปที่การเข้าใจอารมณ์และพยายามนำอารมณ์นั้นไปใช้ประโยชน์ในชีวิตให้เหมาะสม ดังแสดงในตารางที่ 2.15

ตารางที่ 2.15 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Mayer & Salovey (1990)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียด
Mayer and Salovey (1990)	1. การรับรู้และแสดงออก อารมณ์ (Appraisal and expression of emotion)	ความสามารถในการรับรู้อารมณ์ของตนเองอย่างถูกต้อง และแสดงออกอารมณ์เหล่านั้นให้ผู้อื่นรับรู้ที่เหมาะสม

ตารางที่ 2.15 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Mayer & Salovey (1990) (ต่อ)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียด
Mayer and Salovey (1990)	2. การควบคุมอารมณ์ (Regulation of emotion)	ความสามารถในการควบคุมจัดการอารมณ์ของตนเองและผู้อื่นอย่างเหมาะสมและถูกกาลเทศะ
	3. การใช้ประโยชน์จากอารมณ์ (Utilization of emotion)	ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากอารมณ์ของตนเองในการแก้ปัญหา การปรับตัว ความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างแรงจูงใจ

ต่อมาภายหลัง Mayer และ Salovey (1997) เห็นว่านิยามดังกล่าวยังไม่สมบูรณ์จึงเพิ่มเติมรายละเอียดแรงจูงใจและการบรรลุเป้าหมายเพื่อความสำเร็จดังตารางที่ 2.16

ตารางที่ 2.16 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Mayer & Salovey (1997)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียด
Mayer and Salovey (1997)	1. การรับรู้อารมณ์ตนเอง (Knowing One's Emotion)	ความสามารถในการรับรู้และเข้าใจความรู้สึกของตนเองตามความเป็นจริงและสามารถควบคุมอารมณ์และความรู้สึกของตนเองได้
	2. การจัดการอารมณ์ (Managing Emotion)	ความสามารถในการบริหารจัดการกับอารมณ์ได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์เพื่อไม่ให้เกิดความตึงเครียด
	3. การสร้างแรงจูงใจในตนเอง (Motivating Oneself)	ความสามารถในการจูงใจตนเอง ให้กำลังใจและกระตุ้นตนเองเพื่อบรรลุเป้าหมาย
	4. การรับรู้อารมณ์ผู้อื่น (Recognizing Emotion in Others)	ความสามารถในการเห็นอกเห็นใจผู้อื่น รับรู้ความต้องการของผู้อื่น และเข้าใจอารมณ์ผู้อื่น

ตารางที่ 2.16 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Mayer & Salovey (1997) (ต่อ)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียด
Mayor and Salovey (1997)	5. การรักษาสัมพันธภาพ (Handling Relationship)	ความสามารถในการรู้ว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไรจึงจะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นได้ และสามารถแก้ไขความขัดแย้งระหว่างบุคคลได้

2.2.6.2 ความฉลาดทางอารมณ์แนวคิด Daniel Goleman (1998)

องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ของ Daniel Goleman (1995, 1998) มีความคล้ายคลึงกับของ Mayer และ Salovey (1997) เนื่องจากเขาได้ทำการพัฒนาต่อยอดแนวคิดดังกล่าวจนสมบูรณ์ก่อนตีพิมพ์หนังสือที่ชื่อว่า Emotional Intelligence : why it can matter more than IQ (1995) โดยรายละเอียดองค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิดของ Daniel Goleman (1998) ดังแสดงในตารางที่ 2.17

ตารางที่ 2.17 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Daniel Goleman (1998)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียด
Daniel Goleman (1998)	หมวดที่ 1 สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competence) ความสามารถในการบริหารจัดการตนเอง	
	หมวดย่อยที่ 1.1 การตระหนักรู้ตนเอง (Self Awareness) การรับรู้ถึงสภาวะภายใน ความชอบ ทรัพยากรและญาณหยั่งรู้ภายในของตนเอง	
	1.1.1 การตระหนักรู้อารมณ์ตนเอง (Emotional Self-Awareness)	รับรู้อารมณ์ของตนเองและผลกระทบของอารมณ์นั้น
	1.1.2 การประเมินตนเองอย่างถูกต้อง (Accurate self-Assessment)	รู้จักจุดแข็งและข้อจำกัดของตนเอง
	1.1.3 ความมั่นใจในตนเอง (Self-Confidence)	มีความมั่นใจในคุณค่าและความสามารถของตนเอง

ตารางที่ 2.17 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Daniel Goleman (1998) (ต่อ)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียด
Daniel Goleman (1998)	หมวดย่อยที่ 1.2 การจัดการระเบียบตนเอง (Self-regulation) การจัดการสภาวะภายใน แรงกระตุ้นและทรัพยากรในตนเองได้อย่างเหมาะสม	
	1.2.1 การควบคุมตนเอง (Self-Control)	ควบคุมอารมณ์เชิงลบและแรงกระตุ้นได้
	1.2.2 ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness)	รักษาความซื่อสัตย์และคงคุณค่าความดีของตนเอง
	1.2.3 สำนึกรับผิดชอบ (Conscientiousness)	รับผิดชอบต่อผลการกระทำของตนเอง
	1.2.4 ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability)	ยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง
	1.2.5 การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Innovation)	เปิดกว้างและเปิดรับกับแนวคิด แนวทางหรือข้อมูลใหม่ๆ
	หมวดย่อยที่ 1.3 การจูงใจตนเอง (Motivation) แนวโน้มของอารมณ์ที่เกื้อหนุนหรืออำนาจให้บรรลุเป้าหมาย	
	1.3.1 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement drive)	การพยายามที่จะปรับปรุงให้ได้มาตรฐานความเป็นเลิศ
	1.3.2 การยึดมั่นในพันธะผูกพัน (Commitment)	การสอดประสานและยึดมั่นไปกับเป้าหมายของกลุ่มหรือองค์กร
	1.3.3 ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative)	ความพร้อมที่จะลงมือเพื่อคว้าโอกาสที่เข้ามา
	1.3.4 การมองโลกในแง่ดี (Optimism)	ความเพียรพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายแม้จะต้องเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรค

ตารางที่ 2.17 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Daniel Goleman (1998) (ต่อ)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียด
Daniel Goleman (1998)	หมวดที่ 2 สมรรถนะทางสังคม (Social Competence) ความสามารถในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับผู้อื่น	
	หมวดย่อยที่ 2.1 การเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathy) การรับรู้ความรู้สึก ความต้องการและความกังวลใจของผู้อื่น	
	2.1.1 การเข้าใจผู้อื่น (Understanding others)	การเข้าใจความรู้สึก มุมมองและสนใจในข้อวิตกกังวลของผู้อื่น
	2.1.2 การพัฒนาผู้อื่น (Developing others)	รับรู้ถึงความต้องการในการพัฒนาและส่งเสริมความสามารถของผู้อื่น
	2.1.3 การมีจิตใจมุ่งบริการ (Service Orientation)	คาดคะเน รับรู้และตอบสนองความต้องการของผู้อื่น ได้ดี
	2.1.4 การเข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล (Leveraging Diversity)	สร้างโอกาสจากความแตกต่างระหว่างบุคคล
	2.1.5 การตระหนักรู้สถานการณ์ภายในกลุ่ม (Political Awareness)	ความสามารถในการอ่านสถานการณ์อารมณ์และอำนาจของกลุ่ม
	หมวดย่อยที่ 2.2 ทักษะทางสังคม (Social Skills) ความชำนาญในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์ของผู้อื่น	
	2.2.1 การมีอิทธิพลต่อบุคคลอื่น (Influence)	มีวิธีในการโน้มน้าวและชักชวนผู้อื่น
	2.2.2 การสื่อสาร (Communication)	เปิดกว้างในการรับฟังและส่งสารที่น่าเชื่อถือ
	2.2.3 การจัดการความขัดแย้ง (Conflict Management)	เจรจาต่อรองและแก้ไขปัญหาความไม่เข้าใจกันได้

ตารางที่ 2.17 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Daniel Goleman (1998) (ต่อ)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียด
Daniel Goleman (1998)	2.2.4 ภาวะผู้นำ (Leadership)	การเป็นแรงบันดาลใจให้บุคคลหรือกลุ่มได้
	2.2.5 การกระตุ้นการเปลี่ยนแปลง (Change Catalyst)	การริเริ่มหรือจัดการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านที่ดี
	2.2.6 การสร้างความผูกพัน (Building bonds)	การเสริมสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ที่ดีในการปฏิบัติงาน
	2.2.7 การทำงานร่วมกับผู้อื่น (Collaboration and cooperation)	การทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ร่วมกัน
	2.2.8 การทำงานเป็นทีม (Team Capability)	การสร้างพลังรวมของกลุ่มในการมุ่งสู่เป้าหมายใหญ่

2.2.6.3 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Bar-on (1997)

Bar-On (1997) เน้นศึกษาองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์โดยต้องการที่จะพัฒนาแบบประเมินที่เรียกว่า Emotional Quotient Inventory (EQ-i) โดยทดสอบได้ทั้งในผู้ใหญ่และวัยรุ่น (Bar-on & Parker, 2000) ซึ่งเป็นแบบทดสอบที่มีความแม่นยำและความน่าเชื่อถือสูง (Van Rooy & Viswesvaran, 2003) โดยแนวคิด Bar-on (1997) แสดงในตารางที่ 2.18

ตารางที่ 2.18 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Bar-on (1997)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อยและรายละเอียด
Bar-on (1997)	หมวดที่ 1 ความสามารถภายในตน (Intrapersonal)
	1.1 การตระหนักรู้ในอารมณ์ตนเอง (Emotional Self-Awareness)
	1.2 การยืนหยัดในจุดยืน (Assertiveness)
	1.3 การนับถือตนเอง (Self-Regard)
	1.4 การบรรลุศักยภาพภายในตน (Self-Actualization)
	1.5 ความเป็นอิสระ (Independence)

ตารางที่ 2.18 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Bar-on (1997) (ต่อ)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อยและรายละเอียด
Bar-on (1997)	หมวดที่ 2 ความสามารถระหว่างบุคคล (Interpersonal)
	2.1 การเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathy)
	2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relationship)
	2.3 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)
	หมวดที่ 3 ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability)
	3.1 การแก้ปัญหา (Problem Solving)
	3.2 การทดสอบสภาพความเป็นจริง (Reality Test)
	3.3 ความยืดหยุ่น (Flexibility)
	หมวดที่ 4 ความสามารถในการจัดการความเครียด (Stress Management)
	4.1 การอดทนกับความเครียด (Stress Tolerance)
	4.2 การควบคุมแรงกระตุ้น (Impulse Control)
	หมวดที่ 5 ภาวะอารมณ์ทั่วไป (General Mood)
5.1 การมีความสุข (Happiness)	
5.2 การมองโลกในแง่ดี (Optimism)	

2.2.6.4 ความฉลาดทางอารมณ์แนวคิด Cooper and Sawaf (1997)

Cooper and Sawaf (1997) เสนอว่าความฉลาดทางอารมณ์เอาไว้ในหนังสือชื่อว่า Executive EQ : Emotional Intelligence in Leadership and Organization โดยนำเสนอแนวคิดความฉลาดทางอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำและการทำงานในองค์กร ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 อย่างได้แก่

1. ความรอบรู้ในอารมณ์ (Emotional Literacy) ซึ่งเป็นตัวที่ทำให้เกิดการรับรู้ การควบคุมตนเองและความเชื่อมั่นในตนเอง โดยประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยคือ
 - 1.1 ความซื่อสัตย์ในอารมณ์ (Emotional Honesty) คือการรับรู้อารมณ์ของตนเองตรงตามเป็นจริง มีสติรับรู้การเปลี่ยนแปลงอารมณ์ของตนเอง
 - 1.2 การมีพลังทางอารมณ์ (Emotional Energy) คือเชื่อมั่นในตัวเอง

- 1.3 การรับรู้ข้อมูลป้อนกลับทางอารมณ์ (Emotional Feedback) คือ การมีความรับผิดชอบและรับรู้ผลของอารมณ์ตนเอง
- 1.4 การหยั่งรู้และเชื่อมโยงทางอารมณ์ (Emotional Connection and Intuition) คือการเชื่อมโยงกับอารมณ์และทำให้เกิดปัญญาหยั่งรู้
2. ความเหมาะสมทางอารมณ์ (Emotional Fitness) ประกอบไปด้วย
- 2.1 ความจริงแท้ในตนเอง (Authenticity Presence) คือการแสดงออกอย่างแท้จริงในอารมณ์ของตนเอง
- 2.2 การแผ่ขยายความไว้วางใจ (Trust Radius) คือการส่งต่ออารมณ์และความไว้วางใจให้ผู้อื่น
- 2.3 การแสดงความไม่พอใจอย่างสร้างสรรค์ (Constructive Discontent) คือความสามารถในการจัดการความขัดแย้งและการไม่เห็นด้วยอย่างสร้างสรรค์
- 2.4 ความยืดหยุ่นและการฟื้นตัวจากปัญหา (Resilience and Renewal) คือความสามารถในการก้าวผ่านอุปสรรคและปัญหาในชีวิต สามารถกลับมามีสภาพจิตใจที่ปกติได้
3. ความลึกซึ้งทางอารมณ์ (Emotional Depth) ประกอบไปด้วย
- 3.1 การมีเป้าหมายและศักยภาพเฉพาะตน (Unique Potential and Purpose) คือการสำรวจและปรับแนวทางการดำเนินชีวิตให้เข้ากับศักยภาพและเป้าหมายของตนเอง
- 3.2 ความมุ่งมั่น (Commitment) คือทุ่มเทรับผิดชอบต่อเป้าหมาย
- 3.3 การยึดถือความถูกต้อง (Applied Integrity) คือยึดถือความถูกต้อง
- 3.4 การโน้มน้าวโดยไม่ใช้อำนาจ (Influence without authority) คือการโน้มน้าวจิตใจของคนอื่นเพื่อบรรลุเป้าหมายของตนโดยไม่ได้ใช้การบังคับสั่งการ
4. การปรับใช้อารมณ์ (Emotional Alchemy) คือความสามารถในการปรับใช้อารมณ์เพื่อเผชิญปัญหาและความกดดันอย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วย
- 4.1 การหยั่งรู้ (Intuitive Flow) คือความสามารถเข้าถึงปัญญาหยั่งรู้ภายในตนเองและใช้มันให้เป็นประโยชน์ในการทำงาน
- 4.2 การมีวิสัยทัศน์ก้าวหน้า (Reflective Time-Shifting) คือความสามารถในการใช้จินตนาการนำความเป็นไปได้ในอนาคตมาใช้กับการทำงานในปัจจุบัน
- 4.3 การเล็งเห็นโอกาส (Opportunity Sensing) คือการรับรู้และมองเห็นโอกาสที่ผ่านเข้ามา

4.4 การสร้างอนาคต (Creating the Future) คือความสามารถในการปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่ไม่รู้จักมาก่อน โดยสามารถค่อยๆสร้างสรรค์อนาคตใหม่ให้ดีขึ้นได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง

2.2.6.5 ความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Weisinger (1998)

Weisinger (1998) ได้แบ่งความฉลาดทางอารมณ์ออกเป็น 2 ส่วนโดยจำแนกเป็นความสามารถภายในบุคคลและระหว่างบุคคลซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2.19

ตารางที่ 2.19 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Weisinger (1998)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียด
Weisinger (1998)	1. ความฉลาดทางอารมณ์ภายในบุคคล (Intrapersonal Emotional Intelligence)	การมีความตระหนักรู้ภายในตนเอง บริหารจัดการอารมณ์ของตนเอง และสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นภายในตนเอง
	2. ความฉลาดทางอารมณ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Emotional Intelligence)	การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น โดยพัฒนาการสื่อสาร การมีมนุษยสัมพันธ์และการช่วยเหลือผู้อื่นให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้

Weisinger เชื่อว่าสิ่งที่ทำให้เกิดความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลเกิดจาก 4 ปัจจัยได้แก่

1. ความสามารถรับรู้ ตีความ และแสดงอารมณ์ได้อย่างถูกต้อง
2. ความสามารถเข้าถึงและสร้างให้เกิดอารมณ์ที่ต้องการได้ เพื่อส่งเสริมให้ตนเองและผู้อื่นเข้าใจ
3. ความสามารถเข้าใจอารมณ์และตระหนักรู้ในผลกระทบของอารมณ์นั้น
4. ความสามารถควบคุมอารมณ์เพื่อพัฒนาการเติบโตด้านอารมณ์และสติปัญญา

2.2.6.6 ความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด 6Seconds (1997)

6Seconds Emotional Intelligence Network เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่เกิดจากการรวมตัวของบุคคลที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับความฉลาดทางอารมณ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาแนวคิดและโมเดลเกี่ยวกับความฉลาดทางอารมณ์ที่สามารถเรียนรู้และฝึกฝนได้จริง รวมถึงจัดโปรแกรมฝึกอบรมด้านความฉลาดทางอารมณ์ให้กับองค์กรต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพของ

พนักงาน (Freedman, 2002) โดยองค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด 6Seconds EI Network แสดงในตารางที่ 2.20

ตารางที่ 2.20 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด 6Seconds EI Network (1997)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียด
6Seconds Emotional Intelligence Network (1997)	หมวดที่ 1 รู้จักตัวเอง (Know Yourself)	เข้าใจชัดเจนว่าตนเองรู้สึกอย่างไรและกระทำ อะไรลงไป
	1.1 ความฉลาดรอบรู้เกี่ยวกับ อารมณ์ (Enhance Emotional Literacy)	สามารถระบุและทำความเข้าใจอารมณ์เชิงเดี่ยว และอารมณ์เชิงซ้อนของตนเองได้อย่างถูกต้อง
	1.2 การตระหนักรู้แบบแผน อารมณ์ (Recognize Patterns)	ตระหนักและยอมรับในแบบแผนพฤติกรรมที่ เกิดขึ้นบ่อยๆของตัวเอง
	หมวดที่ 2 เลือกวิธีการจัดการ ของตนเอง (Choose Yourself)	เลือกวิธีการจัดการอารมณ์และบริหาร ความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม
	2.1 การคิดอย่างเป็นเหตุผล (Apply Consequential Thinking)	คิดวิเคราะห์ด้วยเหตุผลว่าอะไรคือประโยชน์ และผลเสียที่จะเกิดขึ้นหากตอบสนองด้วย วิธีการหนึ่งๆไป
	2.2 การนำทางอารมณ์ (Navigate Emotions)	ประเมินและนำอารมณ์ที่เกิดขึ้นมาใช้งานเป็น ทรัพยากรหนึ่งในการบรรลุเป้าหมาย
	2.3 แรงจูงใจภายใน (Engage Intrinsic Motivation)	ได้รับพลังงานจากค่านิยมส่วนบุคคลและพันธะ สัญญา มากกว่าการถูกผลักดันจากปัจจัย ภายนอก
	2.4 การมองโลกในแง่บวก (Exercise Optimism)	เลือกที่จะมองสิ่งต่างๆด้วยมุมมองในแง่บวก และมีความหวัง

ตารางที่ 2.20 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด 6Seconds EI Network (1997) (ต่อ)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียด
6Seconds Emotional Intelligence Network (1997)	หมวดที่ 3 เข้าใจเหตุผลในการ ตอบสนอง (Give Yourself)	มอบเหตุผลหรือที่มาที่ไปให้กับตัวเองว่าทำไม จึงตอบสนองในวิธีการดังที่เลือกไป (ใน Choose yourself)
	3.1 การเพิ่มความเข้าใจ ผู้อื่น (Increase Empathy)	รับรู้และตอบสนองต่อความรู้สึกของผู้อื่นอย่าง เหมาะสม
	3.2 การทำตามเป้าหมายที่ ยิ่งใหญ่ (Pursue Noble Goals)	เชื่อมโยงการตอบสนองในชีวิตประจำวันเข้ากับ เป้าหมายภารกิจที่ยิ่งใหญ่ของชีวิต

2.2.6.7 ความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด กรมสุขภาพจิต (2543)

กรมสุขภาพจิตได้รวบรวมแนวคิดเรื่องความฉลาดทางอารมณ์จาก
การศึกษาวรรณกรรมต่างประเทศและผนวกเข้ากับหลักธรรมในพุทธศาสนา เพื่อพัฒนาแนวคิด
เกี่ยวกับความฉลาดทางอารมณ์ที่เข้ากับบริบทประเทศไทย โดยแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2.21

ตารางที่ 2.21 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิดกรมสุขภาพจิต (2543)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อยและรายละเอียด
กรมสุขภาพจิต (2543)	ด้านที่ 1 ความดี
	1.1 ความสามารถในการควบคุมอารมณ์และความต้องการของตนเอง
	1.1.1 รับรู้อารมณ์และความต้องการของตัวเอง 1.1.2 ควบคุมอารมณ์และความต้องการได้ 1.1.3 แสดงออกอย่างเหมาะสม
	1.2 ความสามารถในการเห็นใจผู้อื่น

ตารางที่ 2.21 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิดกรมสุขภาพจิต (2453) (ต่อ)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อยและรายละเอียด
กรมสุขภาพจิต (2543)	1.2.1 ใส่ใจผู้อื่น 1.2.2 เข้าใจและยอมรับผู้อื่น 1.2.3 แสดงความเห็นใจอย่างเหมาะสม
	1.3 ความสามารถในการรับผิดชอบ
	1.3.1 รู้จักการให้ รู้จักการรับ 1.3.2 รู้จักรับผิดชอบ รู้จักให้อภัย 1.3.3 เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม
	ด้านที่ 2 ความเก่ง
	2.1 ความสามารถในการรู้จักและสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง
	2.1.1 รู้จักศักยภาพตนเอง 2.1.2 สร้างขวัญและกำลังใจให้ตนเองได้ 2.1.3 มีความมุ่งมั่นที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย
	2.2 ความสามารถในการตัดสินใจและแก้ปัญหา
	2.2.1 รับรู้และเข้าใจปัญหา 2.2.2 มีขั้นตอนในการแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม 2.2.3 มีความยืดหยุ่น
	2.3 ความสามารถในการมีสัมพันธภาพกับผู้อื่น
	2.3.1 รู้จักการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น 2.3.2 กล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม 2.3.3 แสดงความเห็นที่ขัดแย้งได้อย่างสร้างสรรค์

ตารางที่ 2.21 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิดกรมสุขภาพจิต (2453) (ต่อ)

แนวคิด	องค์ประกอบย่อยและรายละเอียด
กรมสุขภาพจิต (2543)	ด้านที่ 3 ความสุข
	3.1 ภูมิใจในตนเอง
	3.1.1 เห็นคุณค่าในตนเอง
	3.1.2 เชื่อมั่นในตนเอง
	3.2 พึงพอใจในชีวิต
	3.2.1 รู้จักมองโลกในแง่ดี
	3.2.2 มีอารมณ์ขัน
	3.2.3 พึงพอใจในสิ่งที่ตนมีอยู่
	3.3 มีความสงบทางใจ
	3.3.1 มีกิจกรรมที่เสริมสร้างความสุข
3.3.2 รู้จักผ่อนคลาย	
3.3.3 มีความสงบทางจิตใจ	

2.2.6.8 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Richard Boyatzis, Daniel Goleman และ Korn Ferry Hay Group (2017)

ภายหลังที่ความฉลาดทางอารมณ์ได้รับความสนใจมากขึ้น ทำให้แนวคิดดังกล่าวกลายเป็นหนึ่งในทักษะที่องค์กรต่างๆนำไปพัฒนาให้กับพนักงานและผู้นำ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กรท่ามกลางสิ่งแวดล้อมที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Vakola, Tsaousis, & Nikolaou, 2004) Richard Boyatzis, Daniel Goleman และ Korn Ferry Hay Group จึงร่วมมือกันเพื่อพัฒนาแบบประเมินความฉลาดทางอารมณ์ที่แม่นยำและเชื่อถือได้ โดยมุ่งหวังจะนำไปใช้เป็นแบบประเมินข้อมูลป้อนกลับ 360 องศา (360 Feedback Assessment) ให้กับพนักงานในองค์กรเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ต่อไป โดยแบบประเมินดังกล่าวผ่านการทดสอบกับพนักงานเกือบ 80,000 คนจาก 2,000 องค์กร และได้ผลความถูกต้อง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ในระดับที่สูง ซึ่งแนวคิดนี้ได้ปรับปรุงแนวคิดความฉลาดทางอารมณ์ของ Daniel Goleman (1998) โดยปรับลดสมรรถนะความฉลาดทางอารมณ์เดิมจาก 25 สมรรถนะ (Competencies) ลงเหลือแค่ 12 สมรรถนะที่พบว่ามีความถูกต้องและเชื่อถือได้ โดยรายละเอียดของแนวคิดนี้แสดงในตารางที่ 2.22

ตารางที่ 2.22 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Richard Boyatzis, Daniel Goleman และ Korn Ferry Hay Group (2017)

แนวคิด	องค์ประกอบของแนวคิด	รายละเอียด
Richard Boyatzis, Daniel Goleman และ Korn Ferry Hay Group (2017)	หมวดที่ 1 การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) การรับรู้และเข้าใจอารมณ์ของตนเอง ซึ่งแสดงออกผ่านความสามารถดังนี้	
	1.1 การตระหนักรู้อารมณ์ ของตนเอง (Emotional Self- Awareness)	ความสามารถในการเข้าใจอารมณ์ของตนเอง และผลกระทบของมันต่อผลการปฏิบัติงาน
	หมวดที่ 2 การบริหารจัดการ ตนเอง (Self-Management)	การจัดการอารมณ์ของตนเองได้อย่างมี ประสิทธิภาพ ซึ่งแสดงออกผ่านความสามารถ ดังต่อไปนี้
	2.1 การควบคุมอารมณ์ ตนเอง (Emotional Self- Control)	ความสามารถในการควบคุมไม่ให้อารมณ์เชิง ลบหรือการตอบสนองแบบทันทีที่แสดง ออกมา และรักษาประสิทธิภาพในการ ตอบสนองภายใต้สถานการณ์ที่กดดัน
	2.2 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Orientation)	ความสามารถในการค้นหาวิธีการใหม่ๆเพื่อ บรรลุเป้าหมายหรือปรับปรุงวิธีการปฏิบัติเพื่อ ความเป็นเลิศ และการตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย ภายใต้การคำนวณความเสี่ยงที่ยอมรับได้
	2.3 การมองโลกในแง่บวก (Positive Outlook)	ความสามารถในการมองเห็นด้านดีหรือสิ่งดีๆ ในบุคคลหรือสถานการณ์ต่างๆที่เผชิญ รวม ไปถึงความมุ่งมั่นในการบรรลุเป้าหมาย ท่ามกลางอุปสรรคหรือปัญหา
	2.4 ความสามารถในการ ปรับตัว (Adaptability)	ความสามารถในการปรับเปลี่ยนวิธีการหรือ แนวคิด และมีความยืดหยุ่นในการรับมือกับ ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ตารางที่ 2.22 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Richard Boyatzis, Daniel Goleman และ Korn Ferry Hay Group (2017) (ต่อ)

แนวคิด	องค์ประกอบของแนวคิด	รายละเอียด
Richard Boyatzis, Daniel Goleman และ Korn Ferry Hay Group (2017)	หมวดที่ 3 การตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness) การรับรู้และเข้าใจอารมณ์ของผู้อื่น ซึ่งแสดงออกผ่านความสามารถดังต่อไปนี้	
	3.1 ความเข้าอกเข้าใจผู้อื่น (Empathy)	ความสามารถในการรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่น โดยการสังเกตสัญญาณต่างๆ และสามารถเข้าใจมุมมองและความกังวลของผู้อื่น
	3.2 การตระหนักรู้ภายในกลุ่ม (Organizational Awareness)	ความสามารถในการอ่านสถานการณ์อารมณ์ของบุคคลต่างๆ ในกลุ่ม รับรู้ข้ออำนาจและบุคคลที่มีอิทธิพลสูงต่อการเปลี่ยนแปลงภายในกลุ่ม
	หมวดที่ 4 การบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management) การนำความเข้าใจเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกไปใช้ในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งแสดงออกผ่านความสามารถดังต่อไปนี้	
	4.1 การมีอิทธิพลต่อผู้อื่น (Influence)	ความสามารถในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อผู้อื่น โน้มน้าวหรือเชิญชวนให้ได้รับการสนับสนุนจากผู้อื่น
	4.2 การโค้ชและเป็นพี่เลี้ยง (Coach and Mentor)	ความสามารถในการส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาในระยะยาวให้กับผู้อื่นผ่านการให้ฟีดแบ็คและการสนับสนุน
	4.3 การจัดการความขัดแย้ง (Conflict Management)	ความสามารถในการช่วยเหลือผู้อื่นก้าวผ่านสถานการณ์ที่ตึงเครียดเชิงความรู้สึก รวมถึงความสามารถในการแก้ไขความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกันให้ทุกฝ่ายสามารถหาทางออกที่ยอมรับร่วมกันได้อย่างสร้างสรรค์

ตารางที่ 2.22 องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ตามแนวคิด Richard Boyatzis, Daniel Goleman และ Korn Ferry Hay Group (2017) (ต่อ)

แนวคิด	องค์ประกอบของแนวคิด	รายละเอียด
Richard Boyatzis, Daniel Goleman และ Korn Ferry Hay Group (2017)	4.4 ภาวะผู้นำสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Leadership)	ความสามารถสร้างแรงจูงใจให้บุคคลหรือกลุ่มประสบความสำเร็จในการทำงาน และสามารถดึงเอาศักยภาพสูงสุดในตัวพวกเขาออกมาใช้งานได้
	4.5 การทำงานเป็นทีม (Teamwork)	ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ร่วมกัน รวมไปถึงความสามารถในการแบ่งปันความรับผิดชอบต่างๆให้กับคนในทีมและให้รางวัลตอบแทนที่เหมาะสม สัมกับความทุ่มเทของทีม

จากการศึกษาแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าความฉลาดทางอารมณ์เป็นทักษะที่สำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้บุคคลประสบความสำเร็จทั้งในชีวิตการทำงานและส่วนตัว โดยเป็นทักษะที่มีประโยชน์กับบุคคลที่ทำงานในทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำหรือผู้ที่ต้องการเติบโตในฐานะผู้นำ โดยจะเห็นได้ว่าถึงแม้ความฉลาดทางอารมณ์จากแนวคิดที่กล่าวมาจะองค์ประกอบและรายละเอียดที่แตกต่างกัน แต่จะสังเกตได้ว่าในทุกๆแนวคิดจะมีองค์ประกอบบางอย่างที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ความสามารถในการตระหนักรู้ภายในตนเอง (Self-Awareness) ความสามารถในการบริหารจัดการอารมณ์ของตนเอง (Self-Management) ความสามารถในการเข้าอกเข้าใจอารมณ์และมุมมองของผู้อื่น (Empathy) และทักษะทางสังคมหรือความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างสร้างสรรค์ (Relationship Management)

ด้วยเหตุนี้เองงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาแนวคิดความฉลาดทางอารมณ์ของ Richard Boyatzis, Daniel Goleman และ Korn Ferry Hay Group ซึ่งแบ่งความฉลาดทางอารมณ์ออกเป็น 4 หมวดได้แก่ การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) การบริหารจัดการตนเอง (Self-Management) การตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness) และการบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)

โดยสาเหตุที่เลือกศึกษาแนวคิดดังกล่าวเพราะว่าแนวคิดดังกล่าวมีองค์ประกอบย่อยที่นักวิจัยและนักวิชาการส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของผู้ที่มีความฉลาด

ทางอารมณ์ อีกทั้งแนวคิดดังกล่าวยังได้รับการศึกษา ค้นคว้า วิจัย และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปีค.ศ. 1996 โดยมีการวิเคราะห์ความแม่นยำและความถูกต้องเชิงสถิติขององค์ประกอบย่อยต่างๆในแนวคิดในฐานะแบบประเมินทางจิตวิทยา (Psychometric Assessment) อีกด้วย ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้ถูกนำไปทดสอบกับพนักงานเกือบ 80,000 คนจาก 2,000 องค์กรทั่วโลก (ข้อมูล ณ ปีค.ศ. 2017) ที่สำคัญคือแนวคิด Emotional and Social Competency Inventory (ESCI) นี้ถูกออกแบบมาเพื่อประเมินความสามารถด้านความฉลาดทางอารมณ์ในเชิงการวัดพฤติกรรม (Behavioral Measure) โดยมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงาน (Performance) ของบุคคลที่ทำงานในองค์กรซึ่งสอดคล้องกับขอบเขตการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้การศึกษาโดยใช้แนวคิดดังกล่าวเหมาะสมที่สุดที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้ผลการศึกษานำไปประยุกต์ใช้ต่อไปในบริบทของการพัฒนาบุคลากร ผู้นำและองค์กร



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “เอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์” มีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบงานวิจัย
- 3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.4 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.6 การตรวจสอบคุณภาพ
- 3.7 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล
- 3.8 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

3.1 รูปแบบงานวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ซึ่งรูปแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพดังกล่าวนี้เหมาะกับงานวิจัยที่ต้องการข้อมูลรายละเอียดเชิงลึกเกี่ยวกับการปรากฏการณ์หรือเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่เกิดขึ้น (Yin, 2015) โดยงานวิจัยครั้งนี้ต้องการศึกษาและสำรวจรายละเอียดการเปลี่ยนแปลง (Exploratory Study) ของความฉลาดทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นภายหลังการได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม

3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ซึ่ง Fontana and Frey (2000) กล่าวว่ากระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพอย่างมากในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ของมนุษย์และทำความเข้าใจหัวข้อที่สนใจในเชิงลึก อีกทั้งยังทำให้ได้ข้อมูลอย่างมากมายหลายมิติในเรื่องที่สนใจอีกด้วย (Russell, Gregory, Ploeg, DiCenso, & Guyatt, 2005) อีกทั้งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ แรงจูงใจภายในและความฉลาดทางอารมณ์ของผู้สัมภาษณ์ ซึ่งการสัมภาษณ์เดี่ยวเชิงลึก (In-depth Interview) ช่วยทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถอธิบายและให้ข้อมูลในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรูสึกได้มากกว่ากระบวนการอื่นอีกด้วย Kaplowitz (2000, 2001)

3.3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากหัวข้อการวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมในครั้งนี้เป็นเรื่องที่ประชากรผู้ศึกษาในประเทศไทยมีจำนวนจำกัด ขณะเดียวกันเอ็นเนียแกรมเป็นองค์ความรู้ที่ต้องอาศัยความเข้าใจเชิงลึกด้านจิตวิทยาอย่างมาก Yin (2015) ได้แนะนำว่าการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ที่ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการศึกษามาจากแหล่งที่ได้มาตรฐาน รวมไปถึงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความมั่นใจในองค์ความรู้ดังกล่าวของตนเอง จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์และเกี่ยวข้องกับหัวข้อที่สนใจศึกษา โดยพลังของการทดสอบสมมติฐาน (Statistical Power) ของงานวิจัยประเภทนี้จะเพิ่มขึ้นตามปริมาณกลุ่มตัวอย่าง (Etikan, 2016)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. บุคคลที่มีอายุตั้งแต่อายุ 18 ปีขึ้นไป
2. ทำงานในองค์กรเอกชน ภาครัฐ อาชีพอิสระ หรือเจ้าของกิจการ
3. อยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. ได้รับความรู้เกี่ยวกับแนวคิดบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมในรูปแบบของการเข้าอบรมสัมมนา (Training/Workshop)
5. ผ่านกระบวนการสังเกตตัวเอง (Self-observation) ภายหลังจากการฝึกอบรมสัมมนาอย่างน้อย 6 เดือนเพื่อทำความเข้าใจและยืนยันบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมที่ถูกต้องของตนเอง

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้มีทั้งสิ้น 75 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เพศชาย 35 คน และเพศหญิง 40 คน

2. อายุ 18 - 30 ปี จำนวน 17 คน , อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 40 คน, อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 13 คน, อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 4 คน และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 1 คน
3. อาชีพเจ้าของธุรกิจ จำนวน 12 คน, อาชีพข้าราชการและพนักงานของรัฐ จำนวน 10 คน, อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 47 คน, อาชีพอิสระ (Freelance) จำนวน 5 คน และอื่นๆ 1 คน

3.4 วิธีการเก็บข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผ่านชุดคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured questions) โดยมีวิธีการเก็บข้อมูล (Mode of data collection) 2 วิธี ได้แก่ การสัมภาษณ์ผ่านแบบสอบถามสัมภาษณ์ (Survey Interview) ชนิดปลายเปิด (Open-ended questions) ในเบื้องต้น และทำการสัมภาษณ์รายบุคคลผ่านทางโทรศัพท์อีกครั้ง (Telephone Interview) ซึ่งเป็นวิธีการเก็บข้อมูลที่จะช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพปริมาณมากที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ทำการศึกษา (Yin, 2015) โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน ซึ่งมีขั้นตอนรายละเอียดการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ทำการส่งเอกสารหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมโครงการวิจัยถึงบุคคลกลุ่มตัวอย่างทุกท่าน
2. ติดต่อกลุ่มตัวอย่างรายบุคคลเพื่อขออนุญาตทำการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบสมัครใจ (Voluntary Response) แบบตัวต่อตัวหรือทางโทรศัพท์ภายหลังจากที่ได้รับการยืนยันเข้าร่วมโครงการวิจัยจากบุคคลกลุ่มตัวอย่าง
3. ทำการสัมภาษณ์บุคคลกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้นัดหมายโดยใช้วิธีการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามสัมภาษณ์ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (Online Survey) โดยแบบสอบถามสัมภาษณ์ดังกล่าวจะประกอบไปด้วยชุดคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ ภายหลังจากได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม โดยกลุ่มตัวอย่างจะใช้เวลาทำแบบสอบถามสัมภาษณ์ประมาณ 20 - 30 นาทีต่อคน
4. ภายหลังจากกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการรวบรวมข้อมูลในระบบออนไลน์บนเว็บไซต์ออกมาเป็นเอกสารชุดคำตอบของกลุ่มตัวอย่างรายบุคคล และกำหนดรหัสชุดข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างแต่ละบุคคล
5. ผู้วิจัยทำการทบทวนข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามสัมภาษณ์ โดยหากพบข้อมูลที่ขาดรายละเอียด กำถาม ไม่สมบูรณ์ หรือต้องการการขยายความเพิ่มเติมเพื่อประโยชน์ในการศึกษา ผู้วิจัยจะทำการติดต่อกลุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์หรือขอข้อมูลเพิ่มเติมทางโทรศัพท์ (Telephone

Interview) แบบรายบุคคลอีกครั้ง เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าวดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้วิจัยต้องใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามและการโทรศัพท์ร่วมกัน

5. นำข้อมูลที่ได้อีกมาทำการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลด้วยวิธีการสามเส้า (Triangulation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและสมบูรณ์

6. วิเคราะห์ข้อมูลที่ผ่านมาการตรวจสอบคุณภาพแล้ว และสรุปผลการศึกษาจากข้อมูลดังกล่าวก่อนการนำเสนอผลการศึกษา

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์ผ่านชุดคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) แบบรายบุคคล โดยเบื้องต้นใช้การทำการสัมภาษณ์ผ่านชุดคำถามสัมภาษณ์แบบออนไลน์ (Online Survey Interview) ซึ่งประกอบด้วยชุดคำถามปลายเปิด (Open-ended questions) จำนวน 15 ข้อ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อมูลได้อย่างอิสระ ทำให้ได้ข้อมูลและรายละเอียดหลากหลายแง่มุม หลังจากนั้นผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ผ่านโทรศัพท์ (Telephone Interview) เพื่อสำรวจรายละเอียดเพิ่มเติม หรือสอบถามกรณีข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างไม่สมบูรณ์หรือขาดความชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจรายละเอียดของเอ็นเนียแกรมและการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ในเชิงลึกได้มากขึ้น พร้อมทั้งเห็นรูปแบบและตัวอย่างผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของความฉลาดทางอารมณ์จากความรู้เอ็นเนียแกรมอย่างเป็นรูปธรรม

รายละเอียดชุดคำถามในแบบสอบถามสัมภาษณ์อยู่ในภาคผนวก เรื่องคำถามที่ใช้สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “เอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์”

3.6 การตรวจสอบคุณภาพ

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้การตรวจสอบความถูกต้องโดยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการตรวจสอบที่ได้รับการยอมรับความน่าเชื่อถือในการทำงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Denzin, 1978, 2012; Denzin & Lincoln, 2011) โดยหมายถึงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลที่ต่างกันหรือตรวจสอบข้อมูลที่ได้อีกด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน (Patton, 1999) โดย Denzin (1978) และ Patton (1999) ระบุว่า การตรวจสอบสามเส้า

สามารถกระทำได้ 4 วิธี คือ สามเส้าวิธีการ (Method Triangulation) สามเส้าผู้ตรวจการ (Investigator Triangulation) สามเส้าทฤษฎี (Theory Triangulation) และสามเส้าแหล่งข้อมูล (Data Source Triangulation) ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เลือกใช้วิธีการตรวจสอบคุณภาพด้วยการตรวจสอบสามเส้าแหล่งข้อมูล (Data Sources Triangulation) กล่าวคือนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแบบสอบถามสัมภาษณ์ (Survey Interview) มาตรวจสอบสามเส้ากับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตท่าทางและภาษากายของผู้ถูกสัมภาษณ์ (Observation) ระหว่างทำการสัมภาษณ์รายบุคคล ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะช่วยให้มั่นใจว่าข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (Flick, Kardorff, & Steinke, 2000)

นอกจากนั้นเพื่อเพิ่มความถูกต้องและน่าเชื่อถือของการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งต้องการให้เกิดความถูกต้องของข้อมูลชนิดที่มีการตีความ (Interpretive Validity) ที่ผู้วิจัยต้องพยายามทำความเข้าใจกระบวนการคิด มุมมองและความรู้สึกที่อยู่ภายในจิตใจของผู้ถูกสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลแบบที่มีการตีความต่ำ (Low Inference Descriptors) เพื่อให้ผลการศึกษาที่ได้มีความถูกต้องแม่นยำมากที่สุด (Johnson, 1997)

3.7 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนที่แนะนำโดย Yin (2015) โดยเริ่มต้นจากการรวบรวมข้อมูล (Compiling Data) ที่ได้ทั้งหมด ซึ่งกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีการสร้างรหัสแทนข้อมูล (Coding) แทนการใช้ข้อมูลส่วนตัวที่สามารถระบุตัวตนได้เพื่อรักษาความลับและความเป็นส่วนตัว (Confidentiality and Privacy) ของผู้เข้าร่วมวิจัย ก่อนที่จะนำข้อมูลดังกล่าวไปแยกส่วนย่อย (Disassembling) ก่อนนำข้อมูลดังกล่าวกลับมาจัดหมวดหมู่ใหม่ (Reassembling) แล้วค่อยนำข้อมูลที่จัดการไปวิเคราะห์ตีความ (Interpreting) และสรุปผล (Concluding) ซึ่งการวิเคราะห์ในครั้งนี้เลือกใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผ่านการวิเคราะห์เนื้อหาที่ปรากฏในการสัมภาษณ์เชิงลึก (Manifest Content) โดยทำการวัดความถี่ของคำหรือข้อความที่ปรากฏจากการจัดระบบจำแนกคำหรือข้อความที่ปรากฏเพื่อตอบคำถามของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์สรุปแบบอุปนัย (Analytical Induction) ซึ่งวิธีการดังกล่าวได้รับการยอมรับว่าเป็นวิธีการที่ได้ประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพทั่วไป (Holsti, 1969) ส่วนการนำเสนอผลการวิจัยผู้วิจัยใช้วิธีการนำเสนอด้วยวิธีการเชิงบรรยาย (Descriptive Research) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้

รูปภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนวิธีการดำเนินการวิจัยโดยสรุปโดยเริ่มต้นตั้งแต่การ ออกแบบระเบียบวิธีวิจัย ไปจนถึงการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย



รูปภาพที่ 3.1 สรุปขั้นตอนวิธีการดำเนินการวิจัย

3.8 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ผู้วิจัยได้คำนึงถึงจริยธรรมเกี่ยวกับการทำงานวิจัยในมนุษย์ โดยมีการทำหนังสือติดต่อเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัยก่อนเริ่มทำการสัมภาษณ์จริง รวมทั้งระบุรายละเอียดเป็นลายลักษณ์อักษรในเอกสาร Consent Form เรื่องการเก็บรักษาความลับและข้อมูลส่วนตัว (Confidentiality and Privacy) ของผู้เข้าร่วมวิจัยว่าผู้วิจัยจะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดที่ผู้เข้าร่วมวิจัย อนุญาต โดยจะทำการเก็บรักษาความลับของผู้เข้าร่วมวิจัยและไม่นำข้อมูลดังกล่าวไปเผยแพร่ที่ใด นอกจากนี้ก่อนกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกจะมีการยืนยันและสร้างข้อตกลงทางวาจา (Oral Agreement) เรื่องการรักษาความลับด้านข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัย อนุญาตให้เผยแพร่ทางวาจาอีกครั้ง รวมไปถึงการไม่เก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่เป็นข้อมูลซึ่งจะนำไปสู่การระบุตัวตนของผู้ให้ข้อมูล และใช้กระบวนการเก็บข้อมูลด้วยรหัสชุดข้อมูล (Coding) แทนการระบุชื่อข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมวิจัยในระหว่างการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลอีกด้วย งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล เลขที่หนังสือรับรอง COA.No.2020/02-080 ตามรายละเอียดแนบท้ายในภาคผนวก เรื่องหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาวิจัยเรื่อง เอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์ โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้การสัมภาษณ์ผ่านชุดคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ผ่านการตอบแบบสอบถามสัมภาษณ์ออนไลน์ในเบื้องต้น ตามด้วยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เพื่อเพิ่มเติมรายละเอียดของข้อมูลการศึกษา โดยประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในงานวิจัยเป็นบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่ทำงานในองค์กรเอกชน ภาครัฐ อาชีพอิสระ หรือเจ้าของกิจการที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเคยได้รับความรู้เกี่ยวกับเอ็นเนียแกรมในรูปแบบของการเข้าร่วมอบรมสัมมนา และได้ผ่านกระบวนการสังเกตตัวเอง (Self-observation) ภายหลังจากอบรมเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือน เพื่อทำความเข้าใจและยืนยันบุคลิกภาพที่ถูกต้องของตนเอง

ภายหลังจากเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรจำนวนทั้งสิ้น 75 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผ่านการประเมินแบบเน้นเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident Technique) (Hussey & Hussey, 1997) แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาเชื่อมโยงกับแนวคิดความฉลาดทางอารมณ์ของ Richard Boyatzis, Daniel Goleman and Korn Ferry Hay Group (2017) และนำเสนอโดยพิจารณาระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับได้แก่ คล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident), คล้อยตามปานกลาง (Moderately Evident) คล้อยตามในระดับต่ำ (Least Evident) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาความถี่ของหลักฐานที่ปรากฏในข้อมูลครั้งนี้ คือความถี่ของหลักฐานที่ปรากฏ ร้อยละ 75-100 จัดเป็นคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) ความถี่ของหลักฐานปรากฏ ร้อยละ 50-75 จัดเป็นคล้อยตามปานกลาง (Moderately Evident) และความถี่ของหลักฐานปรากฏน้อยกว่าร้อยละ 50 จัดเป็นคล้อยตามในระดับต่ำ (Least Evident) หลังจากนั้นข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แล้วจึงถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนเพื่อนำเสนอ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1. ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง
2. อาชีพปัจจุบัน

3. บุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
 4. ระดับความมั่นใจในความถูกต้องของบุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2** เอ็นเนียแกรมกับองค์ประกอบหลักตามแนวคิดความฉลาดทางอารมณ์
1. เอ็นเนียแกรมกับการตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness)
 2. เอ็นเนียแกรมกับการบริหารจัดการตนเอง (Self-Management)
 3. เอ็นเนียแกรมกับการตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness)
 4. เอ็นเนียแกรมกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)

4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลแสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงอายุ (Age Range)	จำนวน (Number)	ร้อยละ (Percent)
18 – 30 ปี	17	22.67%
31 – 40 ปี	40	53.33%
41 – 50 ปี	13	17.33%
51 – 60 ปี	4	5.33%
มากกว่า 61 ปี	1	1.33%

ตารางที่ 4.1 พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมามีอายุ 18-30 ปี โดยมีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 ส่วนผู้ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67

4.1.2 อาชีพปัจจุบัน

ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพของกลุ่มตัวอย่างแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลแสดงอาชีพปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ (Profession)	จำนวน (Number)	ร้อยละ (Percent)
เจ้าของธุรกิจ	12	16%
ข้าราชการหรือพนักงานของรัฐ	10	13.33%
พนักงานบริษัทเอกชน	47	62.67%
อาชีพอิสระ (Freelance)	5	6.67%
อื่นๆ (พระภิกษุ)	1	1.33%
รวม (Total)	75	100%

ตารางที่ 4.2 พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน มีพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 62.67 รองลงมาคือเจ้าของธุรกิจ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ข้าราชการหรือพนักงานของรัฐ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 อาชีพอิสระมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และอื่นๆ ได้แก่ พระภิกษุ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33

4.1.3 บุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่างแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลแสดงบุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

บุคลิกภาพลักษณะ (Enneagram Type)	จำนวน (Number)	ร้อยละ (Percent)	บุคลิกภาพลักษณะ (Enneagram Type)	จำนวน (Number)	ร้อยละ (Percent)
ลักษณะ 1 (Type 1)	7	9.33%	ลักษณะ 2 (Type 2)	9	12.00%
ลักษณะ 3 (Type 3)	8	10.67%	ลักษณะ 4 (Type 4)	6	8.00%
ลักษณะ 5 (Type 5)	9	12.00%	ลักษณะ 6 (Type 6)	8	10.67%
ลักษณะ 7 (Type 7)	10	13.33%	ลักษณะ 8 (Type 8)	10	13.33%
ลักษณะ 9 (Type 9)	8	10.67%			
รวมทั้งหมด	75	100%			

ตารางที่ 4.3 พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน ประกอบไปด้วยบุคคลที่มีบุคลิกภาพครบทั้ง 9 ลักษณะ โดยนิยามบุคลิกภาพของบุคคลทั้ง 9 ลักษณะอ้างอิงตามตารางที่ 2.2 ถึงตารางที่ 2.10 ในบทที่ 2 ของงานวิจัยครั้งนี้ โดยมีการกระจายตัวของจำนวนคนแต่ละลักษณะอย่าง

ใกล้เคียงกันในช่วงร้อยละ 8 ถึง 13.33 โดยลักษณะ 7 และลักษณะ 8 มีจำนวนมากที่สุดลักษณะละ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 รองลงมาได้แก่ลักษณะ 2 และลักษณะ 5 ซึ่งมีจำนวนลักษณะละ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ส่วนลักษณะ 3 ลักษณะ 6 และลักษณะ 9 มีจำนวนลักษณะละ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 ลักษณะ 1 มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 ส่วนลักษณะ 4 มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 8

4.1.4 ระดับความมั่นใจในความถูกต้องของบุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อความถูกต้องของข้อมูลงานวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามเกี่ยวกับระดับความมั่นใจในความถูกต้องของบุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำการยืนยันความถูกต้อง (Verify) ของประเภทบุคลิกภาพลักษณะของตนเอง โดยให้กลุ่มตัวอย่างรายงานระดับความมั่นใจในความถูกต้อง (Self Report) ออกมาในรูปแบบร้อยละ ตั้งแต่ ร้อยละ 0 คือไม่มั่นใจ จนถึงร้อยละ 100 คือมั่นใจว่าลักษณะดังกล่าวคือประเภทบุคลิกภาพของตนเอง โดยข้อมูลเกี่ยวกับระดับความมั่นใจในความถูกต้องในบุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่างแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลแสดงระดับความมั่นใจในความถูกต้องของบุคลิกภาพลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

	ค่าเฉลี่ยระดับความมั่นใจใน ความถูกต้องของลักษณะ (Percent)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (N=75)	94.23%	70%	100%
จำแนกตามลักษณะ			
ลักษณะ 1 (N=7)	85.71%	70%	100%
ลักษณะ 2 (N=9)	98.89%	90%	100%
ลักษณะ 3 (N=8)	90.00%	70%	100%
ลักษณะ 4 (N=6)	98.00%	90%	100%
ลักษณะ 5 (N=9)	92.55%	80%	100%
ลักษณะ 6 (N=8)	92.50%	70%	100%
ลักษณะ 7 (N=10)	96.80%	88%	100%
ลักษณะ 8 (N=10)	95.40%	70%	100%
ลักษณะ 9 (N=8)	96.75%	88%	100%

ตารางที่ 4.4 พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คนมีระดับความมั่นใจในความถูกต้องของบุคลิกภาพลักษณะตนเองเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 94.23 โดยระดับความมั่นใจสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 100 ส่วนระดับความมั่นใจต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ 70 โดยหากจำแนกตามลักษณะพบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 มีระดับความมั่นใจในความถูกต้องของบุคลิกภาพลักษณะตนเองเฉลี่ยสูงที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 98.89 ส่วนกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 มีระดับความมั่นใจในความถูกต้องของบุคลิกภาพลักษณะตนเองเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับทั้ง 9 ลักษณะ โดยค่าเฉลี่ยความมั่นใจความถูกต้องอยู่ที่ร้อยละ 85.71

4.2 เอ็นเนียแกรมกับองค์ประกอบหลักตามแนวคิดความฉลาดทางอารมณ์

ภายหลังการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้ง 75 คนด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผ่านการประเมินแบบเน้นเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident Technique) เพื่อนำมาเปรียบเทียบระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) กับแนวคิดความฉลาดทางอารมณ์ ได้ผลออกมาดังแสดงในตารางที่ 4.5 พร้อมทั้งรายละเอียดเพิ่มเติมด้านล่าง

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับองค์ประกอบหลักตามแนวคิดความฉลาดทางอารมณ์

องค์ประกอบหลักตามแนวคิดความฉลาดทางอารมณ์	จำนวนที่แสดงถึงความคล้อยตาม (Number)	ร้อยละของความคล้อยตาม (Percent)	ระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity)		
			คล้อยตามในระดับต่ำ (Least Evident)	คล้อยตามปานกลาง (Moderately Evident)	คล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident)
1. การตระหนักรู้ในตนเอง (Self Awareness)	75	100%			✓
2. การบริหารจัดการตนเอง (Self Management)	63	84.00%			✓
3. การตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness)	73	97.33%			✓
4. การบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)	74	98.67%			✓

ตารางที่ 4.5 พบว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 100 เล่าถึงพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่แสดงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) กับประเด็นการมีความตระหนักรู้ในตนเอง (Self Awareness) ที่เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเดียวกันจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 84 เล่าถึงพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่แสดงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัดกับการบริหารจัดการตนเอง (Self Management) ที่ดีขึ้น ส่วนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 97.33 เล่าถึงพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่แสดงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด กับการตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness) ที่เพิ่มขึ้น และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 98.67 เล่าถึงเหตุการณ์ที่แสดงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัดกับการบริหารความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น

4.2.1 เอ็นเนียแกรมกับการตระหนักรู้ในตนเอง (Self Awareness)

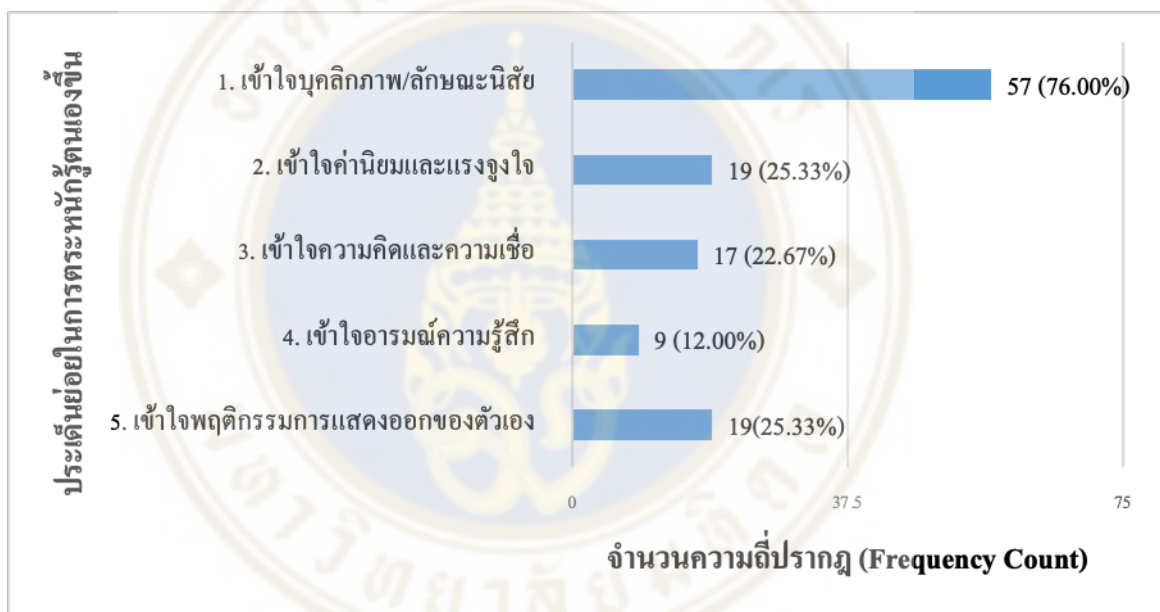
เมื่อทำการวิเคราะห์เพิ่มเติม โดยจำแนกออกเป็น 9 ลักษณะ ได้ข้อมูลตามตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการตระหนักรู้ในตนเอง (Self Awareness) จำแนกตามลักษณะทั้ง 9 ลักษณะ

การตระหนักรู้ในตนเอง (Self Awareness)	จำนวนที่ แสดงถึง ความคล้อย ตาม	ร้อยละ ของความ คล้อยตาม (Percent)	ระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity)		
			คล้อยตามใน ระดับต่ำ (Least Evident)	คล้อยตาม ปานกลาง (Moderately Evident)	คล้อยตามอย่าง เห็นได้ชัด (Most Evident)
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด(N=75)	75	100%			✓
จำแนกตามลักษณะ					
ลักษณะ 1 (N=7)	7	100%			✓
ลักษณะ 2 (N=9)	9	100%			✓
ลักษณะ 3 (N=8)	8	100%			✓
ลักษณะ 4 (N=6)	6	100%			✓
ลักษณะ 5 (N=9)	9	100%			✓
ลักษณะ 6 (N=8)	8	100%			✓
ลักษณะ 7 (N=10)	10	100%			✓
ลักษณะ 8 (N=10)	10	100%			✓
ลักษณะ 9 (N=8)	8	100%			✓
รวม (Total)	75				

ตารางที่ 4.6 พบว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ประชากรกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 จำนวน 7, 9, 8, 6, 9, 8, 10, 10, 8 คนตามลำดับ ทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100 เล่าถึงพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่แสดงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) กับการมีความตระหนักรู้ในตนเองเพิ่มขึ้น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประเด็นย่อยเรื่องการตระหนักรู้ในตนเองของประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ที่เกี่ยวข้องกับ การตระหนักรู้ในตนเอง 5 ประเด็น ได้แก่ การเข้าใจบุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัยของตนเอง การเข้าใจค่านิยมและแรงจูงใจภายใน การเข้าใจรูปแบบความคิดและความเชื่อ การเข้าใจอารมณ์ความรู้สึก และการเข้าใจพฤติกรรมการแสดงออกของตนเอง ซึ่งได้ผลดังแสดงในรูปภาพที่ 4.1



รูปภาพที่ 4.1 ข้อมูลแสดงประเด็นปรากฏเกี่ยวกับการตระหนักรู้ภายในตนเองที่เพิ่มมากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม

รูปภาพที่ 4.1 พบว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 76 ระบุมีความเข้าใจบุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัยของตนเองมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 ระบุว่ามีความเข้าใจเกี่ยวกับค่านิยมและแรงจูงใจภายในของตนเองมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 ระบุว่ามีความเข้าใจแบบแผนความคิดและความเชื่อของตนเองมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ระบุว่ามีความเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของตนเองมากขึ้น และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 ระบุว่ามีความเข้าใจพฤติกรรมแสดงออกของตนเองมากขึ้น

เมื่อทำการวิเคราะห์รายละเอียดเพื่อหาจำนวนความถี่ (Frequency Count) ในแต่ละประเด็นโดยจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะ ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลแสดงรายละเอียดจำนวนความถี่ในประเด็นย่อยเรื่องการตระหนักรู้ภายในตนเองของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะ

ประเด็นการตระหนักรู้ในตนเองที่เข้าใจมากขึ้น	บุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัย	ค่านิยมและแรงจูงใจภายใน	ความคิดและความเชื่อ	อารมณ์ความรู้สึก	พฤติกรรม การแสดงออก
ลักษณะ 1 (N=7)	3 (42.86%)	2 (28.57%)	0 (0%)	1 (14.29%)	3 (42.86%)
ลักษณะ 2 (N=9)	7 (77.78%)	1 (11.11%)	3 (33.33%)	1 (11.11%)	2 (22.22%)
ลักษณะ 3 (N=8)	6 (75.00%)	2 (25.00%)	0 (0%)	1 (12.50%)	2 (25.00%)
ลักษณะ 4 (N=6)	5 (83.33%)	2 (33.33%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (16.67%)
ลักษณะ 5 (N=9)	8 (88.89%)	2 (22.22%)	2 (22.22%)	1 (11.11%)	2 (22.22%)
ลักษณะ 6 (N=8)	7 (87.50%)	4 (50.00%)	2 (25.00%)	0 (0%)	2 (25.00%)
ลักษณะ 7 (N=10)	8 (80.00%)	3 (30.00%)	6 (60.00%)	3 (30.00%)	3 (30.00%)
ลักษณะ 8 (N=10)	7 (70.00%)	3 (30.00%)	1 (10.00%)	1 (10.00%)	1 (10.00%)
ลักษณะ 9 (N=8)	6 (75.00%)	0 (0%)	3 (37.50%)	1 (12.50%)	3 (37.50%)
รวม (N=75)	57(76.00%)	19(25.33%)	17 (22.67%)	9 (12.00%)	19 (25.33%)

ตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 จำนวน 7 คน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจบุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัยของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจค่านิยมและแรงจูงใจภายในของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของตนเองมากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเองมากขึ้น

“ภายหลังเรียนเอ็นเนียแกรมก็เข้าใจว่า การที่เราบอกว่า เราคิดว่ามันน่าจะดีกว่านี้ นั่นคือส่วนหนึ่งของลักษณะของเรา ทำให้เรารู้ว่าทำไมเราถึงอยากทำให้ดีกว่านี้ และบางอย่างมันอาจจะดีแล้วแต่เราคิดเองว่ายังดีไม่พอ”

ลักษณะ 1 (รหัสชุดข้อมูล 026)

ตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 จำนวน 9 คน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจบุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัยของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจค่านิยมและแรงจูงใจภายในของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจแบบแผนความคิดและความเชื่อของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของตนเองมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเองมากขึ้น

“ก็เข้าใจตัวเองว่าที่เราชอบเครียดหรือกังวลเรื่องคนใกล้ตัวโดยเฉพาะคนในครอบครัว พ่อ แม่ ลูก สามี่ ไม่ว่าเขาจะเจอปัญหาเล็กใหญ่ เราจะเครียดและกังวลกับเขามากๆ อยากจะทำทุกทางเพื่อช่วยเขา เป็นเพราะว่าความสุขของเขาคือความสุขของเรา และเขาก็คนวงในสุดของเรา”

ลักษณะ 2 (รหัสชุดข้อมูล 069)

ตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 จำนวน 8 คน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจบุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัยของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจค่านิยมและแรงจูงใจภายในของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของตนเองมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเองมากขึ้น

“หลังเรียนทำให้เข้าใจอารมณ์ตัวเองมากขึ้น จับอารมณ์รู้เท่าทันได้เร็วขึ้น คือบายใจขึ้น รอได้ งานสมบูรณ์แบบเหมือนเดิม ไม่ทำร้ายตนเองและผู้อื่น เพราะปกติความใจร้อน อยากให้งานเสร็จไว ความคาดหวังสูง บางครั้งเลยมีผลทำให้การสื่อสารสั้นและไม่ชัดเจน”

ลักษณะ 3 (รหัสชุดข้อมูล 060)

ตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 จำนวน 6 คน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจบุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัยของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจค่านิยมและแรงจูงใจภายในของตนเองมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเองมากขึ้น

“ภายหลังเรียนเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจสภาวะอารมณ์ที่เกิดขึ้น เช่นเห็นอารมณ์ที่ไม่อยากทำนั้นนี่ตามที่วางแผนไว้ การอยากอยู่คนเดียวทั้งที่รู้สึกเหงา และเวลาไม่มีใครเข้ามาสนทด้วย มากๆ ถ้ามากเกินไปจะเริ่มหนี”

ลักษณะ 4 (รหัสชุดข้อมูล 027)

ตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 จำนวน 9 คน มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจบุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัยของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจค่านิยมและแรงจูงใจภายในของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจแบบแผนความคิดและความเชื่อของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของตนเองมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเองมากขึ้น

“ภายหลังเรียนเหมือนพอมันรู้ประเด็นตั้งต้นจากเอ็นเนียแกรมว่าอะไรที่จะเป็นประเด็นที่กระทบความรู้สึกเราเยอะๆ มันก็จะไปสังเกตตรงนั้นง่ายขึ้น เช่น การรูกอล์ฟที่ส่วนตัวของ 5 ก่อนหน้านี้ก็ไม่ได้สังเกตอะไร แต่พอรู้ประเด็นนี้มันก็เห็นได้เร็วขึ้น ชัดขึ้นว่าพอถูกรูกอล์ฟคนเดียวก็ไม่พอใจขึ้นมาแล้ว เหมือนมันเป็นจุดตั้งต้นให้เห็นว่าเรา sensitive ประเด็นแฉๆนี่นะ ที่เคยเข้าใจว่าทุกคนเป็นเหมือนกันหรือมันไม่ใช่ประเด็นอะไรทำไปตามความเคยชิน ก็ทำให้ได้มาลองสังเกตตัวเองเพิ่ม”

ลักษณะ 5 (รหัสชุดข้อมูล 002)

ตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 จำนวน 8 คน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจบุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัยของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจค่านิยมและแรงจูงใจภายในของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจแบบแผนความคิดและความเชื่อของตนเองมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเองมากขึ้น

“แต่ก่อนไม่ค่อยเข้าใจว่าทำไมเราถึงต้องเครียดมากๆ ทุกครั้งที่จะต้องไปทำในเรื่องที่ไม่เคยทำหรือต้องทำเป็นครั้งแรก ซึ่งพอได้รู้ว่าตัวเองเป็นลักษณะ 6 ก็ทำให้ได้ตระหนักขึ้นมาว่ามันคือธรรมชาติของเรา ทำให้เครียดน้อยลง”

ลักษณะ 6 (รหัสชุดข้อมูล 068)

ตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 จำนวน 10 คน มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจบุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัยของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจค่านิยมและแรงจูงใจภายในของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจแบบแผนความคิดและความเชื่อของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของตนเองมากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเองมากขึ้น

“หลังจากได้เรียนรู้นิสัยตัวเองรู้สึกว่าได้เข้าใจธรรมชาติความคิดตัวเองมากขึ้นจากที่เคยสงสัยตัวเองมาตั้งแต่เด็กมาตลอดว่าทำไมเราถึงไม่ชอบให้ตัวเองอยู่หรือเจอสภาวะสิ่งแวดล้อมที่มีพลังงานลบเอามากๆ ได้เรียนรู้จุดอ่อนของตัวเอง พยายามบังคับตัวเองให้จดจ่ออยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งนานๆ เช่นเวลาทำงานที่จะต้องทำหลายๆงาน เราจะชอบคิดและทำทุกอย่างพร้อมกันแต่ไม่สำเร็จเสร็จเลยสักงาน วิธีการจัดการระบบความคิดตัวเองคือ ต้องเรียงลำดับงาน ทำให้เสร็จทีละอย่าง โดยหยุดสนใจความคิดอื่นที่เล่นเข้ามา”

ลักษณะ 7 (รหัสชุดข้อมูล 046)

ตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 จำนวน 10 คน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจบุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัยของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจค่านิยมและแรงจูงใจภายในของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจแบบแผนความคิดและความเชื่อของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของตนเองมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเองมากขึ้น

“ภายหลังเรียนนพลักษณ์เข้าใจตัวเองด้านอารมณ์ สามารถควบคุมอารมณ์ตนเองได้มากขึ้น ได้รู้จักจุดแข็งของตัวเองคือสามารถเป็นผู้นำให้น้องๆในที่ทำงานได้ และรู้จักจุดอ่อนตัวเอง เรื่องการเป็นคนขี้สงสาร”

ลักษณะ 8 (รหัสชุดข้อมูล 032)

ตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 จำนวน 8 คน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจบุคลิกภาพ/ลักษณะนิสัยของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจแบบแผนความคิดและความเชื่อของตนเองมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของตนเองมากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเองมากขึ้น

“ทำให้เข้าใจความรู้สึกและพฤติกรรมของตัวเองมากขึ้นค่ะ เช่น เวลามีปัญหาหรือเสียใจ เป็นคนที่ไม่ค่อยเล่าให้ใครฟัง มักเก็บไว้คนเดียวและทำเหมือนไม่มีอะไรเกิดขึ้น และคิดว่าเดี๋ยวมันก็ผ่านไปเอง ตอนนี่จึงเข้าใจว่าคงเป็นเพราะเรากลัวคนอื่นจะไม่สบายใจหรือเครียดไปกับเรา และบางทีเราก็อ้างเหตุผลของคนอื่นที่ทำให้เราไม่สบายใจด้วยว่าทำไมถึงทำแบบนั้น เหมือนนพลักษณ์ทำให้รู้จักกลไกความคิดตัวเองมากขึ้น มองตัวเองชัดขึ้นค่ะ”

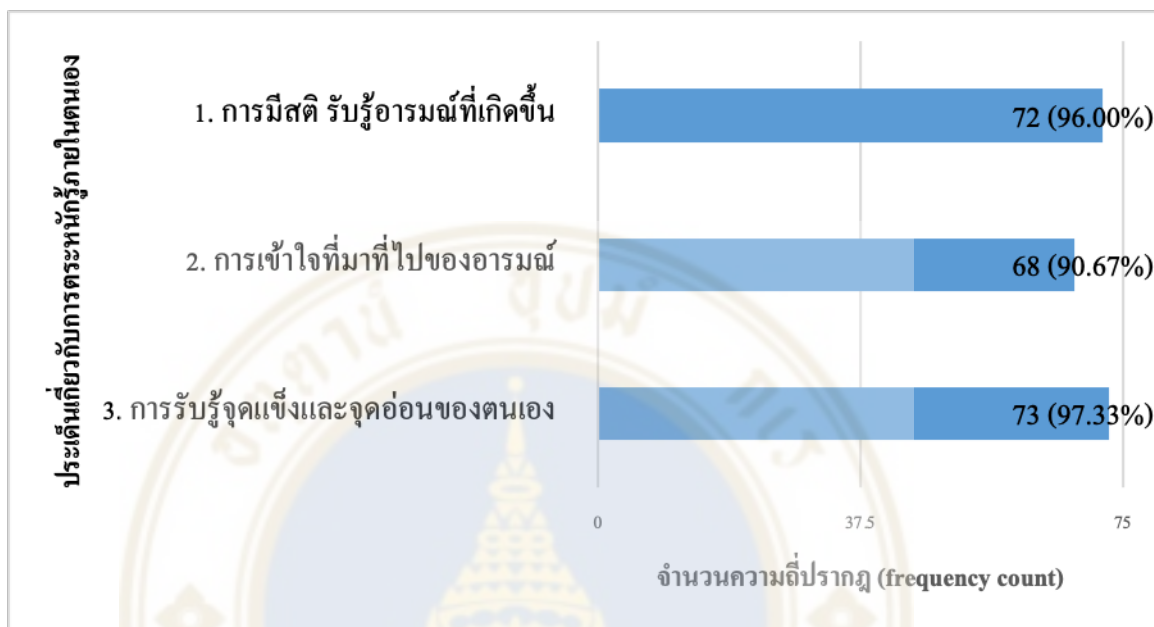
ลักษณะ 9 (รหัสชุดข้อมูล 072)

Boyatzis et al. (2017) ระบุว่าบุคคลที่มีความสามารถด้านการตระหนักรู้ในตนเองจะแสดงพฤติกรรมหรือความสามารถที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1. การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของตนเอง (Awareness of own feelings)
2. การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ (Awareness of why these feelings occur)
3. การเข้าใจผลกระทบของอารมณ์ที่เกิดขึ้น (Understand the implications)
4. การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง (Awareness of own strengths and limits)
4. การเปิดรับต่อข้อมูลป้อนกลับของผู้อื่น (Being open to feedback)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีส่วนช่วยส่งเสริมการแสดงออกพฤติกรรมหรือความสามารถที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้น (Awareness of own feelings) การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ (Awareness of why these feelings occur) และการรับรู้จุดแข็งและ

จุดอ่อนของตนเอง (Awareness of own strengths and limits) จากพฤติกรรมหรือความสามารถที่สำคัญทั้งหมด 5 ประการที่เป็นคุณสมบัติของผู้ที่มีความสามารถด้านการตระหนักรู้ในตนเองได้ดี ดังรายละเอียดที่แสดงในรูปภาพที่ 4.2



รูปภาพที่ 4.2 ประเด็นปรากฏเกี่ยวกับการตระหนักรู้ภายในตนเองภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม

รูปภาพที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน ที่ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยพัฒนาการตระหนักรู้ภายในตนเอง มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 96.00 ระบุว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมทำให้มีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นได้มากขึ้น มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 90.67 ระบุว่าสามารถเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ได้มากขึ้น และมีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 97.33 ระบุว่าได้รับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองเพิ่มมากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม

เมื่อทำการวิเคราะห์รายละเอียดของประเด็นปรากฏแต่ละรายการ โดยจำแนกรายละเอียดในกลุ่มตัวอย่างแต่ละลักษณะทั้ง 9 ลักษณะ ซึ่งได้ข้อมูลดังแสดงในส่วนถัดไป ดังนี้

4.2.1.1 การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้น (Awareness of own feelings)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประเด็นย่อยเรื่องการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามบุคลิกภาพแต่ละลักษณะ ได้ผลดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะ

การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้น	จำนวนที่แสดงถึงความคล้อยตาม (Number)	ร้อยละของความคล้อยตาม (Percent)	ระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity)		
			คล้อยตามในระดับต่ำ (Least Evident)	คล้อยตามปานกลาง (Moderately Evident)	คล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident)
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (N=75)	72	96.00			✓
จำแนกตามลักษณะ					
ลักษณะ 1 (N=7)	7	100%			✓
ลักษณะ 2 (N=9)	7	77.78%			✓
ลักษณะ 3 (N=8)	8	100%			✓
ลักษณะ 4 (N=6)	6	100%			✓
ลักษณะ 5 (N=9)	8	88.89%			✓
ลักษณะ 6 (N=8)	8	100%			✓
ลักษณะ 7 (N=10)	10	100%			✓
ลักษณะ 8 (N=10)	10	100%			✓
ลักษณะ 9 (N=8)	8	100%			✓
รวม (Total)	72				

ตารางที่ 4.8 พบว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 96.00 เล่าถึงพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่คล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) กับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นที่เพิ่มมากขึ้น โดยเมื่อจำแนกออกเป็น 9 ลักษณะ พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1, 3, 4, 6, 7, 8 และ 9 ทั้งหมด จำนวน 7, 8, 6, 8, 10, 10 และ 8 คนตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 100 เล่าถึงเหตุการณ์และพฤติกรรมที่แสดงถึงการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงดีขึ้น รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 และสุดท้ายได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78

เนื่องจากบุคคลทั้ง 9 ลักษณะมีรูปแบบบุคลิกภาพและแบบแผนทางอารมณ์ (Feeling Patterns) ที่แตกต่างกัน ทำให้รูปแบบหรือประเภทของอารมณ์ที่คนแต่ละลักษณะรับรู้จึงแตกต่างกัน (Cloete & Greeff, 2017) ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาประเด็นย่อย (Subthemes) ของการมีสติรับรู้รูปแบบอารมณ์ของแต่ละลักษณะเปรียบเทียบกับรายละเอียดบุคลิกภาพของคน 9 ลักษณะตามวรรณกรรมในบทที่ 2 ตารางที่ 2.2 ถึง 2.10 ทำให้พบข้อมูลเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะดังแสดงในตารางที่ 4.9 ถึงตารางที่ 4.17 ดังแสดงรายละเอียดในส่วนถัดไป

4.2.1.1.1 การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 1

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของคนลักษณะ 1 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.2 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (Code) (N=7)	009	014	020	026	055	067	075	จำนวน	ร้อยละ
1. ความหงุดหงิดใจเวลาสิ่งต่างๆไม่เป็นไปตามที่คาดหวังหรือควรจะเป็น	√	√	√	√	√			5	71.43
2. การข่มความโกรธและไม่แสดงอารมณ์ออกไป	√			√		√		3	42.86
3. ความเครียดจากการต้องพยายามทำสิ่งต่างๆให้สมบูรณ์แบบที่สุด							√	1	14.29
4. ความไม่พอใจเวลาคนอื่นไม่เห็นด้วยกับหลักการความถูกต้องที่ตนเองยึดถือ							√	1	14.29

ตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ทั้งหมดจำนวน 7 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 ระบุว่ามีความตระหนักรู้ในเรื่องความหงุดหงิดใจเวลาสิ่งต่างๆไม่เป็นไปตามที่คาดหวังหรือควรจะเป็นมากขึ้นภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรม มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ระบุว่ามีความตระหนักรู้ในเรื่องการข่มความโกรธและไม่ยอมแสดงอารมณ์ที่แท้จริงออกไปมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ระบุว่ามีความตระหนักรู้ในเรื่องความเครียดจากการต้องพยายามทำสิ่งต่างๆให้สมบูรณ์แบบที่สุ่มมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ระบุว่ามีความตระหนักรู้ในเรื่องความไม่พอใจเวลาคนอื่นไม่เห็นด้วยกับหลักการความถูกต้องที่ตนเองยึดถือมากขึ้น

“หลังเรียนเอ็นเนียแกรมพอโกรธ บางครั้งก็จะแสดงออกชัดเจนมากเพื่อต้องการให้คนรอบข้างรู้ว่าโกรธอยู่ หรือบางครั้งโกรธมากแต่เลือกที่จะนิ่งและเงียบไปเลย”

ลักษณะ 1 (รหัสชุดข้อมูล 026)

4.2.1.1.2 การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของคนลักษณะ 2 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.3 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (Code) (N=9)	006	015	018	024	025	039	040	042	069	จำนวน	ร้อยละ (%)
1. เสียใจเวลาผู้อื่นไม่เห็นความสำคัญตน		√		√	√			√	√	5	55.55
2. ดัดใจเวลาอยู่ในบรรยากาศตึงเครียด						√	√		√	3	33.33

ตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ทั้งหมดจำนวน 9 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.55 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องเสียใจหรือ

น้อยใจเวลาผู้อื่นไม่เห็นความสำคัญของตนมากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความอึดอัดใจเวลาอยู่ในบรรยากาศตึงเครียดมากขึ้น

“เป็นคนชอบทำอะไรให้คนอื่น เวลาคนอื่นไม่เห็นคุณค่าจะเสียใจมาก”

ลักษณะ 2 (รหัสชุดข้อมูล 015)

4.2.1.1.3 การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของคนลักษณะ 3 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.4 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	036	037	041	057	060	061	062	071	จำนวน	ร้อยละ
1. ก ความจริงจัง มุ่งมั่น เครียดหรือกดดัน ตัวเองเวลาทำงาน		√	√	√	√	√	√	√	7	87.50
2. ก วามชื่นชอบหรือ เป็นสุขใจเมื่อได้รับ ความสำเร็จ	√		√	√	√				4	50.00
3. ก ความรู้สึกภูมิใจเมื่อ ได้รับการชื่นชม				√					1	12.50
4. ก ารมุ่งเน้นลงมือทำ โดยไม่ได้วางแผน ให้รอบคอบก่อน								√	1	12.50

ตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ทั้งหมด 8 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 7 คน ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความจริงจัง มุ่งมั่น เครียดหรือกดดันตัวเองเวลาทำงานมากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความชื่นชอบหรือเป็นสุขใจเมื่อได้รับความสำเร็จมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความรู้สึกภูมิใจเมื่อได้รับการชื่นชมมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องการมุ่งเน้นลงมือทำโดยไม่ได้วางแผนให้รอบคอบมากขึ้น

“ชอบการถูกชื่นชมและการถูกมองเห็นผลงาน”

ลักษณะ 3 (รหัสชุดข้อมูล 071)

4.2.1.1.4 การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 4

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 4 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.5 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=6)	013	017	027	053	073	074	จำนวน	ร้อยละ
1. ความเศร้า/เสียใจ/หดหู่ซึ่งส่งผลให้อยากแยกตัวออกจากผู้อื่นและจมกับอารมณ์ตนเอง		√	√	√	√		4	66.67
2. ความรู้สึกอิจฉาหรือเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น		√				√	2	33.33
3. ไม่อยากทำตามแผนการหรือกฎระเบียบที่กำหนดเอาไว้			√	√			2	33.33
4. โทษตัวเอง ต่ำหนิตัวเอง โยนความผิดพลาดให้ตัวเอง	√						1	16.67

ตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ทั้งหมด 6 คน หลังการศึกษา เ็นเนียบแกรมมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความเศร้า/เสียใจ/ หดหู่ซึ่งส่งผลให้อยากแยกตัวออกจากผู้อื่นและจมอยู่กับอารมณ์ตนเองมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความรู้สึกอิจฉาหรือเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่นมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องไม่ยอมทำตามแผนการหรือกฎระเบียบที่กำหนดเอาไว้มากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องโทษตัวเอง ต่ำหนิตัวเอง โยนความผิดพลาดให้ตัวเองมากขึ้น

“ทำให้เห็นว่าเรากำลังมีอารมณ์เชิงลบ หรือกำลังอยากจะทำกับอารมณ์เชิงลบของตัวเอง เช่น เวลาเครียดๆอยากแยกตัวไปนั่งเครียดคนเดียวให้สะใจ”

ลักษณะ 4 (รหัสชุดข้อมูล 017)

4.2.1.1.5 การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 5

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของคนลักษณะ 5 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.6 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=9)	002	012	021	028	038	045	047	050	054	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่แสดงออกความรู้สึกที่เกิดขึ้น		√		√	√		√		√	5	55.56
2. ความหวงแหนเวลาข้อมูลหรือพื้นที่ส่วนตัว	√		√		√	√			√	5	55.56
3. การวิเคราะห์สิ่งต่างๆ มากเกินไปและใช้เหตุผลมาอธิบายแทนความรู้สึก	√	√		√			√			4	44.44
4. ความไม่พอใจเมื่อไม่รู้ ไม่มีข้อมูล หรือไม่เตรียมตัว			√		√	√				3	33.33

ตารางที่ 4.13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ทั้งหมด 9 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องการไม่แสดงออกความรู้สึกที่เกิดขึ้นมากขึ้น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความหวงแหนเวลา ข้อมูลหรือพื้นที่ส่วนตัวมากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องการวิเคราะห์สิ่งต่างๆ มากเกินไปและใช้เหตุผลมาอธิบายแทนความรู้สึกมากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความไม่พอใจเมื่อไม่รู้ ไม่มีข้อมูล หรือไม่เตรียมตัวมากขึ้น

“หลังเรียนนพลักษณ์ได้รู้ว่าเราจะไม่พอใจที่มีใครมารุกล้ำความเป็นส่วนตัว เช่นมาถามอะไรซอกแซก และเข้าใจตัวเองมากขึ้นเกี่ยวกับสภาวะ Isolation ของตนเอง เราจะตัดอารมณ์หรือความสนใจต่อสิ่งที่มากระทบความรู้สึกโดยอัตโนมัติอย่างรวดเร็ว”

ลักษณะ 5 (รหัสชุดข้อมูล 054)

4.2.1.1.6 การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 6

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 6 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.7 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	011	019	048	059	063	064	065	068	จำนวน	ร้อยละ
1. ความกลัว วิตกกังวล คาดการณ์สิ่งที่ไม่แน่นอน ในอนาคต	√	√	√	√	√	√	√	√	8	100
2. ความลังเล สงสัย ไม่ไว้ใจ				√	√		√		3	37.50
3. ความไม่มั่นใจในตนเอง					√		√	√	3	37.50

ตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความกลัว วิตกกังวล คาดการณ์สิ่งที่ไม่แน่นอนในอนาคตมากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่า

ความตระหนักรู้เรื่องความล้มเหลว สงสัย ไม่ไว้วางใจมากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความไม่มั่นใจในตนเองมากขึ้น

“หลังเรียนนพลักษณ์ทำให้รู้ว่าที่ตนเองเป็นคนเครียดคิดเยอะและไม่กล้าตัดสินใจในหลายๆเรื่อง เกิดจากกลัวว่าตัวเองจะตัดสินใจผิดพลาด ต้องคอยหาคำปรึกษาหรือให้คนอื่นช่วยตัดสินใจ”

ลักษณะ 6 (รหัสชุดข้อมูล 065)

4.2.1.1.7 การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 7

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของคนลักษณะ 7 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.8 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	001	008	029	044	046	049	051	052	058	066	จำนวน	ร้อยละ
1. อยากลองทำสิ่งใหม่ๆ		√	√	√	√	√		√	√	√	8	80.00
2. ความร่าเริง สนุกสนาน มีความสุขได้ง่าย		√		√	√	√	√	√	√		7	70.00
3. ความเบื่อง่าย ไม่ชอบสิ่ง ซ้ำซาก จำเจ	√		√		√	√	√	√	√		7	70.00
4. การมองเห็นแต่เรื่องดี หรือด้านดีในสิ่งต่างๆ	√	√				√		√	√		5	50.00
5. ความรู้สึกอึดอัดใจเวลา ใครตั้งหรือบังคับ							√				1	10.00

ตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ทั้งหมด 10 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความอยากลองทำสิ่งใหม่ๆมากขึ้น มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความร่าเริง สนุกสนาน มีความสุขได้ง่ายมากขึ้น มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความเบื่อง่าย ไม่ชอบสิ่งซ้ำซาก จำเจมากขึ้น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ระบุว่ามีความ

ตระหนักถึงเรื่องการมองเห็นแต่เรื่องดีหรือด้านดีในสิ่งต่างๆมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ระบุว่ามีความตระหนักถึงเรื่องความรู้สึกอีกอีกจิตใจเวลาใครสั่งหรือบังคับมากขึ้น

“หลังจากได้เรียนรู้พื้นฐานพลักษณ์รู้สึกได้ว่าเข้าใจธรรมชาติความคิดตัวเองมากขึ้น จากที่เคยสงสัยตัวเองมาตั้งแต่เด็กมาตลอดว่าทำไมเราไม่ชอบให้ตัวเองอยู่หรือเจอสภาวะสิ่งแวดล้อมที่มีพลังงานลบเอามากๆ”

ลักษณะ 7 (รหัสชุดข้อมูล 046)

4.2.1.1.8 การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 8

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 8 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.9 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	005	010	016	022	023	032	034	035	056	070	จำนวน	ร้อยละ
1. ความรู้สึกโกรธและการแสดงความไม่พอใจอย่างเปิดเผย	√	√	√	√	√	√	√	√	√		9	90.00
2. ความอยากควบคุมสิ่งต่างๆให้อยู่ภายใต้การจัดการ	√		√	√	√		√			√	6	60.00
3. ความไม่อยากให้ตัวเองอ่อนแอ									√		1	10.00

ตารางที่ 4.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ทั้งหมดจำนวน 10 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียงแกรมมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90 ระบุว่ามีความตระหนักถึงเรื่องความรู้สึกโกรธและการแสดงความไม่พอใจอย่างรุนแรง เปิดเผยมากขึ้น มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ระบุว่ามีความตระหนักถึงเรื่องความอยากควบคุมสิ่งต่างๆให้อยู่ภายใต้การจัดการมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ระบุว่ามีความตระหนักถึงเรื่องความไม่อยากให้ตัวเองอ่อนแอมากขึ้น

“ภายหลังเรียนนพลักษณ์เข้าใจตัวเองด้านอารมณ์ สามารถควบคุม อารมณ์ตนเองได้มากขึ้น ได้รู้จักจุดแข็งของตัวเองคือสามารถเป็นผู้นำให้เพื่อนๆในที่ทำงานได้ และ รู้จักจุดอ่อนตัวเองเรื่องการเป็นคนขี้สงสาร”

ลักษณะ 8 (รหัสชุดข้อมูล 032)

4.2.1.1.9 การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของลักษณะ 9

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของคนลักษณะ 9 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.10 พบประเด็น ปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ข้อมูลแสดงรูปแบบอารมณ์หรือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	003	004	007	030	031	033	043	072	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่ชอบความขัดแย้ง	√	√		√	√	√	√	√	7	87.50
2. โกรธ ไม่พอใจ	√						√		2	28.57
3. สงบ สบายใจ ง่ายๆ			√					√	2	28.57
4. กระตุ้นตัวเองให้สนุก ร่า เริง เวลาอยู่กับผู้อื่น			√						1	14.29

ตารางที่ 4.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลัง การศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องการไม่ ชอบความขัดแย้งมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องอารมณ์ โกรธ ไม่พอใจมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความสงบ สบายใจ ง่ายๆมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ระบุว่ามีความตระหนักรู้เรื่องความ อยากกระตุ้นตัวเองให้สนุก ร่า เริง เวลาอยู่กับผู้อื่นมากขึ้น

“หลังเรียนรับรู้การที่ไม่ชอบเถียงใครเพราะหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง จนก่อ ตัวเป็นความตื้อเงียบเกิดขึ้นบ่อยๆกับคนในครอบครัว”

ลักษณะ 9 (รหัสชุดข้อมูล 033)

4.2.1.2 การเข้าใจที่มาของอารมณ์ (Awareness of why feelings occur)
 จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประเด็นย่อยเรื่องการเข้าใจ
 ที่มาที่ไปของอารมณ์ในประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.18
 ตารางที่ 4.18 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับ
 การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของกลุ่มตัวอย่าง 9 ลักษณะ

การเข้าใจที่มาที่ไป ของอารมณ์	จำนวนที่ แสดงถึง ความคล้อย ตาม (Number)	ร้อยละของ ความคล้อย ตาม (Percent)	ระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity)		
			คล้อยตาม ในระดับต่ำ (Least Evident)	คล้อยตามปาน กลาง (Moderately Evident)	คล้อยตาม อย่างเห็นได้ ชัด (Most Evident)
กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด (N=75)	68	90.67			√
จำแนกตามลักษณะ					
ลักษณะ 1 (N=7)	7	100%			√
ลักษณะ 2 (N=9)	7	77.78%			√
ลักษณะ 3 (N=8)	7	87.50%			√
ลักษณะ 4 (N=6)	6	100%			√
ลักษณะ 5 (N=9)	8	88.89%			√
ลักษณะ 6 (N=8)	8	100%			√
ลักษณะ 7 (N=10)	10	100%			√
ลักษณะ 8 (N=10)	8	80.00%			√
ลักษณะ 9 (N=8)	7	87.50%			√
รวม (Total)	68				

ตารางที่ 4.18 พบว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ประชากรกลุ่ม
 ตัวอย่างจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 90.67 เล่าถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่คล้อยตามอย่างเห็น
 ได้ชัด (Most Evident) กับการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ตนเองมากขึ้น โดยเมื่อจำแนกออกเป็น 9
 ลักษณะ พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1, 4, 6 และ 7 จำนวน 7, 6, 8 และ 10 คนตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ

100 เล่าถึงเหตุการณ์และพฤติกรรมที่แสดงถึงการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ตนเองได้ดีขึ้น รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 ถัดมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 และลักษณะ 9 จำนวนลักษณะละ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 และสุดท้ายได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาประเด็นย่อย (Subthemes) ของการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆ ในคนแต่ละลักษณะเปรียบเทียบกับรายละเอียดแบบแผนบุคลิกภาพของคน 9 ลักษณะ ตามวรรณกรรมในบทที่ 2 ตารางที่ 2.2 ถึง 2.10 ทำให้พบข้อมูลเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะ ดังแสดงในตารางที่ 4.19 ถึงตารางที่ 4.27 ดังแสดงรายละเอียดในส่วนถัดไป

4.2.1.2.1 การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 1

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของคนลักษณะ 1 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 และตารางที่ 2.2 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆ ที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ระบุได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=7)	009	014	020	026	055	067	075	จำนวน	ร้อยละ
1. ต้องการทำสิ่งต่างๆ ให้ดีที่สุด หรือเป๊ะที่สุด		√	√	√	√	√	√	6	85.71
2. ต้องการทำสิ่งต่างๆ ให้ถูกต้อง	√	√						2	28.57
3. ต้องการเป็นคนดี				√				1	14.29

ตารางที่ 4.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ทั้งหมดจำนวน 7 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการทำสิ่งต่างๆ ให้ดีที่สุดหรือเป๊ะที่สุดมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการทำสิ่งต่างๆ ให้ถูกต้องมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการเป็นคนดีมากขึ้น

“ความเครียดเกิดจากการคิดตลอดเวลาว่าจะต้องทำอะไรในแต่ละวันและต้องทำออกมาให้เป๊ะๆ”

ลักษณะ 1 (รหัสชุดข้อมูล 075)

4.2.1.2.2 การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 2 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 และตารางที่ 2.3 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=9)	006	015	018	024	025	039	040	042	069	จำนวน	ร้อยละ
1. ต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น				√		√	√	√	√	5	55.55
2. ต้องการเป็นที่รักหรือมีความสำคัญ		√		√	√				√	4	44.44

ตารางที่ 4.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ทั้งหมดจำนวน 9 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียบแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.55 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นมากขึ้น และมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการเป็นที่รักหรือมีความสำคัญมากขึ้น

“ภายหลังเรียนก็เข้าใจตัวเองว่าที่เราชอบเครียดหรือกังวล เรื่องคนใกล้ตัว โดยเฉพาะคนในครอบครัว พ่อ แม่ ลูก สามิ ไม่ว่าจะเจอปัญหาเล็กใหญ่ เราจะเครียดและกังวลกับเขามากๆ อยากจะทำทุกอย่างเพื่อช่วยเขา เป็นเพราะว่าความสุขของพวกเขาคือความสุขของเรา และเขาก็คนวงในสุดของเรา”

ลักษณะ 2 (รหัสชุดข้อมูล 069)

4.2.1.2.3 การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าใจที่มาที่ไปของ
 อารมณ์ของลักษณะ 3 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 และตารางที่ 2.4 พบ
 ประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ดังแสดงในตารางที่ 4.21
 ตารางที่ 4.21 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	036	037	041	057	060	061	062	071	จำนวน	ร้อยละ
1. ความต้องการ ประสบความสำเร็จ	√		√	√	√	√	√	√	7	87.50
2. ความต้องการโดดเด่นกว่าผู้อื่น				√				√	2	25.00
3. ความต้องการได้รับการชื่นชม								√	1	12.50

ตารางที่ 4.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลัง
 การศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์
 เรื่องความต้องการประสบความสำเร็จมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่าตระหนักรู้
 ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการโดดเด่นกว่าผู้อื่นมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ
 12.50 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการได้รับการชื่นชมมากขึ้น

“ได้รู้ว่าตัวเองเป็นคนบุคลิกความสำเร็จ”

ลักษณะ 3 (รหัสชุดข้อมูล 062)

4.2.1.2.4 การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 4

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าใจที่มาที่ไปของ
 อารมณ์ของลักษณะ 4 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 และตารางที่ 2.5 พบ
 ประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ดังแสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=6)	013	017	027	053	073	074	จำนวน	ร้อยละ(%)
1. ต้องการเสพอารมณ์ที่เกิดขึ้น		√		√	√		3	50.00
2. ต้องการเป็นตัวของตัวเอง	√			√			2	33.33
3. ต้องการมีเอกลักษณ์ แตกต่าง			√			√	2	33.33

ตารางที่ 4.22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ทั้งหมดจำนวน 6 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการเสพอารมณ์ที่เกิดขึ้นมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการมีเอกลักษณ์ แตกต่างมากขึ้น

“นพลักษณ์ช่วยให้เข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ เช่น โกรธหรือเสียใจเวลา
คนว่าตัวตนของเรา อยากให้คนอื่นยอมรับที่เราเป็นเรา”

ลักษณะ 4 (รหัสชุดข้อมูล 053)

4.2.1.2.5 การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 5

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 5 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 และตารางที่ 2.6 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=9)	002	012	021	028	038	045	047	050	054	จำนวน	ร้อยละ
1. ต้องการความเป็น ส่วนตัว	√		√		√	√			√	5	55.56
2. ต้องการมีข้อมูล หรือมี ความรู้				√	√	√			√	4	44.44
3. ไม่ต้องการพึ่งพาใคร	√	√				√	√			4	44.44

ตารางที่ 4.23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ทั้งหมดจำนวน 9 คน หลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการพื้นที่ส่วนตัวหรือความเป็นส่วนตัวมากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการมีข้อมูล ต้องการเข้าใจหรือมีความรู้มากขึ้น และมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการอยู่ได้ด้วยตัวเอง ไม่พึ่งพาใครมากขึ้น

“มีความสุขมากถ้าเรารู้สึกว่าเรามีข้อมูลมากกว่าคนอื่น รู้มากกว่าข้อมูลที่คนอื่นพูดมา และรู้สึกดีมากๆ ถ้าเราเป็น Expert ในด้านที่สนใจ”

ลักษณะ 5 (รหัสชุดข้อมูล 038)

4.2.1.2.6 การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 6 จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 6 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 และตารางที่ 2.7 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ดังแสดงในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ข้อมูลที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	011	019	048	059	063	064	065	068	จำนวน	ร้อยละ
1. ความกลัวอันตรายหรือกลัวไม่ปลอดภัย	√	√	√	√	√	√	√	√	8	100

ตารางที่ 4.24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ทั้งหมดจำนวน 8 คน หลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความกลัวอันตรายหรือกลัวไม่ปลอดภัยมากขึ้น

“ความเครียด หงุดหงิดที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ไม่ใช่เหตุที่แท้จริงของการเจอปัญหา แต่มาจากการที่เราไปสร้าง Worst Case Scenario ขึ้นมาก่อนเอง เช่นบางที่ได้รับงานมาก็จะคิดไปหมดว่าลูกค้าจะตำราวมุมนั่นบ้าง เพื่อนร่วมงานจะอยากให้ออกงานเราหรือเปล่า”

ลักษณะ 6 (063)

4.2.1.2.7 การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 7

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 7 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 และตารางที่ 2.8 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ดังแสดงในตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	001	008	029	044	046	049	051	052	058	066	จำนวน	ร้อยละ
1. ต้องการ ความสุขใจ	√	√		√	√	√	√	√	√	√	9	90.00
2. ต้องการ ตัวเลือก/ โอกาส ใหม่ๆ			√	√		√	√	√			4	40.00
3. ต้องการลอง สิ่งแปลก ใหม่		√				√					2	20.00

ตารางที่ 4.25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ทั้งหมดจำนวน 10 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการความสุขใจมากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการตัวเลือก/โอกาสมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการลองสิ่งแปลกใหม่มากขึ้น

“เข้าใจว่าอะไรที่เข้ามากระทบแล้วจึงจะมีความสุข อะไรกระทบแล้วจึงเป็นทุกข์ได้มากขึ้น เพราะเข้าใจพื้นฐานความต้องการในจิตใจแล้วว่าต้องการอิสระและความสุข”

ลักษณะ 7 (รหัสชุดข้อมูล 044)

4.2.1.2.8 การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 8

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 8 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 และตารางที่ 2.9 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ดังแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	005	010	016	022	023	032	034	035	056	070	จำนวน	ร้อยละ
1. ต้องการควบคุม จัดการสิ่ง ต่างๆ			√	√	√		√	√		√	6	60.00
2. ต้องการความ ชัดเจน ตรงไปตรงมา	√			√				√		√	4	40.00
3. ต้องการความ เข้มแข็ง				√				√	√		3	30.00
4. ต้องการความ ยุติธรรมหรือ เท่าเทียม					√					√	2	20.00

ตารางที่ 4.26 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ทั้งหมดจำนวน 10 คน ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการควบคุมจัดการสิ่งต่างๆมากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการความชัดเจน ตรงไปตรงมามากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการความเข้มแข็งหรือไม่อ่อนแอมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความต้องการความยุติธรรมหรือเท่าเทียมมากขึ้น

“จากคุณลักษณะต่างๆที่มีอยู่ในหลักสูตร มันจะตรงกับความเป็นเราทุกอย่าง เลยทำให้รู้ว่าโกรธเพราะอะไร ดีใจเพราะอะไร เช่น เวลาที่เจอคนทำอะไรซ้ำๆจะหงุดหงิด

มากๆ และเวลาเจอกับอะไรที่ไม่มีความจริง ไม่โปร่งใสก็จะรู้สึกหงุดหงิด เวลาเครียดหรืออ่อนแอก็
ไม่อยากให้ใครมารู้ เพราะไม่ชอบความอ่อนแอ”

ลักษณะ 8 (รหัสชุดข้อมูล 035)

4.2.1.2.9 การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ของลักษณะ 9

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าใจที่มาที่ไปของ
อารมณ์ของลักษณะ 9 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 และตารางที่ 2.10
พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ข้อมูลแสดงที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆ ที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	003	004	007	030	031	033	043	072	จำนวน	ร้อยละ
1. ความกลัวความขัดแย้ง	√			√	√	√	√		5	62.50
2. ความกลัวทำให้ผู้อื่นไม่ สบายใจ								√	1	20.00

ตารางที่ 4.27 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลัง
การศึกษาเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 ระบุว่าตระหนักรู้ต้นเหตุของอารมณ์
เรื่องความกลัวความขัดแย้งมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระบุว่าตระหนักรู้
ต้นเหตุของอารมณ์เรื่องความกลัวทำให้ผู้อื่นไม่สบายใจมากขึ้น

“นพลักษณ์ช่วยให้เราเห็นตัวเองชัดถึงสิ่งที่คนแต่ละลักษณะใส่ใจและ
หลีกเลี่ยง พอเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้เราไม่ได้รับสิ่งที่เราใส่ใจ เช่นความสงบสุขคือสิ่งที่ลักษณะ 9 ใส่ใจ
หรือไม่สามารถหนีสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ เช่นความขัดแย้งคือสิ่งที่ลักษณะ 9 หลีกเลี่ยง ก็จะส่งผลให้เกิด
อารมณ์ที่ไม่ดีตามมา เกิดเป็นพฤติกรรมที่เราอาจจะไม่ชอบ ดังนั้นนพลักษณ์มีส่วนช่วยในการเข้าใจ
ที่มาอย่างมากที่สุด”

ลักษณะ 9 (รหัสชุดข้อมูล 003)

4.2.1.3 การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง (Strengths and limits)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประเด็นย่อยเรื่องการรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองในประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยอ้างอิงจุดแข็งและจุดอ่อนของทั้ง 9 ลักษณะ ตามตารางที่ 2.14 ในบทที่ 2 ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองอย่างถูกต้อง

การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง	จำนวนที่แสดงถึงความคล้อยตาม (Number)	ร้อยละของความคล้อยตาม (Percent)	ระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity)		
			คล้อยตามในระดับต่ำ (Least Evident)	คล้อยตามปานกลาง (Moderately Evident)	คล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident)
กลุ่มตัวอย่าง (N=75)	73	97.33			√
จำแนกตามลักษณะ					
ลักษณะ 1 (N=7)	7	100%			√
ลักษณะ 2 (N=9)	8	88.89%			√
ลักษณะ 3 (N=8)	8	100%			√
ลักษณะ 4 (N=6)	6	100%			√
ลักษณะ 5 (N=9)	8	88.89%			√
ลักษณะ 6 (N=8)	8	100%			√
ลักษณะ 7 (N=10)	10	100%			√
ลักษณะ 8 (N=10)	10	100%			√
ลักษณะ 9 (N=8)	8	100%			√
รวม (Total)	73				

จากตารางที่ 4.28 พบว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 97.33 เล่าถึงพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่แสดงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) กับการรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนอย่างถูกต้องของตนเองเพิ่มมากขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1, 3, 4, 6, 7, 8 และ 9 จำนวนลักษณะละ 7, 8, 6, 8, 10, 10 และ 8 คน

ตามลำดับ ทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 และลักษณะ 5 จำนวนลักษณะละ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 เล่าถึงเหตุการณ์และพฤติกรรมที่แสดงถึงการรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองเพิ่มมากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาประเด็นย่อย (Subthemes) เรื่องการรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนอย่างถูกต้องในคนแต่ละลักษณะเปรียบเทียบกับข้อมูลการศึกษาเรื่องจุดแข็งและจุดอ่อนของคน 9 ลักษณะตามวรรณกรรมในบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 ทำให้พบข้อมูลเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะดังแสดงในตารางที่ 4.29 ถึงตารางที่ 4.37 ดังแสดงรายละเอียดในส่วนถัดไป

4.2.1.3.1 การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองของลักษณะ 1

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 1 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ดังแสดงในตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=7)	009	014	020	026	055	067	075	จำนวน	ร้อยละ (%)
	จุดแข็ง (Strengths) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น								
1. มุ่งเน้นความสมบูรณ์แบบ		√	√		√			3	42.86
2. ยึดถือกฎเกณฑ์ ความถูกต้อง ศีลธรรม		√		√			√	3	42.86
3. มีระเบียบ มีหลักการ	√							1	14.29
4. รับผิดชอบ มีวินัย						√		1	14.29
จุดอ่อน (Weakness) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น									
1. หงุดหงิดง่าย ตอบโต้ทันที	√		√		√			3	42.86
2. เข้มงวด จริงจังมากเกินไป		√					√	2	28.57
3. ชอบวิพากษ์วิจารณ์ /ตำหนิ						√		1	14.29

ตารางที่ 4.29 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ทั้งหมดจำนวน 7 คน มีจำนวนอย่างละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการมุ่งเน้นคุณภาพ/ความสมบูรณ์แบบ

และการยึดถือกฎเกณฑ์ ความถูกต้อง ศีลธรรมมากขึ้น และมีจำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการมีระเบียบ มีหลักการและความรับผิดชอบ มีระเบียบวินัยในตัวเอง มากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม

ตารางที่ 4.29 ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ทั้งหมดจำนวน 7 คน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการหงุดหงิดง่าย ตอบโต้ทันทีมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องความเข้มงวด จริงจังได้มากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการชอบวิพากษ์วิจารณ์ ดำเนินมากขึ้น

“เป็นคนที่ละเอียดต้องเป๊ะกับทุกอย่าง เมื่อทุกอย่างต้องเป๊ะและทุกอย่าง ถ้าไม่ได้ตั้งใจก็จะหงุดหงิด”

ลักษณะ 1 (รหัสชุดข้อมูล 055)

4.2.1.3.2 การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองของลักษณะ 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 2 เทียบกับ ข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของ กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ดังแสดงในตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=9)	006	015	018	024	025	039	040	042	069	จำนวน	ร้อยละ
จุดแข็ง (Strengths) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น											
1. ใส่ใจความรู้สึก นึก คิดของผู้อื่น	√	√		√	√	√	√	√	√	8	88.89
2. มีน้ำใจ ชอบ ช่วยเหลือ		√			√	√	√	√	√	6	66.67
3. รับรู้ความต้องการ ของผู้อื่น								√	√	2	22.22

ตารางที่ 4.30 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 รับรู้ได้มากขึ้น (ต่อ)

จุดอ่อน (Weakness) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น											
1.	ใ				√	√	√		√	4	44.44
มักล้ำปฏิเสหผู้อื่น											
2.	ใ						√		√	2	22.22
ม่รู้ความต้องการของตัวเอง											
3.	ใ						√		√	2	22.22
ม่กล้าขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น											

ตารางที่ 4.30 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ทั้งหมดจำนวน 9 คน มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการใส่ใจผู้อื่น ให้ความสำคัญกับความสัมพันธมากขึ้น มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการมีน้ำใจ ชอบช่วยเหลือมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการเข้าใจหรือรับรู้ความต้องการของผู้อื่นมากขึ้น

ตารางที่ 4.30 ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ทั้งหมดจำนวน 9 คน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการไม่กล้าปฏิเสธผู้อื่นมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการไม่รู้จักความต้องการของตัวเองได้มากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการไม่กล้าร้องขอความช่วยเหลือจากผู้อื่นมากขึ้น

“จุดแข็งของลักษณะ 2 คือ การช่วยเหลือคนอื่น รับรู้ความต้องการของคนอื่น และใส่ใจคนรอบข้าง ส่วนจุดอ่อนคือไม่ร้องขอความช่วยเหลือใครและไม่บอกความต้องการของตัวเอง”

ลักษณะ 2 (รหัสชุดข้อมูล 042)

4.2.1.3.3 การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองของลักษณะ 3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 3 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ดังแสดงในตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	036	037	041	057	060	061	062	071	จำนวน	ร้อยละ
จุดแข็ง (Strengths) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น										
1. เน้นความสำเร็จและผลลัพธ์	√		√		√	√	√	√	6	75.00
2. ผลักดันตนเอง จริ่งจ้งใน การทำสิ่งต่างๆ				√	√	√		√	4	50.00
จุดอ่อน (Weakness) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น										
1. ละเลยความรู้สึภายในตนเอง		√		√		√	√		4	50.00
2. หักโหม ทำงานหนัก ละเลยการดูแลตัวเอง	√	√		√					3	37.50

ตารางที่ 4.31 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ทั้งหมดจำนวน 8 คน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการมุ่งเน้นความสำเร็จและผลลัพธ์มากขึ้น และมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการผลักดันตนเอง จริ่งจ้งมากขึ้น

ตารางที่ 4.31 ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ทั้งหมดจำนวน 8 คน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการละเลยความรู้สึภายในตนเองมากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการหักโหม ทำงานหนักมากขึ้น

“เป็นคนจริงจ้งกับการทำงาน จนลืมมองข้ามความต้องการของตัวเอง”

ลักษณะ 3 (รหัสชุดข้อมูล 037)

4.2.1.3.4 การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองของลักษณะ 4

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 4 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ดังแสดงในตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=6)	013	017	027	053	073	074	จำนวน	ร้อยละ
จุดแข็ง (Strengths) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น								
1. รับรู้ความรู้สึกได้ไว	√			√	√		3	50.00
2. มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แตกต่าง			√				1	16.67
3. มีความคิดสร้างสรรค์	√						1	16.67
จุดอ่อน (Weakness) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น								
1. แสดงอารมณ์รุนแรง	√		√	√	√		4	66.67
2. ชอบโทษตัวเอง	√	√			√		3	50.00
3. เปรียบเทียบกับผู้อื่น อิจฉา		√		√		√	3	50.00
4. หมกมุ่นกับตัวเอง		√	√				2	33.33

ตารางที่ 4.32 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ทั้งหมดจำนวน 6 คน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการรับรู้ความรู้สึกได้ไวมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แตกต่างมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการมีความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น

ตารางที่ 4.32 ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ทั้งหมดจำนวน 6 คน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการแสดงอารมณ์รุนแรงมากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการชอบโทษตัวเอง มากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการเปรียบเทียบกับผู้อื่น อิจฉามากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการหมกมุ่นกับตัวเองมากขึ้น

“เป็นคนอารมณ์ขึ้นลงง่าย อ่อนไหว เข้าใจอารมณ์ความรู้สึกผู้อื่นได้ดี”

ลักษณะ 4 (รหัสชุดข้อมูล 073)

4.2.1.3.5 การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองของลักษณะ 5

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 5 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ดังแสดงในตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=9)	002	012	021	028	038	045	047	050	054	จำนวน	ร้อยละ
จุดแข็ง (Strengths) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น											
1. คิด วิเคราะห์	√	√	√	√			√			5	55.56
2. รักการเรียนรู้		√				√			√	3	33.33
3. มีความเชี่ยวชาญ ในเรื่องที่สนใจ			√		√					2	22.22
จุดอ่อน (Weakness) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น											
1. ไม่แสดงออก อารมณ์และ ความรู้สึก	√	√		√	√		√		√	6	66.67
2. แยกตัว สันโดษ มี พื้นที่ส่วนตัว	√		√		√	√			√	5	55.56
3. สื่อสารน้อย ไม่ ค่อยพูด					√	√	√			3	33.33

ตารางที่ 4.33 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ทั้งหมดจำนวน 9 คน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการคิด วิเคราะห์ มากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการรักการเรียนรู้มากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องมีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่ตนเองสนใจมากขึ้น

ตารางที่ 4.33 ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ทั้งหมดจำนวน 9 คน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการไม่แสดงออกอารมณ์และความรู้สึกมากขึ้น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการแยกตัว สันโดษ มีพื้นที่ส่วนตัวมากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการสื่อสารน้อย และไม่ค่อยพูดหรือแบ่งปันข้อมูลแก่ผู้อื่นมากขึ้น

“เป็นคนชอบคิดวิเคราะห์ ตัดอารมณ์ และใช้เหตุผลเป็นหลัก”

ลักษณะ 5 (รหัสชุดข้อมูล 028)

4.2.1.3.6 การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองของลักษณะ 6

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 6 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ดังแสดงในตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	011	019	048	059	063	064	065	068	จำนวน	ร้อยละ
จุดแข็ง (Strengths) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น										
1. ระมัดระวัง รอบคอบ คิดวางแผนป้องกัน	√	√		√	√	√		√	6	75.00
2. กล้าหาญเอาชนะความกลัวในยามคับขัน		√	√						2	25.00
3. มุมานะ พยายาม		√							1	12.50
4. ซื่อสัตย์ จงรักภักดี							√		1	12.50
จุดอ่อน (Weakness) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น										
1. วิตกกังวล คิดมาก	√		√	√	√	√	√	√	7	87.50
2. ขี้สงสัย หวาดระแวง				√	√			√	3	37.50

ตารางที่ 4.34 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 จำนวน 8 คน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการระมัดระวัง รอบคอบ คิดวางแผนป้องกันมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการกล้าหาญเอาชนะความกลัวในยามคับขันมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องความมุมานะ พยายามมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการซื่อสัตย์ จงรักภักดีมากขึ้น

ตารางที่ 4.34 ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ทั้งหมดจำนวน 8 คน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องความวิตกกังวล คิดมากมากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องความขี้สงสัย หวาดระแวงมากขึ้น

“จุดแข็งคือ ความระมัดระวัง การวางแผนล่วงหน้า การคาดการณ์ การเตรียมตัว ส่วนจุดอ่อนคือ คิดเยอะจนฟุ้งซ่าน บางทีกังวลจนกระทบกับสุขภาพนอนไม่หลับ เตรียมเยอะจนบางทีก็เยอะไป”

ลักษณะ 6 (รหัสชุดข้อมูล 011)

4.2.1.3.7 การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองของลักษณะ 7

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 7 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ดังแสดงในตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	001	008	029	044	046	049	051	052	058	066	จำนวน	ร้อยละ
จุดแข็ง (Strengths) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น												
1. สนใจสิ่งใหม่		√	√			√		√	√	√	6	60.00
2. มองโลกบวก	√	√		√				√			4	40.00
3. ความคิดสร้างสรรค์	√			√		√					3	30.00
4. สร้างความสุขให้ตัวเองได้							√		√	√	3	30.00
จุดอ่อน (Weakness) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น												
1. หลีกเลียงเรื่องที่ไม่สบายใจ	√	√				√		√	√	√	6	60.00
2. เบื่อง่าย			√		√	√	√	√	√		6	60.00

ตารางที่ 4.35 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ทั้งหมดจำนวน 10 คน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการเปิดรับสิ่งใหม่ สนใจใคร่รู้มากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการมองโลกในแง่บวกมากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงมากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการสร้างความสุขให้ตัวเองได้ง่าย มีพลังบวกมากขึ้น

ตารางที่ 4.35 ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ทั้งหมดจำนวน 10 คน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการหลีกเลี่ยงเรื่องที่ทำให้ไม่สบายใจมากขึ้น และมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องความสามัคคีขึ้น เบื่อง่ายมากขึ้น

“เป็นคนที่สนใจในสิ่งที่หลากหลายและใช้เวลากับมันมากจนขาดการพักผ่อน เป็นคนคิดวิเคราะห์แบบเชื่อมโยงและมองไปที่อนาคตเสมอ และไม่ชอบความซ้ำซาก จำเจ การตีกรอบ”

ลักษณะ 7 (รหัสชุดข้อมูล 049)

4.2.1.3.8 การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองของลักษณะ 8

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 8 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ดังแสดงในตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	005	010	016	022	023	032	034	035	056	070	จำนวน	ร้อยละ
จุดแข็ง (Strengths) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น												
1. ตรงไปตรงมา		√	√						√	√	4	40.00
2. สามารถจัดการสิ่งต่างๆ ได้ดี			√		√			√		√	4	40.00
3. ปกป้องผู้อื่น						√	√		√	√	4	40.00
4. เป็นผู้นำ						√		√	√		3	30.00
5. มีพลัง มั่นใจในตนเอง					√			√			2	20.00

ตารางที่ 4.36 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 รับรู้ได้มากขึ้น (ต่อ)

จุดอ่อน (Weakness) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น												
1. ราคาคงความ เชิงซ้ำ ใจร้อน คิดเร็ว ทำเร็ว	✓		✓	✓			✓				4	40.00
2. ก้าวร้าว อารมณ์ รุนแรง		✓		✓	✓		✓				4	40.00
3. ไม่ชอบความ อ่อนแอ							✓		✓		2	20.00

ตารางที่ 4.36 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ทั้งหมดจำนวน 10 คน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการตรงไปตรงมามากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องความสามารถในการควบคุมจัดการมากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการปกป้องผู้อื่นมากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องความเป็นผู้นำมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการมีพลัง มั่นใจในตนเองมากขึ้น

ตารางที่ 4.36 ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ทั้งหมดจำนวน 10 คน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการราคาคงความเชิงซ้ำ ใจร้อน คิดเร็ว ทำเร็วมากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องก้าวร้าว แสดงอารมณ์รุนแรงมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องไม่ชอบความอ่อนแอมากขึ้น

“จุดแข็งคือสามารถจัดการงานทุกอย่างได้เป็นระบบ มั่นใจกับการจัดการ และการควบคุม รู้ว่าตัวเองเป็นคนที่มีพลังมาก สามารถปลดปล่อยพลังด้านดีที่เป็นประโยชน์ได้ จุดอ่อนเป็นเรื่องอารมณ์รุนแรง

ลักษณะ 8 (รหัสชุดข้อมูล 023)

4.2.1.3.9 การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองของลักษณะ 9

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 9 เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ดังแสดงในตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 ข้อมูลแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 รับรู้ได้มากขึ้น

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	003	004	007	030	031	033	043	072	จำนวน	ร้อยละ
จุดแข็ง (Strengths) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น										
1. ประณีประนอม				√			√		2	25
2. ง่ายๆสบายๆ								√	1	12.50
3. เป็นผู้ฟังที่ดี			√						1	12.50
จุดอ่อน (Weakness) ของตนเองที่รับรู้ได้มากขึ้น										
1. ไม่ชอบความขัดแย้ง	√			√	√		√		4	50
2. ไม่แสดงจุดยืน	√			√			√		3	37.50
3. ไม่มีเป้าหมายให้ตัวเอง		√				√		√	3	37.50
4. ขี้เกรงใจ			√		√	√			3	37.50
5. ผัดวันประกันพรุ่ง	√							√	2	25
6. พลังงานน้อย		√	√						2	25

ตารางที่ 4.37 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ทั้งหมดจำนวน 8 คน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการประณีประนอมมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องความง่ายๆสบายๆมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่ารับรู้จุดแข็งเรื่องการเป็นผู้ฟังที่ดีมากขึ้น

ตารางที่ 4.37 ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ทั้งหมดจำนวน 8 คน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการไม่ชอบความขัดแย้ง มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการไม่แสดงจุดยืน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการไม่มีเป้าหมายให้ตัวเอง มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รับรู้จุดอ่อนเรื่องการขี้เกรงใจมากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการผัดวันประกันพรุ่ง และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ระบุว่ารับรู้จุดอ่อนเรื่องการมีพลังงานน้อย

“เป็นคนหาจุดยืนไม่ค่อยได้ อ่อนไหว ไม่ชอบการวิวาทขัดแย้ง”

ลักษณะ 9 (รหัสชุดข้อมูล 043)

4.2.2 เอ็นเนียแกรมกับการบริหารจัดการตนเอง (Self Management)

เมื่อทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมในประเด็นเรื่องการบริหารจัดการตนเองของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 71 คน ที่แสดงถึงหลักฐานการมีความสามารถในการบริหารจัดการตนเองที่เพิ่มขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม โดยจำแนกออกเป็น 9 ลักษณะ ได้ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 4.38

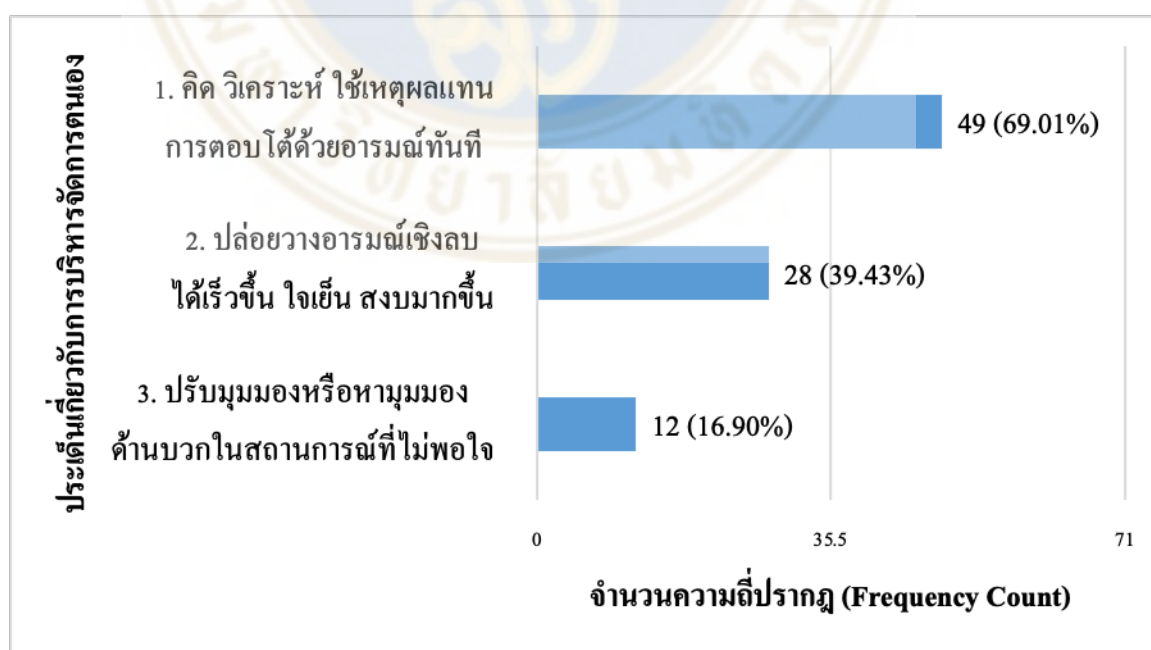
ตารางที่ 4.38 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการบริหารจัดการตนเอง (Self Management)

การบริหารจัดการตนเอง (Self Management)	จำนวนที่ แสดงถึง ความ คล้อยตาม (Number)	ร้อยละ ของความ คล้อยตาม (Percent)	ระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity)		
			คล้อย ตามใน ระดับต่ำ (Least Evident)	คล้อยตาม ปานกลาง (Moderately Evident)	คล้อยตาม อย่างเห็น ได้ชัด (Most Evident)
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (N=75)	71	94.67%			√
จำแนกตามลักษณะ					
ลักษณะ 1 (N=7)	7	100%			√
ลักษณะ 2 (N=9)	8	88.89%			√
ลักษณะ 3 (N=8)	8	100%			√
ลักษณะ 4 (N=6)	6	100%			√
ลักษณะ 5 (N=9)	9	100%			√
ลักษณะ 6 (N=8)	7	87.50%			√
ลักษณะ 7 (N=10)	8	80.00%			√
ลักษณะ 8 (N=10)	10	100%			√
ลักษณะ 9 (N=8)	8	100%			√
รวม (Total)	71				

ตารางที่ 4.38 พบว่าภายหลังจากศึกษาเอ็นเนียแกรม ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 71 คน ในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 94.67 เล่าถึงพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่แสดง ความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) กับประเด็นการมีความสามารถในการบริหารจัดการตนเองเพิ่มมากขึ้น โดยเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 9 ลักษณะ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกลักษณะ แสดงออกถึงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) ในประเด็นเรื่องการบริหารจัดการตนเองดีขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้ ลักษณะ 1, 3, 4, 5, 8 และ 9 จำนวน 7, 8, 6, 9, 10 และ 8 คน ตามลำดับ ทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100 เล่าถึงเหตุการณ์และพฤติกรรมที่แสดงถึงการมีความสามารถในการบริหารจัดการตนเองที่เพิ่มขึ้น รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 ถัดมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 และสุดท้ายได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประเด็นย่อยเรื่องการบริหารจัดการตนเองของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 71 คน พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ที่พบบ่อยที่สุด 3 อันดับ เกี่ยวกับการบริหารจัดการตนเองที่พัฒนาขึ้นหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ดังแสดงในรูปภาพที่ 4.3

- อันดับที่ 1 : คิด วิเคราะห์ ใช้เหตุผลแทนการตอบโต้ด้วยอารมณ์เชิงลบอย่างทันที
- อันดับที่ 2 : ปล่องวางอารมณ์เชิงลบได้เร็วขึ้น ใจเย็น สงบมากขึ้น
- อันดับที่ 3 : ปรับมุมมองหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจ



รูปภาพที่ 4.3 ข้อมูลแสดงประเด็นปรากฏเกี่ยวกับการบริหารจัดการตนเองที่พัฒนาขึ้นภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรม

รูปภาพที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 71 คน ที่ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการตนเอง มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 69.01 ระบุว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมสามารถคิด วิเคราะห์ ใช้เหตุผลแทนการตอบโต้ด้วยอารมณ์อย่างทันที มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 39.43 ระบุว่าสามารถปล่อยวางอารมณ์เชิงลบได้เร็วขึ้น ใจเย็นสงบมากขึ้น และมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 ระบุว่าสามารถปรับมุมมองหรือหามุมมองเชิงบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจได้

ความฉลาดทางอารมณ์ด้านความสามารถด้านการบริหารจัดการตนเอง (Self Management) ยังสามารถจำแนกออกได้อีก 4 ด้านย่อย ได้แก่การควบคุมอารมณ์ตนเอง (Emotional Self-Control) การมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Orientation) การมองโลกในแง่บวก (Positive Outlook) และความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) (Boyatzis et al., 2017) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สนับสนุนว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีส่วนช่วยส่งเสริมการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเอง (Emotional Self-Control) และความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) ดังรายละเอียดในส่วนถัดไป

4.2.2.1 การควบคุมอารมณ์ตนเอง (Emotional Self-Control)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประเด็นย่อยเรื่องการควบคุมอารมณ์ตนเองของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการควบคุมอารมณ์ตนเอง (Emotional Self Control)

การควบคุมอารมณ์ ของตนเอง (Emotional Self Control)	จำนวนที่ แสดงถึง ความคล้อย ตาม (Number)	ร้อยละของ ความคล้อย ตาม (Percent)	ระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity)		
			คล้อยตาม ในระดับต่ำ (Least Evident)	คล้อยตาม ปานกลาง (Moderately Evident)	คล้อยตามอย่าง เห็นได้ชัด (Most Evident)
กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด (N=75)	67	89.33			√

ตารางที่ 4.39 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการควบคุมอารมณ์ตนเอง (Emotional Self Control) (ต่อ)

การควบคุม อารมณ์ของ ตนเอง (Emotional Self Control)	จำนวนที่ แสดงถึง ความ คล้อยตาม (Number)	ร้อยละของ ความคล้อย ตาม (Percent)	ระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity)		
			คล้อยตามใน ระดับต่ำ (Least Evident)	คล้อยตาม ปานกลาง (Moderately Evident)	คล้อยตาม อย่างเห็นได้ ชัด (Most Evident)
จำแนกตามลักษณะ					
ลักษณะ 1 (N=7)	6	85.71%			√
ลักษณะ 2 (N=9)	8	88.89%			√
ลักษณะ 3 (N=8)	8	100%			√
ลักษณะ 4 (N=6)	6	100%			√
ลักษณะ 5 (N=9)	8	88.89%			√
ลักษณะ 6 (N=8)	7	87.50%			√
ลักษณะ 7 (N=10)	7	70.00%			√
ลักษณะ 8 (N=10)	10	100%			√
ลักษณะ 9 (N=8)	7	87.50%			√
รวม (Total)	67				

ตารางที่ 4.39 พบว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 89.33 เล่าถึงพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่แสดงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) กับการมีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ตนเองมากขึ้น โดยเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 9 ลักษณะพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะแสดงออกถึงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) ในประเด็นเรื่องการควบคุมอารมณ์ตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้ กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3, 4 และ 8 จำนวน 8, 6 และ 10 คนตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 เล่าถึงเหตุการณ์และพฤติกรรมที่แสดงถึงการควบคุมอารมณ์ของตนเองที่ดีขึ้น รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 และลักษณะ 5 จำนวนกลุ่มละ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 ถัดมาได้แก่กลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะ 1 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 ถัดมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 และลักษณะ 9 อย่างละ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 และสุดท้ายได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาประเด็นย่อย (Subthemes) ที่น่าสนใจ และเป็นประโยชน์เกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ตนเองในคนแต่ละลักษณะ ทำให้พบข้อมูลเพิ่มเติมของ ดังแสดงในตารางที่ 4.40 ถึงตารางที่ 4.48 ดังแสดงในรายละเอียดส่วนถัดไป

4.2.2.1.1 การควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 1

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 1 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ดังแสดงในตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 1

รหัสชุดข้อมูล (N=7)	009	014	020	026	055	067	075	จำนวน	ร้อยละ
1. ปลั่งวางอารมณ์โกรธ หรือใจเย็น สงบมากขึ้น	√	√			√		√	4	57.14
2. ใช้เหตุผลแทนการตอบโต้ ด้วยอารมณ์ทันที			√	√	√			3	42.86
3. ใช้การหายใจเข้าออกลึกๆ เพื่อช่วยให้คลายความ หงุดหงิดใจ	√	√						2	28.57

ตารางที่ 4.40 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ทั้งหมดจำนวน 7 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการสงบใจ ปลั่งวางอารมณ์โกรธหรือหงุดหงิดได้เร็วขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการคิด วิเคราะห์ ใช้เหตุผลแทนการตอบโต้ด้วยอารมณ์ทันที และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการใช้การหายใจเข้าออกลึกๆเพื่อช่วยให้คลายความหงุดหงิดใจ

“เพิ่งเริ่มเกิด Awareness ว่าปกติเรามีอารมณ์หงุดหงิดบ่อยขนาดไหน อาจจะยังไม่เข้าใจที่มาที่ไปซึ่งนอกจากที่เราอยากให้มันเ็ะ หรือทำไมไม่ทำแบบนั้นแบบนี้ แต่ที่แน่ๆ เกิดความใจเย็นมากขึ้น หายใจลึกๆแล้วปลั่งเรื่องที่ปกติจะหงุดหงิดแบบไม่รู้ตัวไปได้หลายครั้ง”

ลักษณะ 1 (รหัสชุดข้อมูล 014)

4.2.2.1.2 การควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 2 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ดังแสดงในตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 2

รหัสชุดข้อมูล (N=9)	006	015	018	024	025	039	040	042	069	จำนวน	ร้อยละ
1. คิด วิเคราะห์ ใช้เหตุผล แทนการตอบโต้ด้วย อารมณ์ทันที			√	√		√		√	√	5	55.55
2. ปล่องวางอารมณ์ความ โกรธได้ง่ายขึ้น ใจเย็น สงบมากขึ้น		√	√		√		√		√	5	55.55
3. ลดการเสียใจอย่าง รุนแรงเวลาผู้อื่นไม่ เห็นความสำคัญ		√	√	√	√					4	44.44

ตารางที่ 4.41 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ทั้งหมดจำนวน 9 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.55 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการคิด วิเคราะห์ ใช้เหตุผลแทนการตอบโต้ด้วยอารมณ์ทันที มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.55 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการปล่องวางอารมณ์ความ โกรธได้ง่ายขึ้น ใจเย็น สงบมากขึ้น และมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการลดการเสียใจอย่างรุนแรงเวลาผู้อื่นไม่เห็นความสำคัญ

“ถ้าย้อนไปช่วงก่อนเรียนในความสัมพันธ์ที่มีปัญหา หลายครั้งเกิดจากการรู้สึกตัวเองไม่ได้รับความสำคัญมาเพียงพอ หลังจากเริ่มเรียนอารมณ์เริ่มแกว่งทั้งที่เป็นความ โกรธและความเศร้าขึ้น พอมีแก่นที่เป็นปัจจัยต่างๆที่เป็น Core Issue ให้ดูแล้ว มันทำให้สังเกตได้ง่ายขึ้น พอเราเห็นหรือตามมาเห็น สิ่งที่เกิดตามมา เช่น ความโกรธ ความเศร้า ก็ค่อยๆหลับไป”

ลักษณะ 2 (รหัสข้อมูล 024)

4.2.2.1.3 การควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 3 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ดังแสดงในตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 3

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	036	037	041	057	060	061	062	071	จำนวน	ร้อยละ
1. ปล่อยวางหรือควบคุมอารมณ์ความโกรธได้ง่ายขึ้น ใจเย็น สงบ และช้าลงได้มากขึ้น	√	√		√	√		√	√	6	75.00
2. ปรับมุมมองหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจ			√						1	12.50
3. ใช้เหตุผลแทนการตอบโต้ด้วยอารมณ์						√			1	12.50
4. หันเหจากอารมณ์ด้านลบไปทำกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายตนเอง						√			1	12.50

ตารางที่ 4.42 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการปล่อยวางหรือควบคุมอารมณ์ความโกรธได้ง่ายขึ้น ใจเย็น สงบ และช้าลงได้มากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการปรับมุมมองหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการคิด วิเคราะห์ ใช้เหตุผลแทนการตอบโต้ด้วยอารมณ์ทันที และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการหันเหจากอารมณ์ด้านลบไปทำกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายตนเอง

“เวลา push ลูกน้องให้ทำงาน บ่อยครั้งจะ push หนักมาก มันทำให้พวกเขาเหนื่อย แต่เราจะเริ่มสังเกตตนเองโดยการสังเกตคนอื่นก่อน ซึ่งก่อนหน้านี้ไม่ค่อยมี เราเข้าใจมากขึ้นว่าคนมีความหลากหลาย มีความสามารถแตกต่างกัน จึงให้ความคาดหวังน้อยลง ใจเย็นมากขึ้น”

ลักษณะ 3 (รหัสชุดข้อมูล 057)

4.2.2.1.4 การควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 4

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 4 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ดังแสดงในตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 4

รหัสชุดข้อมูล (N=6)	013	017	027	053	073	074	จำนวน	ร้อยละ
1. ควบคุมการแสดงออกทางอารมณ์ไม่ให้เข้มข้นรุนแรงเหมือนในอดีต		√	√		√	√	4	66.67
2. หักห้ามใจ ใช้เหตุผล ไม่ปล่อยตัวเองจมไปกับอารมณ์ที่เกิดขึ้น เช่น ความเศร้า เสียใจ	√	√		√	√		4	66.67
3. ปล่อยวางหรือควบคุมอารมณ์ความโกรธได้ง่ายขึ้น ใจเย็น สงบ		√	√				2	33.33

ตารางที่ 4.43 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ทั้งหมดจำนวน 6 คน ภายหลังการเรียนเอ็นเนียวแกรมมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการควบคุมการแสดงออกทางอารมณ์ไม่ให้เข้มข้นรุนแรงเหมือนในอดีตที่เคยทำ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการหักห้ามใจ ใช้เหตุผล ไม่ปล่อยตัวเองจมไปกับอารมณ์ที่เกิดขึ้น เช่น ความเศร้า เสียใจ และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการปล่อยวางหรือควบคุมอารมณ์ความโกรธได้ง่ายขึ้น ใจเย็น สงบ

“เห็น ได้ชัดเจนเวลาเกิดอารมณ์เศร้า เมื่อรู้ทันตัวเองก็จะควบคุมได้ดีขึ้น หลุดจากความเศร้าได้เร็วขึ้น ไม่ไปขยายขนาดอารมณ์ให้ใหญ่มากขึ้น”

ลักษณะ 4 (รหัสชุดข้อมูล 053)

4.2.2.1.5 การควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 5

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 5 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ดังแสดงในตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 5

รหัสชุดข้อมูล (N=9)	002	012	021	028	038	045	047	050	054	จำนวน	ร้อยละ
1. หยุด ตั้งสติ คิดวิเคราะห์ก่อนการตอบสนอง	√	√				√	√			4	44.44
2. ปรับมุมมองหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจ					√		√	√	√	4	44.44
3. หันเหตัวเองเมื่อรู้ว่าเครียดไปทำกิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย			√						√	2	22.22

ตารางที่ 4.44 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ทั้งหมดจำนวน 9 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการหยุด ตั้งสติ คิดวิเคราะห์ก่อนการตอบสนองออกไป มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการปรับมุมมองหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจ และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการหันเหตัวเองเมื่อรู้ว่าเครียดไปทำกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายตนเอง

“ภายหลังเรียนเอ็นเนียแกรมเมื่อเราเข้าใจว่าอะไรมักเป็นสาเหตุของความไม่พอใจของเรา ซึ่งบางครั้งอาจเกิดจากความคิดของเราเองมากเกินไปจนความเป็นจริงหรือเป็นเพียงความไม่ชอบส่วนตัว เมื่อมีสติเข้าใจและสามารถรับรู้ได้จะช่วยให้เราลดความรู้สึกเชิงลบได้ เช่น ไม่หงุดหงิดหรือไม่โกรธ หรือเรียนรู้ที่จะเอาตัวเองออกจากสถานการณ์นั้นๆ”

ลักษณะ 5 (รหัสชุดข้อมูล 054)

4.2.2.1.6 การควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 6

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 6 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ดังแสดงในตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 6

รหัสชุดข้อมูล	011	019	048	059	063	064	065	068	จำนวน	ร้อยละ
1. รู้ทันและปล่อยวางความกลัวได้ง่ายขึ้น จิตใจสงบมากขึ้น	√		√		√	√		√	5	62.50
2. หยุด ตั้งสติ คิดวิเคราะห์ แยกแยะระหว่างความกลัวกับความเป็นจริง		√	√	√					3	37.50
3. ปรับมุมมองด้านบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจ	√				√			√	3	37.50
4. หากิจกรรมเพื่อผ่อนคลายตัวเองเวลาที่มีความกลัว/วิตกกังวล		√							1	12.50

ตารางที่ 4.45 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการรู้ทันและปล่อยวางความกลัวได้ง่ายขึ้น จิตใจสงบมากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการหยุด ตั้งสติ คิดวิเคราะห์ แยกแยะระหว่างความกลัวกับความเป็นจริง มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการปรับมุมมองหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจ

และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการ
หากิจกรรมเพื่อผ่อนคลายตัวเองเวลาที่มีความกลัว/วิตกกังวล

“หลังเรียนเอ็นเนียแกรมเมื่อมีอารมณ์เชิงลบเกิดขึ้นและรู้เท่าทัน ทำให้
สามารถอยู่และเรียนรู้ที่จะควบคุมอารมณ์ที่เกิดขึ้นได้ดีขึ้น”

ลักษณะ 6 (รหัสชุดข้อมูล 059)

4.2.2.1.7 การควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 7

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 7
พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ดังแสดงในตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 7

รหัสชุดข้อมูล	001	008	029	044	046	049	051	052	058	066	จำนวน	ร้อยละ
1. หยุด ตั้งสติ วิเคราะห์ เวลาที่มีรู้สึก ไม่พอใจ ก่อนที่จะ ตอบโต้	√		√	√	√	√			√		6	60.00
2. อดทน เผชิญหน้า สิ่งที่ไม่พึง พอใจโดย ไม่หนี					√	√		√	√		4	40.00
3. ปล่อยวาง ความไม่ สบายใจได้ ง่าย จิตใจ สงบขึ้น						√		√	√		3	30.00

ตารางที่ 4.46 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ทั้งหมดจำนวน 10 คน ภายหลัง
การเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของ

ตนเองได้ดีขึ้นด้วยการหยุด ตั้งสติ คิดวิเคราะห์เวลามีความรู้สึกไม่พึงพอใจก่อนที่จะตอบ ได้ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการอดทนกับความเบื่อ/อึดอัดใจ เผชิญหน้าสิ่งที่ไม่พึงพอใจโดยไม่หนี และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการปล่อยวางความไม่สบายใจได้ง่ายขึ้น

“ด้วยความที่เป็นพวกอยู่บนทุ่งหญ้าลาเวนเดอร์ เวลาเจอคนที่รัก ให้อใจแล้ว ผิดหวัง จะเสียใจเวิ่นเวื่อ คิดหล่ม และก็ยังเป็นฐานหัวด้วย ก็จะต้องวิเคราะห์มันทุกเรื่อง ทำไมเขาถึงได้ทำร้ายเราได้ ถามคนไปพันคน เพื่อหาคำตอบของคำถาม ทำไม แต่หลังเรียนนพลักษณ์ เข้าใจธรรมชาตินี้ ก็เห็นตัวเองอนุญาตให้ตัวเองรู้สึกเหมือนเดิม แต่มันรู้ล่วงหน้าว่า อ้อ...ไม่ต้องตกใจเดี่ยวธรรมชาติของมันจะดึงฉันกลับมาเอง ”

ลักษณะ 7 (รหัสชุดข้อมูล 052)

4.2.2.1.8 การควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 8

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 8 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ดังแสดงในตารางที่ 4.47

ตารางที่ 4.47 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 8

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	005	010	016	022	023	032	034	035	056	070	จำนวน	ร้อยละ
1. คิดทบทวนมากขึ้น ก่อนที่จะตอบโต้	√				√	√	√	√	√		6	60.00
2. ควบคุมการ แสดงออกความไม่ พึงพอใจได้ดีขึ้น		√	√				√	√		√	5	50.00
3. ปล่อยวางอารมณ์ โกรธได้เร็ว ใจเย็น มากขึ้น				√		√					2	20.00

ตารางที่ 4.47 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 8 (ต่อ)

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	005	010	016	022	023	032	034	035	056	070	จำนวน	ร้อยละ
4. หามุมมองด้านบวก ในเหตุการณ์ที่ไม่ พอใจ						√			√		2	20.00

ตารางที่ 4.47 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ทั้งหมดจำนวน 10 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการคิดทบทวนมากขึ้นก่อนที่จะตอบโต้หรือแสดงออกแต่ละครั้ง มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการควบคุมการแสดงออกความไม่พอใจได้ดีขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการปล่อยวางอารมณ์โกรธได้เร็ว ใจเย็นมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการปรับมุมมองหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจ

“เวลาที่น้องที่ทำงานมาบอกให้เราช่วยทำงานของน้องที่น้องต้องการความช่วยเหลือจากเรา แต่เรายังไม่ว่างและกำลังรีบมาก ๆ กับงานที่สำคัญอยู่เช่นกัน ความเครียดจากงานเดินที่เราจะต้องรีบทำก็มีอยู่แล้ว ทำให้ยังรู้สึกหงุดหงิดและอยากจะคุ้งน้องว่า “เฮ้ยแก ฉันยังไม่ว่างตอนนี้” แต่ก็สามารถควบคุมตัวเองได้ดีขึ้นเพราะเคยมีโอกาสดูเรียนเรื่องนพลักษณ์ เลยเข้าใจตนเองว่าตอนนี้เรากำลังมีอารมณ์โกรธอยู่เลยค่อยๆบอกน้องว่า “แกรีบไปหม ส่งวันไหน เดี่ยวพี่เคลียร์งานนี้เสร็จ พี่จะรีบช่วยทันที”

ลักษณะ 8 (รหัสชุดข้อมูล 035)

4.2.2.1.9 การควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 9

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 9 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ดังแสดงในตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 ข้อมูลแสดงประเด็นเรื่องการพัฒนาการควบคุมอารมณ์ตนเองของลักษณะ 9

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	003	004	007	030	031	033	043	072	จำนวน	ร้อยละ
1. แสดงออกเวลาที่มีความโกรธหรือความขัดแย้งในทางสร้างสรรค์มากขึ้น	√	√				√	√	√	5	62.50
2. ปรับหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์นั้น					√		√		2	25.00
3. ควบคุมการแสดงอารมณ์โกรธ				√					1	12.50

ตารางที่ 4.48 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการเปลี่ยนการแสดงออกเวลาที่มีความโกรธหรือความขัดแย้งในทางสร้างสรรค์มากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการปรับหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์นั้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่าสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้นด้วยการควบคุมอารมณ์โกรธไม่ให้ออกมา

“อารมณ์ที่รับรู้ได้มากขึ้นคือความโกรธ ก่อนที่จะเข้ามพลักษณ์มักเข้าใจว่าตัวเองเป็นคนที่ไม่ค่อยโกรธ อะไรก็ได้ ทำตามหรือยอมตามคนอื่นทุกอย่างแม้จะต้องทำในสิ่งที่ไม่ชอบ ไม่รู้สึกโกรธ แม้จะต้องทำในสิ่งที่ไม่ชอบ ส่งผลให้ปฏิเสธคนอื่นได้ยากและเสียเวลาในการเรื่องที่สำคัญของตนเอง บางครั้งก็เก็บกดอารมณ์ไว้และระเบิดใส่คนอื่นเป็นครั้งคราว ซึ่งหลังเรียนฐานพลักษณ์ทำให้เรายอมรับว่ามีอารมณ์นี้อยู่ในตัว และสามารถจัดการอารมณ์อย่างสร้างสรรค์ ไม่เหมือนเมื่อก่อนที่ไม่ยอมรับรู้แต่กดอารมณ์ไว้แล้วผลระเบิดอารมณ์ใส่คนใกล้ตัว”

ลักษณะ 9 (รหัสข้อมูล 003)

4.2.2.2 ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประเด็นย่อยเรื่องความสามารถในการปรับตัวของประชากรกลุ่มตัวอย่างได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.49

ตารางที่ 4.49 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับความสามารถในการปรับตัว (Adaptability)

ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability)	จำนวนที่ แสดงถึง ความคล้อย ตาม (Number)	ร้อยละ ความ คล้อย ตาม (%)	ระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity)		
			คล้อยตาม ในระดับ ต่ำ (Least Evident)	คล้อยตาม ปานกลาง (Moderately Evident)	คล้อยตาม อย่างเห็น ได้ชัด (Most Evident)
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด(N=75)	63	84.00			√
จำแนกตามลักษณะ					
ลักษณะ 1 (N=7)	7	100%			√
ลักษณะ 2 (N=9)	6	66.67%		√	
ลักษณะ 3 (N=8)	6	75.00%			√
ลักษณะ 4 (N=6)	4	66.67%		√	
ลักษณะ 5 (N=9)	9	100%			√
ลักษณะ 6 (N=8)	7	87.50%			√
ลักษณะ 7 (N=10)	8	80.00%			√
ลักษณะ 8 (N=10)	9	90.00%			√
ลักษณะ 9 (N=8)	7	87.50%			√
รวม (Total)	63				

ตารางที่ 4.49 พบว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 84.00 เล่าถึงพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่แสดงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) กับการมีความสามารถในการปรับตัวที่มากขึ้น โดยเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 9 ลักษณะ พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1, 3, 5, 6, 7, 8 และ 9 แสดงออกถึงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) ในประเด็นเรื่องความสามารถในการปรับตัวที่มากขึ้น ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 และ 4 แสดงออกถึงความคล้อยตามในระดับปานกลาง (Moderately Evident) โดยมีรายละเอียดคือ กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 จำนวน 7 คน และกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 100 เล่าถึงพฤติกรรมที่แสดงถึงความสามารถในการปรับตัวที่มากขึ้น รองลงมาได้แก่

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 ถัดมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 และลักษณะ 9 จำนวนกลุ่มละ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ถัดมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ถัดมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และสุดท้ายได้แก่กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 และลักษณะ 4 จำนวน 6 คน และ 4 คน ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 66.67

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาประเด็นย่อย (Subthemes) ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวของคนแต่ละลักษณะภายหลังได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม โดยเปรียบเทียบกับแนวทางในการพัฒนาตนเองของคนแต่ละลักษณะตามที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ซึ่งแสดงไว้ในตารางที่ 2.13 ซึ่งเป็นวิธีการที่คนแต่ละลักษณะใช้ในการปรับตัวเพื่อพัฒนาตนเองและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Lapid-Bogda, 2010) ทำให้พบข้อมูลเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะดังแสดงในตารางที่ 4.50 ถึงตารางที่ 4.58

4.2.2.2.1 ความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 1

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 1 ภายหลังการได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ดังแสดงในตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 1 ที่เปลี่ยนแปลงไป

รหัสชุดข้อมูล (N=7)	009	014	020	026	055	067	075	จำนวน	ร้อยละ
1. เมตตาเห็นอกเห็นใจ และแสดงความใส่ใจในความรู้สึกผู้อื่นมากขึ้น	√	√	√	√	√	√		6	85.71
2. ฟ่อนคลายการยึดติดกับมาตรฐาน/ความถูกต้อง		√		√	√		√	4	57.14
3. ลดการเข้มงวดจริงจัง		√		√	√		√	4	57.14

ตารางที่ 4.50 พบว่า กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ทั้งหมดจำนวน 7 คน ภายหลังการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 ระบุว่าสามารถเมตตาเห็นอกเห็นใจและแสดงออกแบบใส่ใจในความรู้สึกของผู้อื่นมากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ระบุว่าสามารถฟ่อนคลายการยึดติดกับมาตรฐาน/ความถูกต้อง และมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ระบุว่าสามารถลดการเข้มงวดจริงจังกับผู้อื่นได้

“เมื่อรู้ตัวว่าเป็นลักษณะ 1 ขอบพุดจากถาดก็พยายามลดลงครับ แม้ว่าบางทีจะไม่ได้ตั้งใจแบบว่าเราไม่เห็นว่ามันจะเช็ดเนียนยังไงแต่คนอื่นคิด ก็เลยเป็นว่าช่วงนี้ก็พยายามคิดคำพูดให้นุ่มนวลที่สุดครับ”

ลักษณะ 1 (รหัสชุดข้อมูล 067)

4.2.2.2 ความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 2 ภายหลังจากได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ดังแสดงในตารางที่ 4.51

ตารางที่ 4.51 ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 2 ที่เปลี่ยนแปลงไป

รหัสชุดข้อมูล (N=9)	006	015	018	024	025	039	040	042	069	จำนวน	ร้อยละ
1. ลดความ คาดหวังที่มีต่อ ผู้อื่นลง		√		√	√		√		√	5	55.56
2. แสดงออกความ ต้องการของ ตนเองให้ผู้อื่น รับรู้				√		√			√	3	33.33

ตารางที่ 4.51 พบว่า กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ทั้งหมดจำนวน 9 คน ภายหลังจากการเรียนรู้เอ็นเนียแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ระบุว่าสามารถลดความคาดหวังที่มีต่อผู้อื่นลงได้ และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่าสามารถแสดงออกความต้องการของตนเองให้ผู้อื่นรับรู้ได้มากขึ้น

“ตอนที่กำลังเริ่มเสียใจเพราะคนสำคัญไม่รู้ว่าเราต้องการอะไรหรือตอบสนองไม่ตามที่คาดหวัง พอเรามีความรู้หลังเรียนเอ็นเนียแกรมและจับตัวเองได้ทัน แทนที่เราจะเสียใจและตามมาด้วยอาการงอน เราก็เลือกที่จะสื่อสารไปตรงๆ”

ลักษณะ 2 (รหัสชุดข้อมูล 024)

4.2.2.2.3 ความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 3 ภายหลังจากได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ดังแสดงในตารางที่ 4.52

ตารางที่ 4.52 ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 3 ที่เปลี่ยนแปลงไป

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	036	037	041	057	060	061	062	071	จำนวน	ร้อยละ
1. ลดความกดดันและรีบร้อนในการทำสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จ				√		√	√	√	4	50.00
2. ให้ความสำคัญเรื่องความสัมพันธ์กับผู้อื่นมากขึ้น	√			√		√	√		4	50.00
3. รับรู้ความรู้สึกและความต้องการของตนเองมากขึ้น					√		√		2	25.00
4. วางแผนทำงานให้รอบคอบมากขึ้น								√	1	12.50

ตารางที่ 4.52 พบว่า กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังจากการเรียนรู้เอ็นเนียแกรมมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระบุว่าสามารถลดความกดดันและรีบร้อนในการทำสิ่งต่างๆ เพื่อบรรลุเป้าหมาย มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระบุว่าสามารถเพิ่มการให้ความสำคัญเรื่องความสัมพันธ์กับผู้อื่น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่าสามารถรับรู้ความรู้สึกและความต้องการที่แท้จริงของตนเองมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่าสามารถวางแผนในการทำงานให้รอบคอบมากขึ้น

“จากที่ได้เรียนนพลักษณ์ เมื่อรู้ว่าตัวเองเป็นอย่างไร มีจุดแข็งจุดอ่อน อย่่างไรก็นำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันและในงาน จากที่ทำงานอย่างหนักหน่วงทั้งที่บ้านและที่ทำงาน ก็เริ่มหาเวลาให้ตัวเองได้ปลดปล่อยมากขึ้น จากที่ทำงานโดยไม่ค่อยวางแผนมาก่อน ลงมือทำเลยโดยไม่รีรอ ก็ไต่ตรงมากขึ้นค่ะ”

ลักษณะ 3 (รหัสชุดข้อมูล 071)

4.2.2.2.4 ความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 4

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 4 ภายหลังจากได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ดังแสดงในตารางที่ 4.53

ตารางที่ 4.53 ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 4 ที่เปลี่ยนแปลงไป

รหัสชุดข้อมูล (N=6)	013	017	027	053	073	074	จำนวน	ร้อยละ
1. เพิ่มการใช้ความคิดและเหตุผล ลดการทำตามใจตัวเองหรือทำ ตามอารมณ์อย่างรวดเร็ว	√	√		√		√	4	66.67
2. ลดการเปรียบเทียบกับผู้อื่น	√	√					2	33.33
3. ลดการหมกมุ่นกับอารมณ์ภายใน ของตัวเอง				√		√	1	16.67

ตารางที่ 4.53 พบว่า กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ทั้งหมดจำนวน 6 คน ภายหลังจากการเรียนรู้เอ็นเนียแกรมมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระบุว่าสามารถเพิ่มการใช้ความคิดและเหตุผล ลดการทำตามใจตัวเองหรือทำตามอารมณ์อย่างรวดเร็ว มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่าสามารถลดการเปรียบเทียบกับตัวเองกับผู้อื่น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ระบุว่าสามารถลดการหมกมุ่นกับอารมณ์ภายในของตัวเองได้มากขึ้น

“เวลาทำงานแล้วต้องคิดกับคนเยอะๆ ลักษณะ 4 ก็อยากจะ withdraw หรือใช้ Unhealthy part ของลักษณะ 1 ในการวิจารณ์ (ในหัว) แต่พอหลังเรียนรู้ตัวก็จะไม่แสดงออกมา หรือจะเลือกใช้ Healthy Part ของลักษณะตัวเองหรือลักษณะลูกศรมากขึ้น”

ลักษณะ 4 (รหัสชุดข้อมูล 017)

4.2.2.2.5 ความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 5

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 5 ภายหลังจากได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ดังแสดงในตารางที่ 4.54

ตารางที่ 4.54 ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 5 ที่เปลี่ยนแปลงไป

รหัสชุดข้อมูล(N=9)	002	012	021	028	038	045	047	050	054	จำนวน	ร้อยละ
1. รับรู้อารมณ์ ความรู้สึกมากขึ้น	√	√	√	√		√	√		√	7	77.78
2. แบ่งปันข้อมูลหรือ ความรู้สึกกับผู้อื่น					√		√	√		3	33.33

ตารางที่ 4.54 พบว่า กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ทั้งหมดจำนวน 9 คน ภายหลังจากการเรียนรู้เอนิเยแกรมมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 ระบุว่าสามารถรับรู้อารมณ์ความรู้สึกมากขึ้น ลดการตัดอารมณ์ และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระบุว่าสามารถแบ่งปันข้อมูลหรือความรู้สึกให้ผู้อื่นรู้ได้มากขึ้น

“ช่วยให้รู้ทันตอนที่กำลังจะตัดการรับรู้อารมณ์ แทนที่จะคิดก็กลับมา รู้สึกยอมรับอารมณ์ที่เกิดขึ้น”

ลักษณะ 5 (รหัสชุดข้อมูล 012)

4.2.2.2.6 ความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 6

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 6 ภายหลังจากได้รับความรู้เอนิเยแกรม เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ดังแสดงในตารางที่ 4.55

ตารางที่ 4.55 ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 6 ที่เปลี่ยนแปลงไป

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	011	019	048	059	063	064	065	068	จำนวน	ร้อยละ
1. แยกแยะระหว่างสิ่งที่ กังวลกับสิ่งที่มีโอกาส ที่จะเกิดขึ้นจริง	√		√	√	√	√		√	6	75.00
2. ลดการวางแผนและฝึก เผชิญหน้ากับความ วิตกกังวล	√					√			2	25.00
3. ลงมือทำสิ่งต่างๆแม้จะ รู้สึกวิตกกังวล	√	√							2	25.00

ตารางที่ 4.55 พบว่า กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังจากการเรียนรู้เ็นนียแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ระบุว่าสามารถคิด วิเคราะห์ แยกแยะระหว่างสิ่งที่กลัวหรือกังวลมากไปกับสิ่งที่โอกาสที่จะเกิดขึ้นจริงได้มากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่าสามารถลดการวางแผนป้องกันและฝึกเผชิญหน้ากับความกลัว/วิตกกังวลอย่างกล้าหาญ และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่าสามารถลงมือทำสิ่งต่างๆ ได้มากขึ้นแม้จะกลัวหรือกังวล

“ประเด็นที่ได้เรียนรู้คือ จัดสมดุลให้ได้ ลองไม่คิด ไม่วางแผนมากมาย บ้าง ลองเจอปัญหา ฝึกแก้ปัญหาเฉพาะหน้าบ้าง เพื่อให้ใจไม่ตื่นตระหนกและเพื่อให้มีสติ”

ลักษณะ 6 (รหัสชุดข้อมูล 011)

4.2.2.2.7 ความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 7

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 7 ภายหลังจากการเรียนรู้เ็นนียแกรม เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ดังแสดงในตารางที่ 4.56

ตารางที่ 4.56 ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 7 ที่เปลี่ยนแปลงไป

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	001	008	029	044	046	049	051	052	058	066	จำนวน	ร้อยละ
1. อยู่กับปัจจุบัน/ ลดการวางแผนถึงอนาคต		√	√	√	√	√		√	√		7	70.00
2. เผชิญหน้ากับสิ่งที่ทำให้ไม่พอใจโดยไม่หลีกเลี่ยง	√				√	√		√	√		5	50.00
3. มีระเบียบวินัยในชีวิตมากขึ้น					√						1	10.00

ตารางที่ 4.56 พบว่า กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ทั้งหมดจำนวน 10 คน ภายหลังจากการเรียนรู้เ็นนียแกรมมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 ระบุว่าสามารถอยู่กับปัจจุบันได้มากขึ้น ลดการวางแผนถึงโอกาสในอนาคต มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระบุว่าสามารถ

เผชิญหน้ากับสิ่งที่ทำให้ไม่พอใจโดยไม่หลีกเลี่ยง และ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ระบุว่าสามารถมีระเบียบวินัยในการใช้ชีวิตมากขึ้น

“หลังจากได้เรียนรู้คุณลักษณะรู้สึกว่าได้เข้าใจธรรมชาติความคิดตัวเองมากขึ้นจากที่เคยสงสัยตัวเองมาตั้งแต่เด็กมาตลอดว่าทำไมเราถึงไม่ชอบให้ตัวเองอยู่หรือเจอสถานะสิ่งแวดล้อมที่มีพลังงานลบเอามากๆ ได้เรียนรู้จุดอ่อนของตัวเอง พยายามบังคับตัวเองให้จดจ่ออยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งนานๆ”

ลักษณะ 7 (รหัสชุดข้อมูล 046)

4.2.2.2.8 ความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 8

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 8 ภายหลังจากได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ดังแสดงในตารางที่ 4.57

ตารางที่ 4.57 ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 8 ที่เปลี่ยนแปลงไป

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	005	010	016	022	023	032	034	035	056	070	จำนวน	ร้อยละ
1. ปรับคำพูดและลดอารมณ์รุนแรงเพื่อไม่ให้กระทบผู้อื่น		√	√	√	√	√	√	√	√		8	80.00
2. ลดความใจร้อน รับฟังมากขึ้น	√			√		√		√	√		5	50.00
3. คิด ไตร่ตรอง เหตุการณ์มากขึ้น ก่อนตอบโต้					√	√	√	√			4	40.00
4. แสดงออกความรู้สึก และด้านอ่อนโยน ให้คนอื่นรับทราบ					√				√		2	20.00

ตารางที่ 4.57 พบว่า กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ทั้งหมดจำนวน 10 คน ภายหลังจากเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ระบุว่าสามารถปรับคำพูดและลดความรุนแรงทางอารมณ์เพื่อไม่ให้กระทบคนอื่น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระบุว่า

สามารถลดความใจร้อน รับฟังผู้อื่นได้มากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระบุว่าสามารถคิด วิเคราะห์ ทบทวนไตร่ตรองเหตุการณ์มากขึ้นก่อนตอบโต้ออกไป และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระบุว่าสามารถเพิ่มการแสดงออกความรู้สึกและเปิดเผยด้านอ่อนโยนให้คนอื่นรับทราบได้มากขึ้น

“หลังเรียนนพลักษณ์ตัวเราเองก็มีความยืดหยุ่น ในการ React กับคนรอบข้างได้มากขึ้น ไม่ React ในเชิงที่ทำให้เขารู้สึกเสียใจหรือไม่สบายใจ”

ลักษณะ 8 (รหัสชุดข้อมูล 010)

4.2.2.2.9 ความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 9

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 9 ภายหลังจากได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม เทียบกับข้อมูลที่ปรากฏในวรรณกรรมบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ดังแสดงในตารางที่ 4.58

ตารางที่ 4.58 ข้อมูลแสดงความสามารถในการปรับตัวของลักษณะ 9 ที่เปลี่ยนแปลงไป

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	003	004	007	030	031	033	043	072	จำนวน	ร้อยละ
1. กล้าเผชิญหน้า / ไม่หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง	√	√		√		√	√		5	62.50
2. กล้าแสดงจุดยืนและความคิดเห็นของตัวเองมากขึ้น	√					√		√	3	37.50
3. รับรู้ความรู้สึกที่แท้จริงของตัวเองมากขึ้น	√		√					√	3	37.50
4. ทำสิ่งที่ประโชชน์หรือเป็นเป้าหมายของตนเอง			√					√	2	25

ตารางที่ 4.58 พบว่า กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 ระบุว่าสามารถกล้าเผชิญไม่หลีกเลี่ยงความขัดแย้งได้มากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่าสามารถกล้าแสดงจุดยืนและความคิดเห็นของตัวเองมากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่าสามารถรับรู้ความรู้สึกที่แท้จริงของตัวเองมากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่าสามารถทำสิ่งที่ประโชชน์หรือเป็นเป้าหมายของตนเองได้มากยิ่งขึ้น

“รู้ทันการผิดวันประกันพุ่มของตัวเอง ตอนนี้พยายามใส่ใจงานของตัวเองมากขึ้นคะ และพยายามใส่ใจความรู้สึกตัวเองมากขึ้นคะ”

ลักษณะ 9 (รหัสชุดข้อมูล 072)

4.2.3 เอ็นเนียแกรมกับการตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness)

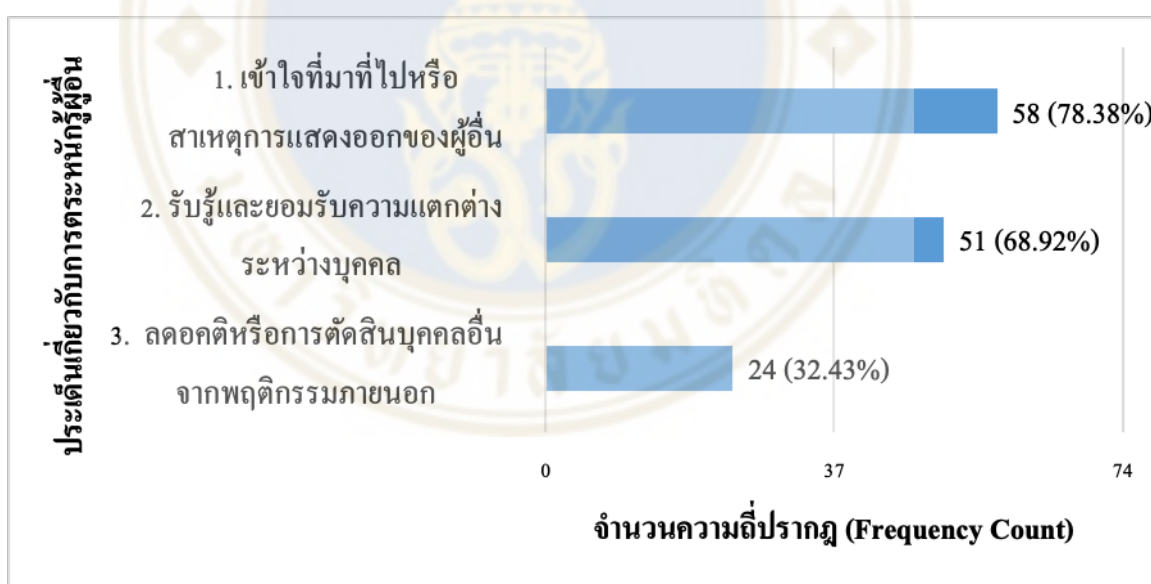
เมื่อทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมในประเด็นเรื่องการตระหนักรู้ผู้อื่นของประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 74 คน ที่แสดงถึงการมีความสามารถในการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม โดยจำแนกออกเป็น 9 ลักษณะ ได้ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 4.59

ตารางที่ 4.59 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness)

การตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness)	จำนวนที่ แสดงถึง ความ คล้อยตาม (Number)	ร้อยละ ความ คล้อย ตาม (%)	ระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity)		
			คล้อยตาม ในระดับ ต่ำ (Least Evident)	คล้อยตาม ปานกลาง (Moderately Evident)	คล้อยตาม อย่างเห็น ได้ชัด (Most Evident)
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (N=75)	74	98.67%			√
จำแนกตามลักษณะ					
ลักษณะ 1 (N=7)	7	100%			√
ลักษณะ 2 (N=9)	9	100%			√
ลักษณะ 3 (N=8)	8	100%			√
ลักษณะ 4 (N=6)	6	100%			√
ลักษณะ 5 (N=9)	9	100%			√
ลักษณะ 6 (N=8)	7	87.50%			√
ลักษณะ 7 (N=10)	10	100%			√
ลักษณะ 8 (N=10)	10	100%			√
ลักษณะ 9 (N=8)	8	100%			√
รวม (Total)	74				

ตารางที่ 4.59 พบว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 98.67 เล่าถึงพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่แสดงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) กับประเด็นการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้น โดยเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 9 ลักษณะ พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, และ 9 จำนวน 7, 9, 8, 6, 9, 10, 10, และ 8 คน ตามลำดับ ทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100 และกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 เล่าถึงเหตุการณ์และพฤติกรรมที่แสดงถึงการมีความสามารถในการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประเด็นย่อยเรื่องการตระหนักรู้ผู้อื่นของประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 74 คน ที่ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยพัฒนาความสามารถในการตระหนักรู้ผู้อื่น พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ที่พบบ่อยที่สุด 3 อันดับแรกเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่น ดังแสดงในรูปภาพที่ 4.4 ได้แก่

- อันดับที่ 1 : เข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่น
- อันดับที่ 2 : รับรู้และยอมรับความแตกต่างของผู้อื่น
- อันดับที่ 3 : ลดอคติหรือการตัดสินคนอื่น



รูปภาพที่ 4.4 ข้อมูลแสดงประเด็นปรากฏเรื่องการตระหนักรู้ผู้อื่นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม

รูปภาพที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 74 คน ที่ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยพัฒนาความสามารถในการตระหนักรู้ผู้อื่น มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 78.38 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่น มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 68.92 ระบุว่ารับรู้และยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคลได้มากขึ้น และมีจำนวน 24 คน คิดเป็น

ร้อยละ 32.43 ระบุว่าสามารถลดอคติหรือการตัดสินบุคคลอื่นจากพฤติกรรมภายนอกได้ภายหลังได้รับการศึกษาเอ็นเนียแกรม

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นเรื่องการตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness) ของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สนับสนุนว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมมีส่วนช่วยส่งเสริมความสามารถในการตระหนักรู้ผู้อื่น โดยจำแนกรายละเอียดกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะ ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.60 ถึงตารางที่ 4.68

4.2.3.1 การตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 1

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 1 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ดังแสดงในตารางที่ 4.60

ตารางที่ 4.60 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 1

รหัสชุดข้อมูล (N=7)	009	014	020	026	055	067	075	จำนวน	ร้อยละ
1. เข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่น	√	√	√	√	√	√	√	7	100
2. เข้าใจอารมณ์หรือสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจที่ผู้อื่นไม่ได้พูดออกมาตรงๆ	√	√		√				3	42.86
3. ยอมรับความแตกต่างของผู้อื่น			√		√	√		3	42.86
4. เข้าใจจุดแข็ง/จุดอ่อนของผู้อื่น							√	1	14.29

ตารางที่ 4.60 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ทั้งหมดจำนวน 7 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ระบุว่าเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ระบุว่าเข้าใจอารมณ์ ความต้องการ หรือสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจที่ผู้อื่นไม่ได้พูดออกมาตรงๆ ได้มากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ระบุว่ายอมรับความแตกต่างของผู้อื่นได้มากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ระบุว่าเข้าใจจุดแข็ง/จุดอ่อนของผู้อื่นได้มากขึ้น

“เช่นคุณพ่อคุณเป็นคนที่ระแวงแบบลักษณะ 6 ตั้งแต่เด็กจนโตก็ไม่เคยเข้าใจว่าทำไมเขาต้องคิดเยาะขนาดนั้น แต่พอได้รู้เรื่องนี้แล้วก็ทำให้เราเข้าใจคุณพ่อมากขึ้น แบบว่าอยากวางแผนอะไรของเขาก็ไม่ไปบ่นเขาแล้วครับ”

ลักษณะ 1 (รหัสชุดข้อมูล 067)

4.2.3.2 การตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 2 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ดังแสดงในตารางที่ 4.61

ตารางที่ 4.61 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 2

รหัสชุดข้อมูล (N=9)	006	015	018	024	025	039	040	042	069	จำนวน	ร้อยละ
1. เข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่น	√	√	√	√	√	√	√	√	√	9	100
2. เข้าใจมุมมองผู้อื่นที่ต่างจากตนเอง		√	√	√			√	√	√	6	66.67
3. ยอมรับความแตกต่างของผู้อื่น		√							√	2	22.22
4. ปรับมุมมองของตนเองด้วยการเทียบว่าหากตนเองเป็นคนลักษณะอื่นจะคิดหรือแสดงออกแตกต่างออกไปอย่างไร						√		√		2	22.22

ตารางที่ 4.61 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ทั้งหมดจำนวน 9 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียวแกรมมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ระบุว่าเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระบุว่าเข้าใจมุมมองของผู้อื่นที่แตกต่างจากตนเองได้มากขึ้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระบุว่ายอมรับความแตกต่างของผู้อื่นได้มากขึ้น และมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระบุว่าสามารถปรับมุมมองของตนเองด้วยการเทียบว่าหากตนเองเป็นคนลักษณะอื่นจะคิดหรือแสดงออกแตกต่างออกไปอย่างไรได้มากขึ้น

“เข้าใจเพื่อนที่ทำอะไรครึ่งๆกลางๆ ไม่ค่อยสำเร็จจนจบกระบวนการ หรือชอบทิ้งงานเวลาเจอปัญหา เป็นเพราะเขาเป็นลักษณะ 7 พอเข้าใจก็เลย ออมนั่นคือแบบนี้ คือเขาเป็นแบบนี้ไม่ได้แกล้งเลย”

ลักษณะ 2 (รหัสชุดข้อมูล 069)

4.2.3.3 การตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 3 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ดังแสดงในตารางที่ 4.62

ตารางที่ 4.62 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 3

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	036	037	041	057	060	061	062	071	จำนวน	ร้อยละ
1. เข้าใจมุมมองผู้อื่นที่แตกต่างจากตนเอง	√			√	√	√	√	√	6	75.00
2. เข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่น		√	√			√	√		4	50.00
3. ยอมรับความแตกต่างของผู้อื่น				√			√	√	3	37.50
4. ปรับมุมมองของตนเองด้วยการเทียบว่าหากตนเองเป็นคนลักษณะอื่นจะคิดหรือแสดงออกแตกต่างออกไปอย่างไร					√				1	12.50

ตารางที่ 4.62 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ระบุว่าเข้าใจมุมมองของผู้อื่นที่แตกต่างจากตนเองได้มากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระบุว่าเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระบุว่ายอมรับความแตกต่างของผู้อื่นได้มากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่าสามารถปรับมุมมองของตนเองด้วยการเทียบว่าหากตนเองเป็นคนลักษณะอื่นจะคิดหรือแสดงออกแตกต่างออกไปอย่างไรได้มากขึ้น

“แฟนผมเป็นเบอร์ 4 (Artist) หลังจากที่ผมเรียนแล้วชวนให้แฟนเรียนกับอาจารย์ ทำให้เราเข้าใจกันมากขึ้น เหมือนเปิดโลกความแตกต่างของเราสองคนให้เห็นเข้าใจตรงกัน

ว่าแต่ละคนมีความคิดอย่างไร ข้อดีข้อเสียเป็นอย่างไร สะท้อนตัวตนของตัวเองและคู่รักออกมาได้อย่างชัดเจน”

ลักษณะ 3 (รหัสชุดข้อมูล 062)

4.2.3.4 การตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 4

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 4 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ดังแสดงในตารางที่ 4.63

ตารางที่ 4.63 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 4

รหัสชุดข้อมูล (N=6)	013	017	027	053	073	074	จำนวน	ร้อยละ
1. เข้าใจผู้อื่นในแบบที่เขาเป็นโดยไม่ตัดสิน	√	√	√	√		√	5	83.33
2. ยอมรับความแตกต่างของผู้อื่น	√	√	√		√	√	5	83.33
3. เข้าใจมุมมองหรือการแสดงออกของผู้อื่นที่แตกต่างจากตนเอง			√	√	√	√	4	66.67
4. ปรับมุมมองของตนเองด้วยการเทียบว่าหากตนเองเป็นคนลักษณะอื่นจะคิดหรือแสดงออกแตกต่างออกไปอย่างไร		√					1	16.67

ตารางที่ 4.63 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ทั้งหมดจำนวน 6 คน ภายหลังจากการเรียนรู้เนื้อหาเกมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 ระบุว่าเข้าใจและรับรู้ผู้อื่นในแบบที่เขาเป็นจริงๆโดยไม่ตัดสินได้มากขึ้น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 ระบุว่ายอมรับความแตกต่างของผู้อื่นได้มากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระบุว่าเข้าใจมุมมองหรือการแสดงออกของผู้อื่นที่แตกต่างจากตนเองได้มากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ระบุว่าสามารถปรับมุมมองของตนเองด้วยการเทียบว่าหากตนเองเป็นคนลักษณะอื่นจะคิดหรือแสดงออกแตกต่างออกไปอย่างไรได้มากขึ้น

“ภายหลังจากเรียนรู้เนื้อหาเกมทำให้เข้าใจผู้อื่นมากขึ้นและไม่ใช้มุมมองหรือความรู้สึกตนเองเข้าไปตัดสินการกระทำของคนอื่น จึงส่งผลให้ความสัมพันธ์โดยรวมดีขึ้น”

ลักษณะ 4 (รหัสชุดข้อมูล 074)

4.2.3.5 การตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 5

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 5 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ดังแสดงในตารางที่ 4.64

ตารางที่ 4.64 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นลักษณะ 5

รหัสชุดข้อมูล(N=9)	002	012	021	028	038	045	047	050	054	จำนวน	ร้อยละ
1. เข้าใจผู้อื่นในแบบที่เขาเป็นโดยไม่ตัดสิน	√		√	√			√	√	√	6	66.67
2. เข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่น	√	√	√		√	√			√	6	66.67
3. ยอมรับความแตกต่างผู้อื่น	√			√			√	√	√	5	55.56

ตารางที่ 4.64 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ทั้งหมดจำนวน 9 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระบุว่าเข้าใจและรับรู้ผู้อื่นในแบบที่เขาเป็นจริงๆโดยไม่ตัดสินได้มากขึ้น มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระบุว่าเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น และมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ระบุว่ายอมรับความแตกต่างของผู้อื่นได้มากขึ้น

“เจอคนลักษณะ 8 ซึ่งคนในที่ทำงานลงความเห็นว่าเขาเป็น Toxic Person แต่หลังเรียนนพลักษณ์ก็ให้เห็นเจตนาดีที่ซ่อนอยู่ในตัวเขา เช่น ความตรงไปตรงมา”

ลักษณะ 5 (รหัสข้อมูล 021)

4.2.3.6 การตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 6

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 6 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ดังแสดงในตารางที่ 4.65

ตารางที่ 4.65 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 6

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	011	019	048	059	063	064	065	068	จำนวน	ร้อยละ
1. เข้าใจสาเหตุการแสดงออก ของผู้อื่น	√	√		√	√	√	√	√	7	87.50
2. ยอมรับความแตกต่างของ ผู้อื่น				√					1	12.50

ตารางที่ 4.65 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ระบุว่าเข้าใจสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นมากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่ายอมรับความแตกต่างผู้อื่นได้มากขึ้น

“เข้าใจเพื่อนร่วมงานและผู้อื่น บางทีบางคนที่เขาคิดไม่เหมือนเราและมีแรงขับเคลื่อนที่แตกต่างกัน แต่ก่อนที่เราไม่รู้ ไม่เข้าใจ เราจะเห็นแต่ว่าทำไมเขาคิดแบบนี้”

ลักษณะ 6 (รหัสชุดข้อมูล 011)

4.2.3.7 การตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 7

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 7 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ดังแสดงในตารางที่ 4.66

ตารางที่ 4.66 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 7

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	001	008	029	044	046	049	051	052	058	066	จำนวน	ร้อยละ
1. เข้าใจสาเหตุการ แสดงออกผู้อื่น	√		√	√	√	√	√	√	√	√	9	90.00
2. ลดอคติต่อบุคคลอื่น จากภายนอก	√		√	√	√	√	√	√	√	√	9	90.00
3. ยอมรับความแตกต่าง ของผู้อื่น	√	√		√	√	√		√	√		7	70.00

ตารางที่ 4.66 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ทั้งหมดจำนวน 10 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 ระบุว่าเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 ระบุว่าลดอคติหรือการตัดสิน

บุคคลอื่นจากพฤติกรรมภายนอกได้มากขึ้น และมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ระบุว่ายอมรับความแตกต่างของผู้อื่นได้มากขึ้น

“หลังเรียนนพลักษณ์บางครั้งเจอคนที่เราไม่พอใจ ก็พยายามเข้าใจเขาว่าทำไมเขาเป็นแบบนั้น เช่น เพื่อนร่วมงานคนหนึ่ง ไม่ค่อยพูด เราพูดด้วยก็ไม่พูดด้วย เวลาแสดงอารมณ์เหมือนฝันๆ ไม่จริงใจ เราก็ไม่โอเค เพราะคิดว่าเขาไม่อยากจะคุยกับเรา แต่พอรู้ว่าเขาเป็นลักษณ์ 5 ก็พอจะเข้าใจและให้พื้นที่กับเขา”

ลักษณ์ 7 (รหัสชุดข้อมูล 051)

4.2.3.8 การตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณ์ 8

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณ์ 8 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณ์ 8 ดังแสดงในตารางที่ 4.67

ตารางที่ 4.67 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณ์ 8

รหัสชุดข้อมูล(N=10)	005	010	016	022	023	032	034	035	056	070	จำนวน	ร้อยละ
1. เข้าใจที่มาพฤติกรรมของผู้อื่น	√	√	√	√	√	√	√	√	√		9	90.00
2. ยอมรับความแตกต่างของผู้อื่น	√	√	√	√	√		√	√		√	8	80.00
3. ลดอคติต่อบุคคลอื่นจากภายนอก		√			√	√		√			4	40.00

ตารางที่ 4.67 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณ์ 8 ทั้งหมดจำนวน 10 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 ระบุว่าเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ระบุว่ายอมรับความแตกต่างของผู้อื่นได้มากขึ้น และมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระบุว่าลดอคติหรือการตัดสินบุคคลอื่นจากพฤติกรรมภายนอกได้มากขึ้น

“หลังเรียนเข้าใจว่าคนเรามีหลายประเภท แต่ละคนก็แตกต่างกันออกไป เราไม่ถูกคนเดียว คนอื่นไม่ได้ผิดเสมอ เราก็ผิดในมุมของเขาได้ คนมีความเชื่อต่างกัน ทำให้คิดและกระทำออกมาต่างกัน พอเข้าใจคนอื่นความทุกข์ที่เราซัดใจมันก็น้อยลง”

ลักษณะ 8 (รหัสชุดข้อมูล 016)

4.2.3.9 การตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 9

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นของลักษณะ 9 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ดังแสดงในตารางที่ 4.68

ตารางที่ 4.68 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นของลักษณะ 9

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	003	004	007	030	031	033	043	072	จำนวน	ร้อยละ
1. เข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่น	√	√	√	√	√	√		√	7	87.50
2. ยอมรับความแตกต่างของผู้อื่น							√		1	12.50

ตารางที่ 4.68 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ระบุว่าเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ระบุว่ายอมรับความแตกต่างของผู้อื่นได้มากขึ้น

“ทุกคนมีนพลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นรูปแบบการรับมือกับสิ่งต่างๆและการแสดงออกจึงต่างกัน หากเข้าใจพื้นฐานนี้แล้วการเข้าใจคนอื่นก็ไม่ใช่อะไรที่ยาก”

ลักษณะ 9 (รหัสชุดข้อมูล 033)

4.2.4 เอ็นเนียแกรมกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)

เมื่อทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมในประเด็นเรื่องการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 74 คน ที่แสดงถึงการมีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม โดยจำแนกออกเป็น 9 ลักษณะ ได้ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 4.69

ตารางที่ 4.69 ข้อมูลแสดงระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity) ระหว่างเอ็นเนียแกรมกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)

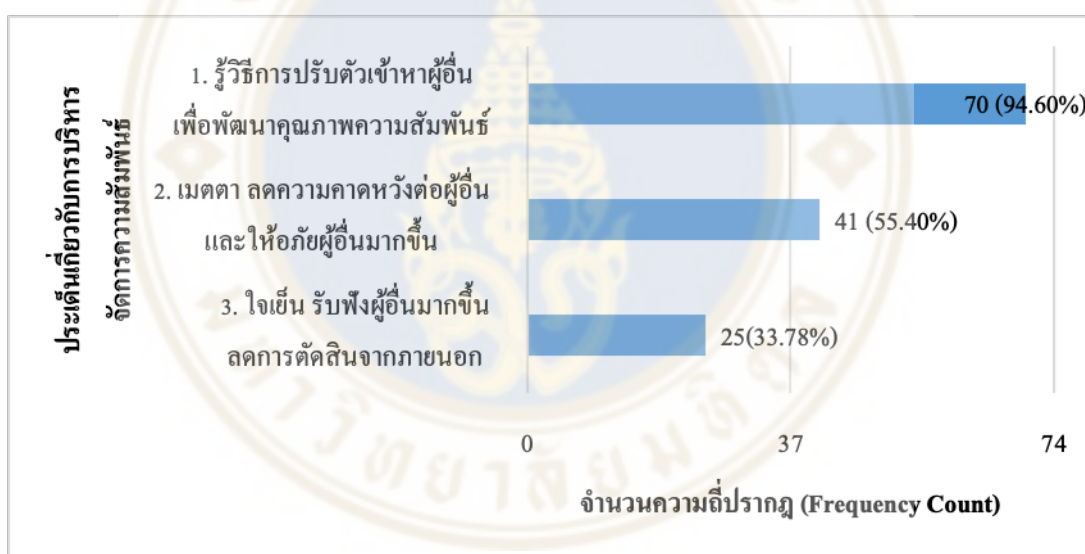
การบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)	จำนวนที่แสดงถึงความคล้อยตาม (Number)	ร้อยละของความคล้อยตาม (%)	ระดับความคล้อยตาม (Extent of Conformity)		
			คล้อยตามในระดับต่ำ (Least Evident)	คล้อยตามปานกลาง (Moderately Evident)	คล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident)
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (N=75)	74	98.67%			√
จำแนกตามลักษณะ					
ลักษณะ 1 (N=7)	7	100%			√
ลักษณะ 2 (N=9)	9	100%			√
ลักษณะ 3 (N=8)	8	100%			√
ลักษณะ 4 (N=6)	6	100%			√
ลักษณะ 5 (N=9)	9	100%			√
ลักษณะ 6 (N=8)	8	100%			√
ลักษณะ 7 (N=10)	10	100%			√
ลักษณะ 8 (N=10)	9	90.00%			√
ลักษณะ 9 (N=8)	8	100%			√
รวม (Total)	74				

ตารางที่ 4.69 พบว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 98.67 เก่าถึงพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่แสดงความคล้อยตามอย่างเห็นได้ชัด (Most Evident) กับประเด็นการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น โดยเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่าง

ออกเป็น 9 ลักษณะ พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 และ 9 จำนวน 7, 9, 8, 6, 9, 8, 10 และ 8 คนตามลำดับ ซึ่งแต่ละลักษณะคิดเป็นร้อยละ 100 และกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90 เล่าถึงเหตุการณ์และพฤติกรรมที่แสดงถึงการมีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประเด็นย่อยเรื่องการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 74 คน ที่ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้อื่น พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ที่พบบ่อยที่สุด 3 อันดับแรกเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ ดังแสดงในรูปภาพที่ 4.5 ได้แก่

- อันดับที่ 1 : รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาผู้อื่นเพื่อพัฒนาคุณภาพความสัมพันธ์
- อันดับที่ 2 : เมตตา ลดความคาดหวังต่อผู้อื่น และให้อภัยผู้อื่นมากขึ้น
- อันดับที่ 3 : ใจเย็น รับฟังผู้อื่นมากขึ้น ลดการตัดสินจากภายนอก



รูปภาพที่ 4.5 ข้อมูลแสดงประเด็นปรากฏเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์

รูปภาพที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 74 คน ที่ระบุว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์ มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 94.60 ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาผู้อื่นเพื่อพัฒนาคุณภาพความสัมพันธ์ มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 55.40 ระบุว่าเมตตา ลดความคาดหวังต่อผู้อื่น และให้อภัยผู้อื่นได้มากขึ้น และมีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 33.78 ระบุว่าสามารถใจเย็น รับฟังผู้อื่นมากขึ้น และลดการตัดสินผู้อื่นจากภายนอกภายหลังการได้ศึกษาเอ็นเนียแกรม

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นเรื่องการบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management) ของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สนับสนุนว่าการเรียนเ็นนียแกรมมีส่วนช่วยส่งเสริมการพัฒนาการบริหารจัดการความสัมพันธ์ โดยเมื่อจำแนกรายละเอียดทั้ง 9 ลักษณะ ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.70 ถึงตารางที่ 4.78

4.2.4.1 การบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 1

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 1 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ดังแสดงในตารางที่ 4.70

ตารางที่ 4.70 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 1

รหัสชุดข้อมูล (N=7)	009	014	020	026	055	067	075	จำนวน	ร้อยละ
1. รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นได้อย่างเหมาะสม	√	√	√	√	√		√	6	85.71
2. ลดการแสดงออกที่มีโอกาสทำให้ผู้อื่นรู้สึกไม่สบายใจ	√	√	√		√	√	√	6	85.71
3. เมตตาและให้อภัยผู้อื่นมากขึ้น	√	√	√		√	√		5	71.43
4. ลดความคาดหวังต่อผู้อื่น		√	√		√		√	4	57.14
5. สื่อสารโน้มน้าวคนแต่ละลักษณะได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	√	√	√					3	42.86

ตารางที่ 4.70 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ทั้งหมดจำนวน 7 คน ภายหลังจากการเรียนเ็นนียแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นได้อย่างเหมาะสม มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 สามารถลดการแสดงออกที่มีโอกาสทำให้ผู้อื่นรู้สึกไม่สบายใจ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 สามารถเมตตาและให้อภัยผู้อื่นมากขึ้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 สามารถลดความคาดหวังต่อผู้อื่นลง และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 สามารถสื่อสารโน้มน้าวคนแต่ละลักษณะได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

“ได้คุยกับคนเบอร์ 2 ที่ Suffer กับความกังวลใจที่จะออกปากขอความช่วยเหลือคนอื่น เมื่อเราเข้าใจว่าเกิดจากความกลัวคนมองว่าเป็นคนไม่ดี เราจะชวนเขาคุยและถามว่ามีอะไรให้ช่วยไหม ซึ่งเขาก็ออกปากบอกความต้องการของเขาได้โดยไม่รู้สึกละอาย เพราะเมื่อเรารู้ที่มาที่ไปของความคิด ความรู้สึก และการกระทำของเขา เราจะมีเมตตาและพูดคุยในแบบที่เหมาะสมกับเบอร์นั้นๆ เช่น เบอร์ 4 อารมณ์ศิลปิน เวลาอารมณ์ดีถามอะไรก็ตอบ แต่เวลาเขาหงุดหงิดเราจะไม่ถามว่าเป็นอะไร แต่จะรอนเขาอารมณ์ดีถึงคุยกันและไม่รู้สึกละอายที่ถามแล้วไม่ตอบ (ซึ่งก่อนหน้านี้จะไม่พอใจมาก”

ลักษณะ 1 (รหัสชุดข้อมูล 009)

4.2.4.2 การบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 2 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ดังแสดงในตารางที่ 4.71

ตารางที่ 4.71 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 2

รหัสชุดข้อมูล (N=9)	006	015	018	024	025	039	040	042	069	จำนวน	ร้อยละ
1. รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นอย่างเหมาะสม	√	√			√	√	√	√	√	7	77.78
2. ลดการแสดงอารมณ์ที่มีโอกาสทำให้ผู้อื่นรู้สึกไม่สบายใจ		√	√	√	√				√	5	55.56
3. หลีกเลี่ยงการทำสิ่งที่ผู้อื่นไม่ชอบ			√	√	√			√		4	44.44
4. รู้วิธีหาจุดที่สองฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกัน			√			√	√		√	4	44.44

ตารางที่ 4.71 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ทั้งหมดจำนวน 9 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นอย่างเหมาะสม มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 สามารถลดการแสดงอารมณ์ที่มีโอกาสทำให้ผู้อื่นรู้สึกไม่สบายใจ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 สามารถหลีกเลี่ยงการทำพฤติกรรมที่ผู้อื่นไม่ชอบ และมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 สามารถรู้วิธีในการหาจุดที่ทั้งสองฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกัน

“นพลักษณ์มีประโยชน์เรื่องการใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น เพราะว่าการที่เราได้เรียนรู้ว่าคนแต่ละลักษณะนั้นมีลักษณะเด่นด้อยต่างกันอย่างไร มีอะไรที่ควรปรับปรุง มีวิธีการในการเข้าถึงพวกเขาอย่างไร เวลาที่เราใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับพวกเขาถ้าเราเข้าใจ เราจะไม่โกรธ ไม่หงุดหงิดเขา และทำให้ใจเรามีความสุขมากขึ้น”

ลักษณะ 2 (รหัสชุดข้อมูล 040)

4.2.4.3 การบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 3 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ดังแสดงในตารางที่ 4.72

ตารางที่ 4.72 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 3

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	036	037	041	057	060	061	062	071	จำนวน	ร้อยละ
1. รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นอย่างเหมาะสม		√	√		√	√	√	√	6	75.00
2. รู้วิธีการสื่อสารและจัดการความขัดแย้งกับบุคคลอื่น	√				√	√	√	√	5	62.50
3. รู้วิธีการหาจุดที่ทั้งสองฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกัน			√		√		√	√	4	50.00
4. ลดความคาดหวังต่อผู้อื่นลง				√	√		√	√	4	50.00
5. เมตตาและให้อภัยผู้อื่นมากขึ้น							√		1	12.50

ตารางที่ 4.72 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียงแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นอย่างเหมาะสม มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รู้วิธีการสื่อสารและจัดการความขัดแย้งกับบุคคลอื่น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รู้วิธีการหาจุดที่ทั้งสองฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกัน มี

จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 สามารถลดความคาดหวังต่อผู้อื่นลง และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 สามารถเมตตาและให้อภัยผู้อื่นมากขึ้น

“หลังเรียนทำให้เข้าใจว่าแต่ละลักษณะมี Characteristics อย่างไร และหา มุมที่เข้าหาและสื่อสารให้ได้โดยพยายามสื่อสารเน้นจุด Key Attributes ของลักษณะนั้นๆ”

ลักษณะ 3 (รหัสชุดข้อมูล 061)

4.2.4.4 การบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 4

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของ ลักษณะ 4 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ดังแสดงในตารางที่ 4.73

ตารางที่ 4.73 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ตีขึ้นของลักษณะ 4

รหัสชุดข้อมูล (N=6)	013	017	027	053	073	074	จำนวน	ร้อยละ
1. รับฟังผู้อื่นมากขึ้น ลดการ ตัดสิน เชื่อมโยงกับผู้อื่น แบบเป็นธรรมชาติจริงใจ	√	√	√	√	√	√	6	100
2. รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่น อย่างเหมาะสม		√			√		2	33.33
3. ลดความคาดหวังต่อผู้อื่น		√					1	16.67

ตารางที่ 4.73 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ทั้งหมดจำนวน 6 คน ภายหลังก การเรียนเอ็นเน็ยแกรมมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 100 สามารถรับฟังผู้อื่นมากขึ้น ลดการตัดสิน เชื่อมโยงกับผู้อื่นแบบเป็นธรรมชาติจริงใจ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาผู้อื่นอย่างเหมาะสม และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 สามารถลดความคาดหวังต่อผู้อื่นลง

“นพลักษณ์ทำให้เราเข้าใจประเด็นต่างๆที่แตกต่างกันมากขึ้น โดย ส่วนตัวจึงทำให้ลดการตัดสินและการขัดแย้งลง แต่พยายามช่วยกันแก้ไขปัญหาและหา Consensus ความเห็นที่แตกต่างกันมากขึ้น”

ลักษณะ 4 (รหัสชุดข้อมูล 074)

4.2.4.5 การบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 5

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 5 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ดังแสดงในตารางที่ 4.74

ตารางที่ 4.74 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 5

รหัสชุดข้อมูล (N=9)	002	012	021	028	038	045	047	050	054	จำนวน	ร้อยละ
1. ใจเย็น รับฟังผู้อื่น มากขึ้น ลดการ ตัดสินผู้อื่น	√	√	√	√		√	√	√	√	8	88.89
2. รู้วิธีการปรับตัว เข้าหาคนอื่น อย่างเหมาะสม	√		√		√	√	√		√	6	66.67
3. เข้าใจ เมตตาและ ให้อภัยผู้อื่นมาก ขึ้น	√	√		√				√	√	5	55.56

ตารางที่ 4.74 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ทั้งหมดจำนวน 9 คน ภายหลังจากเรียนเอ็นเนียวแกรมมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 สามารถใจเย็น รับฟังผู้อื่นมากขึ้น ลดการตัดสินผู้อื่น มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นอย่างเหมาะสม และมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 สามารถเข้าใจ เมตตาและ ให้อภัยผู้อื่นมากขึ้น

“ภายหลังเรียนนพลักษณ์ทำให้เข้าใจคนในบ้านที่มีลักษณะต่างกันมากขึ้น จึงรู้ว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไรและไม่ควรทำอะไรกับคนแต่ละลักษณะ เช่น แม่ลักษณะ 1 มีความเป๊ะทุกเรื่อง ส่วนพ่อลักษณะ 2 ชอบช่วยเหลือคนรอบข้าง เราก็เข้าใจเขา เห็นถึงเจตนาดีที่ซ่อนอยู่ในคนแต่ละลักษณะ”

ลักษณะ 5 (รหัสชุดข้อมูล 021)

4.2.4.6 การบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 6

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 6 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ดังแสดงในตารางที่ 4.75

ตารางที่ 4.75 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 6

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	011	019	048	059	063	064	065	068	จำนวน	ร้อยละ
1. ู้วิธีการปรับตัวและสื่อสารเพื่อเปิดใจหรือสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น		√		√	√	√		√	5	62.50
2. เข้าใจผู้อื่นมากขึ้น ลดความคาดหวังต่อผู้อื่น	√			√	√		√	√	5	62.50
3. พัฒนารูปแบบใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาความสัมพันธ์		√		√	√	√	√		5	62.50
4. เปิดใจกับผู้อื่นมากขึ้น ทดสอบความไว้วางใจของผู้อื่นลดลง			√						1	12.50

ตารางที่ 4.75 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังการเรียนเอ็นเนียวแกรมมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 ู้วิธีการปรับตัวและสื่อสารเพื่อเปิดใจหรือสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 เข้าใจผู้อื่นมากขึ้น ทำให้ลดความคาดหวังที่มีต่อผู้อื่น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 สามารถพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาความสัมพันธ์ และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 สามารถเปิดใจกับผู้อื่นมากขึ้น ทดสอบความไว้วางใจของผู้อื่นลดลง

“ภายหลังเรียนนพลักษณ์เมื่อเข้าใจมุมมองที่แตกต่างกัน ทำให้เห็นใจผู้อื่นมากขึ้น รวมทั้งการเข้าใจตนเอง รู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง ทำให้สามารถพัฒนาตนเองทั้งพฤติกรรมและอารมณ์ ทำให้ตนเองสามารถเข้ากับคนอื่นได้ดีขึ้น”

ลักษณะ 6 (รหัสชุดข้อมูล 059)

4.2.4.7 การบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 7

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 7 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ดังแสดงในตารางที่ 4.76

ตารางที่ 4.76 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 7

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	001	008	029	044	046	049	051	052	058	066	จำนวน	ร้อยละ
1. เข้าใจผู้อื่นมากขึ้น ทำให้ลดความ คาดหวังที่มีต่อ ผู้อื่น	√	√	√		√	√	√	√	√		8	80.00
2. รู้วิธีการสื่อสาร เพื่อเปิดใจหรือ สร้างสัมพันธ์ที่ ดีกับผู้อื่น	√	√		√	√	√		√		√	7	70.00
3. รู้วิธีหาจุดที่สอง ฝ่ายได้ ประโยชน์				√	√	√	√	√	√		6	60.00
4. ใจเย็น รับฟังผู้อื่น มากขึ้น		√				√	√	√			4	40.00
5. ลดการกระทำที่ทำให้ ผู้อื่น ไม่ สบายใจ						√		√	√		3	30.00

ตารางที่ 4.76 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ทั้งหมดจำนวน 10 คน ภายหลังการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 สามารถเข้าใจผู้อื่นมากขึ้น ทำให้ลดความคาดหวังที่มีต่อผู้อื่น มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รู้วิธีการปรับตัวและสื่อสารเพื่อเปิดใจหรือสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รู้วิธีในการหาจุดที่ทั้งสอง

ฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกัน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 สามารถใจเย็น รับฟังผู้อื่นมากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 สามารถลดการแสดงออกที่ทำให้ผู้อื่นรู้สึกไม่สบายใจ

“มีน้องคนหนึ่งทำงานดีมาก และมี Potential ที่จะโตต่อไปได้ แต่หน่วยงานที่ทำอยู่มั่นคง จึงได้เสนอ Rotation ให้ทำให้ Function อื่น ซึ่งเป็นการเปลี่ยนหน้าที่ทำให้เขาสามารถเรียนรู้และเติบโต หลังจากนั้นก็นำข้อเสนอกลับไปคิดแล้วก็ตอบปฏิเสธเพราะงานใหม่ที่เสนอเป็นงานที่ต้องออกมาทำกับคนมาก ตอนแรกรู้สึกเสียใจที่มองคนผิด มีความรู้สึกขุ่นใจไม่เข้าใจว่าทำไมถึงไม่รักความก้าวหน้า ทำให้น้องๆข้างล่างพลอยไม่มีโอกาสเติบโตไปด้วย ภายหลังมาเรียนเอ็นเนียแกรมทราบว่าเขาลักษณะ 9 ที่ไม่ค่อยมีความต้องการของตนเอง ไม่ค่อยคิดถึงโอกาสก้าวหน้าและกลัวที่จะต้องเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก ก็เลยเข้าใจเขามากขึ้น ความขุ่นใจหายไป ทุกวันนี้ใช้วิธีการ Assign งานสำคัญที่เป็น Cross Functional Assignment ให้ทำแบบจับวางเลย น้องก็สามารถทำได้ดีและสนุกกับหลากหลาย Assignment”

ลักษณะ 7 (รหัสชุดข้อมูล 049)

4.2.4.8 การบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 8

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 8 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ดังแสดงในตารางที่ 4.77

ตารางที่ 4.77 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 8

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	005	010	016	022	023	032	034	035	056	070	จำนวน	ร้อยละ
1. รับฟัง ให้โอกาสผู้อื่นแสดงความคิดเห็น ไม่ตัดสินผู้อื่นจากมุมมองตนเอง	√	√	√	√		√		√	√		7	70.00
2. ลดการกระทำที่ทำให้ผู้อื่นรู้สึกไม่สบายใจ		√	√		√	√	√		√		6	60.00

ตารางที่ 4.77 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 8 (ต่อ)

รหัสชุดข้อมูล (N=10)	005	010	016	022	023	032	034	035	056	070	จำนวน	ร้อยละ
3. รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นอย่างเหมาะสม						√	√	√	√		4	40.00
4. สื่อสารสิ่งที่ตัวเองชอบและไม่ชอบให้ผู้อื่นรับรู้ได้มากขึ้น				√			√				2	20.00
5. รู้วิธีการส่งเสริมศักยภาพคนลักษณะอื่น					√						1	10.00

ตารางที่ 4.77 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ทั้งหมดจำนวน 10 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเนียแกรมมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 สามารถรับฟัง เปิดโอกาสให้ผู้อื่นแสดงความคิดเห็นมากขึ้น ไม่ตัดสินผู้อื่นจากมุมมองของตนเอง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 สามารถลดการแสดงออกที่ทำให้ผู้อื่นรู้สึกไม่สบายใจ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นอย่างเหมาะสม มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 สามารถสื่อสารสิ่งที่ตัวเองชอบและไม่ชอบให้ผู้อื่นรับรู้ได้มากขึ้น และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 สามารถรู้วิธีการส่งเสริมศักยภาพคนลักษณะอื่น

“หลังเรียนเอ็นเนียแกรมสามารถทำงานร่วมกับคนอื่นได้ดีขึ้น ไม่เอาความคิดของตนเองเป็นใหญ่ รับฟังคนอื่นมากขึ้น นำเอาข้อเสียที่เป็นคนไม่ค่อยฟังใครมาปรับ ด้วยการฟังมากๆ ลดความบ้าพลังบางอย่างลง”

ลักษณะ 8 (รหัสชุดข้อมูล 035)

4.2.4.9 การบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 9

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลักษณะ 9 พบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ดังแสดงในตารางที่ 4.78

ตารางที่ 4.78 ข้อมูลแสดงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของลักษณะ 9

รหัสชุดข้อมูล (N=8)	003	004	007	030	031	033	043	072	จำนวน	ร้อยละ
1. รู้วิธีการประนีประนอม ไกล่เกลี่ย หรือสื่อสาร เพื่อคลี่คลายความขัดแย้ง	√	√	√	√	√	√	√	√	8	100
2. รู้วิธีการปรับตัวและสื่อสารเพื่อเปิดใจหรือสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น	√		√				√	√	4	50.00
3. เมตตา ให้อภัยผู้อื่น	√	√					√	√	4	50.00
4. รู้วิธีการในการปรับตัวเองเมื่อต้องทำงานร่วมกับผู้อื่น	√			√		√			3	37.50

ตารางที่ 4.78 พบว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ทั้งหมดจำนวน 8 คน ภายหลังจากการเรียนเอ็นเน็ยแกรมมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รู้วิธีการประนีประนอม ไกล่เกลี่ย หรือสื่อสารเพื่อคลี่คลายความขัดแย้ง มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รู้วิธีการปรับตัวและสื่อสารเพื่อเปิดใจหรือสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 สามารถเมตตาและให้อภัยผู้อื่น ได้มากขึ้น และมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รู้วิธีการในการปรับตัวเองเมื่อต้องทำงานร่วมกับผู้อื่น

“หลังเรียนนพลักษณ์ทำให้ตัวเองปรับตัวเวลาทำงานกับคนต่างลักษณะ เช่น 8 หรือ 3 ก็จะมีคามชัดเจนหรือกล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น เพื่อลดหรือคลี่คลายความขัดแย้งเพราะรู้ว่าคนแต่ละลักษณะใส่ใจหรือให้คุณค่าในเรื่องใด หากเราปรับตัวได้สถานการณ์จะดีขึ้น”

ลักษณะ 9 (รหัสชุดข้อมูล 003)

บทที่ 5

อภิปรายผลการวิจัย

หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาทำการอภิปรายผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 การอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการตรวจสอบคุณภาพและความถูกต้องของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้าแหล่งข้อมูล (Data Source Triangulation) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Interview) มาตรวจสอบสามเส้ากับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตท่าทางและภาษากายของผู้ถูกสัมภาษณ์ (Observation) และข้อมูลจากการบันทึก (Field Notes) ซึ่งวิธีการดังกล่าวช่วยให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (Flick, Kardorff, & Steinke, 2000) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้วิธีการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลแบบที่มีการตีความต่ำ (Low Inference Descriptors) เพื่อให้ผลการศึกษามีความถูกต้องแม่นยำมากที่สุด (Johnson, 1997) และใช้วิธีการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytical Induction) ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นวิธีการที่ได้ประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Holsti, 1969) โดยจะทำการอภิปรายผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ 2 ข้อ ได้แก่

1. ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่
2. ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างไร

5.1.1 ความรู้เอ็นเนียแกรมและการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์

ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับความรู้เอ็นเนียแกรมระบุว่ามีการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ที่พัฒนาดีขึ้นทั้ง 4 มิติหลักของความฉลาดทางอารมณ์ โดยมีการ

เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นทั้ง 4 องค์ประกอบหลักของความฉลาดทางอารมณ์ ได้แก่ความตระหนักรู้ในตนเอง (Self Awareness) การบริหารจัดการตนเอง (Self Management) การตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness) และการบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management) ซึ่งอธิบายได้จากการที่ความรู้เอ็นเนียแกรมมุ่งเน้นไปที่การจำแนกประเภทบุคลิกภาพของบุคคลออกเป็น 9 ลักษณะที่แตกต่างกันโดยแบ่งตามแรงจูงใจหลัก (Core Motivation) ในการแสดงออก รวมถึงโลกทัศน์ ความเชื่อ และคุณค่าที่คนแต่ละลักษณะให้ความสำคัญ ส่งผลให้ความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยทำให้ผู้ที่ศึกษาเข้าใจรูปแบบความคิด ความเชื่อ อารมณ์ การแสดงออก และแรงจูงใจภายในของตนเอง ขณะเดียวกันการได้รับรู้เกี่ยวกับรูปแบบบุคลิกภาพด้านความคิด อารมณ์ และพฤติกรรมของตนเอง ยังส่งผลให้ผู้ที่ศึกษาเอ็นเนียแกรมเกิดความตระหนักรู้ในแนวโน้มการตอบสนองตามธรรมชาติ (Natural Tendency) ของตนเอง ส่งผลให้สามารถควบคุมบริหารจัดการตนเองในการแสดงออก พฤติกรรมหรืออารมณ์ต่างๆ ได้เหมาะสมยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันการได้ทำความเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพของบุคคลอื่นๆ ที่แตกต่างจากตนเองในลักษณะต่างๆ ได้ตระหนักรู้ว่าบุคลิกภาพลักษณะต่างๆ มีรูปแบบความคิด อารมณ์ พฤติกรรม และสิ่งที่ให้คุณค่าแตกต่างจากตนเองอย่างไร ยังช่วยให้ผู้ที่ศึกษาเอ็นเนียแกรมได้เรียนรู้ธรรมชาติความแตกต่างระหว่างบุคคลและเกิดความตระหนักรู้ในผู้อื่นมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้สามารถบริหารจัดการความสัมพันธ์ ปรับตัวเข้ากับผู้อื่น รู้วิธีในการสื่อสารหรือคลี่คลายความขัดแย้ง และมีวิธีการในการพัฒนาส่งเสริมคุณภาพความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับที่ Lapid-Bogda (2010) ระบุไว้ว่าเอ็นเนียแกรมเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังและใช้ได้จริงในเชิงปฏิบัติสำหรับการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคล รวมไปถึงสอดคล้องกับงานวิจัย Shin (2016) ที่สรุปว่าความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์และพฤติกรรมความใส่ใจระหว่างบุคคล (Interpersonal caring behaviors) ของนักศึกษาพยาบาล นอกจากนี้สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2552) ที่ได้ทำการจัดการอบรมภาวะผู้นำทางจิตตปัญญาศึกษาสู่มหาวิทยาลัยโดยใช้ศาสตร์เอ็นเนียแกรม ก็พบว่าผู้เข้าอบรมสามารถเข้าใจตนเองและกระบวนการคิดของตนเองได้ดีขึ้น รวมถึงยังรู้วิธีในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและหาวิธีในการลดความขัดแย้งได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเช่นกัน

นอกจากที่ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์โดยภาพรวมแล้ว จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 ยังพบอีกว่าความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ในมิติหรือองค์ประกอบย่อยต่างๆ ซึ่งจะทำการอภิปรายผลในส่วนถัดไป

5.1.1.1 ด้านการตระหนักรู้ภายในตนเอง (Self Awareness)

ความรู้เ็นเนียบแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการตระหนักรู้ภายในตนเอง จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับความรู้เ็นเนียบแกรมระบุว่ามีการพัฒนาความสามารถในการตระหนักรู้ภายในตนเองเพิ่มมากขึ้น โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างระบุว่าความรู้เ็นเนียบแกรมช่วยทำให้เข้าใจบุคลิกภาพหรือลักษณะนิสัย (Personality/Habits) ของตนเองเพิ่มมากขึ้น รองลงมาคือการเข้าใจค่านิยมกับแรงจูงใจภายใน และการเข้าใจพฤติกรรมการแสดงออกของตนเอง ซึ่งเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามบุคลิกภาพ 9 ลักษณะ พบตรงกันว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 9 ลักษณะล้วนระบุตรงกันว่าความรู้เ็นเนียบแกรมช่วยทำให้เข้าใจบุคลิกภาพหรือลักษณะนิสัยของตนเองเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอธิบายได้จากการที่เ็นเนียบแกรมเป็นเครื่องมือจำแนกบุคลิกภาพที่แบ่งประเภทบุคคลด้วยแรงจูงใจภายใน (Core Motivation) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้บุคคลหนึ่งๆมีรูปแบบการคิด (Thinking pattern) รูปแบบอารมณ์ความรู้สึก (Feeling pattern) และลักษณะนิสัยหรือรูปแบบพฤติกรรมแสดงออก (Behavioral pattern) ที่มีแบบแผนเฉพาะตัวและแตกต่างกัน (Cloete and Greeff, 2017) ดังนั้นความรู้เ็นเนียบแกรมจึงช่วยให้ผู้ที่ศึกษาสามารถทำความเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพหรือลักษณะนิสัยของตนเองอย่างครบถ้วนและเป็นองค์รวม ซึ่งสอดคล้องกับที่ Daniels and Price (2009) ระบุว่าเ็นเนียบแกรมเป็นเครื่องมือจิตวิทยาบุคลิกภาพในการทำความเข้าใจลักษณะนิสัยความเคยชินตามธรรมชาติหรือบุคลิกภาพตัวตนภายในที่สมบูรณ์ที่สุดเครื่องมือหนึ่ง ขณะที่ Wagner (1981) ได้สรุปผลเกี่ยวกับความถูกต้องและแม่นยำของแบบสอบถามเพื่อค้นหาบุคลิกภาพลักษณะของบุคคลที่เขาพัฒนาขึ้นในวิทยานิพนธ์ระดับดุษฎีบัณฑิต โดยกล่าวว่าเ็นเนียบแกรมสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพหลักหรือสไตล์หลัก (Core Style) ของบุคคลได้อย่างครบถ้วน กว้างขวาง และถูกต้องแม่นยำ โดยช่วยทำให้บุคคลลักษณะนั้นๆมีความเข้าใจที่มากขึ้นเกี่ยวกับทัศนคติ มุมมอง อารมณ์ พฤติกรรมและการแสดงออกในความสัมพันธ์ต่างๆซึ่งค่อนข้างคงที่ สม่ำเสมอ และเป็นที่ยึดการณได้ในระยะยาว เนื่องจากเป็นบุคลิกภาพหรือตัวตนตามธรรมชาติของบุคคล

ตามที่ Boyatzis et al. (2017) ได้ขยายความถึงความสามารถหรือพฤติกรรมของผู้ที่มีการตระหนักรู้ภายในตนเองที่ดีเอาไว้ 5 ประการ ได้แก่ การมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นของตนเอง การเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ การเข้าใจผลกระทบของอารมณ์ที่เกิดขึ้น (Understand the implications) การรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง (Awareness of own strengths and limits) และการเปิดรับต่อข้อมูลป้อนกลับของผู้อื่น (Being open to feedback) ซึ่งข้อมูลจากการวิเคราะห์ผลการศึกษาวิจัยพบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวดังที่จะอภิปรายผลในส่วนถัดไป

5.1.1.1.1 ด้านการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้น

ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้น จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าเอ็นเนียแกรมมีส่วนช่วยให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างสามารถมีสติรับรู้ อารมณ์ได้มากขึ้น ซึ่งอธิบายได้จากการที่ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ได้ศึกษาความรู้เอ็นเนียแกรมได้ รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับแบบแผนอารมณ์ความรู้สึก (Feeling Pattern) ประจำลักษณะของตนเอง ทำให้ ทราบถึงรายละเอียดเกี่ยวกับแนวโน้มตามธรรมชาติของอารมณ์และความรู้สึก รวมถึงได้ทราบ เกี่ยวกับประเภทของอารมณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยของคนแต่ละลักษณะทั้งอารมณ์ด้านบวกและอารมณ์ด้าน ลบ และยังได้ทราบเกี่ยวกับสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดความเครียดหรือความไม่พึงพอใจซึ่งจะเป็นสิ่งที่ ขัดแย้งกับแรงจูงใจภายในหลักประจำลักษณะของตน ด้วยสาเหตุนี้ประชากรกลุ่มตัวอย่างจึงมี ความสามารถในการมีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นได้มากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ซึ่ง สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Kay Delvo (2015) ที่ระบุว่าเอ็นเนียแกรมมีประโยชน์ในการพัฒนา ผู้นำในองค์กรเนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มการตระหนักรู้ภายในตนเองของผู้นำ เพราะสามารถ อธิบายข้อมูลอย่างละเอียดครบถ้วนเกี่ยวกับบุคลิกภาพทั้งที่ผู้นำรู้ตัวและไม่รู้ตัว อีกทั้งยังช่วยให้ผู้นำ สามารถรับรู้และมีสติรู้เท่าทันรูปแบบอารมณ์และการตอบสนองอัตโนมัติของตนเอง (Autopilot) ได้อย่างง่ายดายมากกว่าเครื่องจำแนกบุคลิกภาพประเภทอื่นๆ

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ที่เกี่ยวข้องกับ เอ็นเนียแกรม พบว่ารูปแบบอารมณ์ (Feeling Pattern) ของคนแต่ละลักษณะมีความแตกต่างเฉพาะตัว ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกเป็น กลุ่มย่อยทั้ง 9 ลักษณะ มีความสามารถในการมีสติรับรู้อารมณ์ได้มากขึ้น โดยสามารถรับรู้ประเด็น เกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกที่พบบ่อยของลักษณะตนเองซึ่งสอดคล้องตรงกับสิ่งที่ปรากฏใน วรรณกรรม นอกจากนี้ข้อมูลรายละเอียดประเด็นอารมณ์ที่กลุ่มคนแต่ละลักษณะสามารถรับรู้ได้มาก ขึ้นหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรม ยังไม่เคยมีปรากฏในวรรณกรรมใดมาก่อนทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นครั้งแรกที่ได้เพิ่มเติมรายละเอียดในประเด็นดังกล่าวให้กับ วงการการศึกษาเอ็นเนียแกรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะ 1

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 สามารถรับรู้ประเด็นอารมณ์ความหงุดหงิดใจเวลา สิ่งต่างๆไม่เป็นไปตามที่คาดหวังหรือควรจะเป็นได้มากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ซึ่ง อธิบายได้จากการที่คนลักษณะ 1 ให้ความสำคัญกับการทำสิ่งต่างๆให้ถูกต้องและดีที่สุด (Howe-Murphy, 2007) จึงทำคนลักษณะ 1 มีมาตรฐานหรือความคาดหวังภายในตนเองที่สูง ส่งผลให้รูปแบบ อารมณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยคือความหงุดหงิดใจเวลาสิ่งต่างๆไม่เป็นไปตามมาตรฐานหรือความคาดหวัง

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 1 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.2 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 1 สามารถรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 2

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 สามารถรับรู้ประเด็นอารมณ์ความเสียใจหรือน้อยใจเวลาผู้อื่นไม่เห็นความสำคัญของตนได้มากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ซึ่งอธิบายได้จากการที่คนลักษณะ 2 ให้ความสำคัญกับการเป็นที่ชื่นชอบและเห็นความสำคัญ (Cloete & Greeff, 2017) จึงทำคนลักษณะ 2 ใส่ใจเรื่องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น (Howe-Murphy, 2007) ส่งผลให้รูปแบบอารมณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยคือความเสียใจหรือน้อยใจเวลาผู้อื่นไม่เห็นความสำคัญของตน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 2 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.3 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 2 สามารถรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 3

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 สามารถรับรู้ประเด็นอารมณ์ความจริงจัง มุ่งมั่น เครียดหรือกดดันตัวเองเวลาทำงานได้มากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ซึ่งอธิบายได้จากการที่คนลักษณะ 3 ให้ความสำคัญกับการประสบความสำเร็จในการทำงาน และใส่ใจเรื่องการลงมือทำให้บรรลุเป้าหมาย (Howe-Murphy, 2007) ส่งผลให้รูปแบบอารมณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยคือความจริงจัง มุ่งมั่น เครียดหรือกดดันตัวเองเวลาทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 3 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.4 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 3 สามารถรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 4

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 สามารถรับรู้อารมณ์ความเศร้า/เสียใจ/หดหู่ ซึ่งส่งผลให้อยากจะแยกตัวออกจากผู้อื่นและจมอยู่กับอารมณ์ของตนเองได้มากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ซึ่งอธิบายได้จากการที่คนลักษณะ 4 ให้ความสำคัญกับการต้องการแสดงออกความเป็นตัวเองอย่างจริงแท้ (Riso & Hudson, 1996) ส่งผลให้รูปแบบอารมณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยคือความเศร้า/เสียใจ/หดหู่ ซึ่งมันเกิดขึ้นเวลาที่ผู้อื่นไม่เข้าใจหรือไม่ยอมรับในความเป็นตัวตนของคนลักษณะ 4 จึงทำให้คนลักษณะ 4 มีแนวโน้มตอบสนองต่อความเสียใจด้วยการแยกตัวออกไปเพื่อจมอยู่กับ

อารมณ์ของตนเอง (Cloete & Greeff, 2017) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 4 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.5 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 4 สามารถรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 5

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 สามารถรับรู้ประเด็นการตัดอารมณ์ ไม่แสดงออกความรู้สึกที่เกิดขึ้น และประเด็นความรู้สึกหวงแหนเวลา ข้อมูลและพื้นที่ส่วนตัวของตัวเองมากขึ้น ภายหลังจากศึกษาเอ็นเนียแกรม ซึ่งอธิบายได้จากการที่คนลักษณะ 5 ให้ความสำคัญกับการต้องการอยู่ได้ด้วยตนเอง (Howe-Murphy, 2007) ส่งผลให้รูปแบบอารมณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยคือการตัดอารมณ์ ไม่แสดงออกความรู้สึก เนื่องจากไม่ต้องการให้อารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นทำให้เสียความสามารถในการคิดวิเคราะห์เพื่อทางออกในการใช้ชีวิต (Cloete & Greeff, 2017) นอกจากนี้ยังรู้สึกหวงแหนความเป็นส่วนตัว เนื่องจากไม่ต้องการพึ่งพาผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 5 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.6 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 5 สามารถรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 6

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 สามารถรับรู้ประเด็นอารมณ์ความกลัว วิตกกังวล และคาดการณ์ถึงสิ่งที่ไม่แน่นอนในอนาคตได้มากขึ้นภายหลังจากศึกษาเอ็นเนียแกรม ซึ่งอธิบายได้จากการที่คนลักษณะ 6 ให้ความสำคัญกับความมั่นคงและปลอดภัย (Riso & Hudson, 1996) ส่งผลให้รูปแบบอารมณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยคือความกลัว วิตกกังวล เนื่องจากไม่เชื่อใจหรือไว้ใจอะไรง่าย ๆ ต้องการทดสอบหรือคาดการณ์จนกว่าจะรู้สึกแน่ใจหรือปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 6 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.7 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 6 สามารถรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 7

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 สามารถรับรู้ประเด็นอารมณ์ต่อไปนี้ได้มากขึ้น ภายหลังจากศึกษาเอ็นเนียแกรม ได้แก่ ความอยากลองทำสิ่งใหม่ๆ ความร่าเริงสนุกสนาน หาความสุขให้ตนเองได้ง่าย และความเบื่อง่าย ไม่ชอบสิ่งซ้ำซากจำเจ ซึ่งอธิบายได้จากการที่ลักษณะ 7 ให้ความสำคัญกับการมีความสุข และการมีประสบการณ์ที่หลากหลาย (Riso & Hudson, 1996) ส่งผลให้รูปแบบอารมณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยคือความตื่นเต้นอยากลองทำสิ่งใหม่ๆ อยากสนุกสนานร่าเริง

และความเบื่อหรือไม่ชอบความจำเจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 7 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.8 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 7 สามารถรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 8

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 สามารถรับรู้ประเด็นอารมณ์ความรู้สึกโกรธและการแสดงความไม่พอใจอย่างรุนแรงและเปิดเผย รวมถึงประเด็นเรื่องความอยากควบคุมสิ่งต่างๆให้อยู่ภายใต้การจัดการของตนเองได้มากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ซึ่งอธิบายได้จากการที่ลักษณะ 8 ให้ความสำคัญกับการควบคุมสิ่งต่างๆด้วยตนเอง (Howe-Murphy, 2007) ส่งผลให้รูปแบบอารมณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยคือความโกรธหรือไม่พอใจเวลาสิ่งต่างๆไม่เป็นไปตามที่ตนสามารถควบคุมได้ และยังทำให้แสดงออกอารมณ์ไม่พอใจที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ตรงไปตรง และเปิดเผย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 8 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.9 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 8 สามารถรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 9

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 สามารถรับรู้ประเด็นอารมณ์ความไม่ชอบความขัดแย้งได้มากขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ซึ่งอธิบายได้จากการที่คนลักษณะ 9 ให้ความสำคัญกับความสงบในใจและสันติสุข (Riso & Hudson, 1996) ส่งผลให้รูปแบบอารมณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยคือความไม่ชอบหรืออึดอัดใจเวลาที่มีสถานการณ์ความขัดแย้งเกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 9 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.10 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 9 สามารถรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในตนเองได้มากขึ้น

5.1.1.1.2 ด้านการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์

ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าเอ็นเนียแกรมมีส่วนช่วยให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ได้มากขึ้น ซึ่งอธิบายได้จากการที่ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ได้ศึกษาความรู้เอ็นเนียแกรมได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับแบบแผนอารมณ์ความรู้สึก (Feeling Pattern) ประจำลักษณะของตนเอง รวมถึงทราบเกี่ยวกับแรงจูงใจภายในหลัก (Core Motivation) ประจำลักษณะของตนเอง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความคิด ความเชื่อ อารมณ์ การแสดงออก (Cloete & Greeff, 2017)

รวมถึงความเครียด ความขัดแย้ง และรูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Kay Delvo, 2015) ด้วยสาเหตุนี้ประชากรกลุ่มตัวอย่างจึงมีความสามารถในการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ตนเองได้มากขึ้น กล่าวคือเข้าใจว่าอารมณ์เชิงบวกเกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจภายในหลักได้รับการเติมเต็ม และอารมณ์เชิงลบเกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจภายในหลักถูกขัดขวางหรือไม่ได้รับการเติมเต็ม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยในวิทยานิพนธ์ระดับคุณวุฒิบัณฑิตของ Sutton (2007) ที่ระบุว่าเอ็นเนียแกรมเป็นเครื่องมือที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยม สิ่งที่คุณค่าให้ความสำคัญ รวมถึงแรงจูงใจ (Motives) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ซ่อนอยู่ภายในจิตใจส่วนลึกของคุณค่าที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้จากภายนอก ซึ่งแรงจูงใจเหล่านั้นส่งผลต่อการเกิดอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ รวมไปถึงส่งผลต่อการมีสุขภาวะ ความเครียด และวิธีการจัดการความเครียดของคนแต่ละลักษณะ การที่คุณค่าที่ศึกษาเอ็นเนียแกรมมีความเข้าใจในแรงจูงใจหรือสิ่งที่คุณค่าให้คุณค่า จะช่วยให้คุณค่าสามารถบริหารจัดการตนเอง เพิ่มสุขภาวะหรือทัศนคติที่ดีในการทำงาน รวมถึงจัดการความเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตได้ดียิ่งขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ที่เกี่ยวข้องกับเอ็นเนียแกรมพบว่าบุคคลแต่ละลักษณะมีแรงจูงใจภายใน (Motivation) รวมถึงสิ่งที่คุณค่าให้คุณค่า (Values) ที่เฉพาะแตกต่างกันออกไป ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม เมื่อทำการจำแนกวิเคราะห์ในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะ มีความสามารถในการเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ต่างๆของตนเองหรือเข้าใจแรงจูงใจภายในของตนเองได้มากขึ้น โดยสามารถระบุแรงจูงใจภายในและเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ความรู้สึกที่พบบ่อยของลักษณะตนเองได้สอดคล้องกับสิ่งที่ปรากฏในวรรณกรรม นอกจากนี้ข้อมูลรายละเอียดที่มาที่ไปของอารมณ์ที่กลุ่มคนแต่ละลักษณะสามารถรับรู้ได้มากขึ้นหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรม ยังไม่เคยมีปรากฏในวรรณกรรมใดมาก่อนทั้งในประเทศและต่างประเทศ การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นครั้งแรกที่ได้เพิ่มเติมรายละเอียดในประเด็นดังกล่าวให้กับวงการการศึกษาเอ็นเนียแกรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะ 1

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 เข้าใจต้นเหตุที่มาของอารมณ์เรื่องความต้องการทำสิ่งต่างๆให้ดีที่สุดมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 1 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 เรื่องแรงจูงใจหลักของลักษณะ 1 ได้แก่ความต้องการความถูกต้อง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 1 เข้าใจที่มาของอารมณ์ตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 2

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 เข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์เรื่องความต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 2 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 เรื่องแรงจูงใจหลักของลักษณะ 2 ได้แก่ความต้องการเป็นที่รัก มีความสำคัญ และมีความสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 2 เข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ตนเองได้ดีมากขึ้น

ลักษณะ 3

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 เข้าใจต้นเหตุที่มาของอารมณ์เรื่องความต้องการประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 3 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 เรื่องแรงจูงใจหลักของลักษณะ 3 ได้แก่ความต้องการประสบความสำเร็จ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 3 เข้าใจที่มาของอารมณ์ได้มากขึ้น

ลักษณะ 4

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 เข้าใจต้นเหตุที่มาที่ไปของอารมณ์เรื่องความต้องการเป็นตัวของตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 4 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 เรื่องแรงจูงใจหลักของลักษณะ 4 ได้แก่ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง แตกต่าง ต้องการมีเอกลักษณ์ หรือต้องการมีคนรักในอุดมคติ ซึ่งอธิบายได้จากการที่คนลักษณะ 4 ให้ความสำคัญกับการเป็นตัวของตัวเองอย่างจริงจัง ทำให้คนลักษณะ 4 ซื่อสัตย์กับอารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจและรับรู้ความรู้สึกต่างๆที่เกิดขึ้นภายในอย่างเปิดเผย ไม่ผลัดใสหรือหนีการรับรู้อารมณ์ ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกด้านบวกหรือความรู้สึกด้านลบ เช่น ความเศร้า เสียใจ ผิดหวัง เป็นต้น สอดคล้องกับที่ Daniels & Price (2009) ระบุว่าลักษณะ 4 มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมกรมกุ่มน เซพ หรือจมอยู่กับความรู้สึกต่างๆ โดยเฉพาะความรู้สึกด้านลบ เช่น ความเศร้า เสียใจ ผิดหวัง หรือหุดหู่ของตนเอง และการเซพอารมณ์เหล่านั้นจะรุนแรงมากขึ้นหากผู้อื่นไม่รับรู้ ยอมรับหรือเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของคนลักษณะ 4 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ที่ระบุว่าเข้าใจต้นเหตุเรื่องความต้องการเซพหรือจมอยู่กับอารมณ์ที่เกิดขึ้น จึงมาจากความเข้าใจว่าทำไมตนเองจึงรับรู้อารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ได้ชัดเจน และซื่อสัตย์เผชิญกับอารมณ์นั้นได้นานกว่าคนลักษณะอื่น จึงกล่าวได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 4 เข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ตนเองได้ดีมากขึ้น

ลักษณะ 5

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 เข้าใจต้นเหตุที่มาที่ไปของอารมณ์เรื่องความต้องการพื้นที่ส่วนตัวหรือความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 5 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 เรื่องแรงจูงใจหลักของลักษณะ 5 ได้แก่ความต้องการอยู่ได้ด้วยตนเอง ไม่ต้องการพึ่งพาใคร ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 5 เข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ตนเองได้ดีมากขึ้น

ลักษณะ 6

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 เข้าใจต้นเหตุที่มาที่ไปของอารมณ์เรื่องความกลัวอันตรายหรือกลัวไม่ปลอดภัยได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 6 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 เรื่องแรงจูงใจหลักของลักษณะ 6 ได้แก่ความต้องการปลอดภัยและมั่นใจ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 6 เข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ตนเองได้ดีมากขึ้น

ลักษณะ 7

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 เข้าใจต้นเหตุที่มาที่ไปของอารมณ์เรื่องความต้องการความสุขใจมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 7 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 เรื่องแรงจูงใจหลักของลักษณะ 7 ได้แก่ความต้องการความสุขหรือพึงพอใจ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 7 เข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ตนเองได้ดีมากขึ้น

ลักษณะ 8

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 เข้าใจต้นเหตุที่มาที่ไปของอารมณ์เรื่องความต้องการควบคุมจัดการสิ่งต่างๆ ได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 8 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 เรื่องแรงจูงใจหลักของลักษณะ 8 ได้แก่ความต้องการควบคุมจัดการและเข้มแข็ง หรือความต้องการควบคุมสถานการณ์ด้วยตนเอง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 8 เข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ตนเองได้ดีมากขึ้น

ลักษณะ 9

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 เข้าใจต้นเหตุที่มาที่ไปของอารมณ์เรื่องความกลัว ความขัดแย้งได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ 9 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.1 เรื่องแรงจูงใจหลักของลักษณะ 9 ได้แก่ความต้องการสร้างสันติสุขหรือความปรองดอง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 9 เข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ตนเองได้ดียิ่งขึ้น

5.1.1.1.3 ด้านการรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง

ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าเอ็นเนียแกรมมีส่วนช่วยให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองได้มากขึ้น ซึ่งอธิบายได้จากการที่การศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยให้ทราบเกี่ยวกับแบบแผนการแสดงออก (Behavioral Pattern) ที่แตกต่างกันของคนทั้ง 9 ลักษณะ ซึ่งแบบแผนพฤติกรรมหรือการแสดงออกของแต่ละลักษณะ เป็นผลมาจากการที่คนแต่ละลักษณะมีรูปแบบความคุ้นเคยในการรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตที่แตกต่างไปตามแบบแผนความคิด ความเชื่อ และการรับรู้หรือตีความ (Cloete & Greeff, 2017) ส่งผลให้คนแต่ละลักษณะมีกลยุทธ์ในการแก้ปัญหา ตัดสินใจ และดำเนินชีวิตส่วนตัวและการทำงานที่แตกต่างกัน (Brugha, 1998) จึงเป็นเหตุให้บุคคลทั้ง 9 ลักษณะมีลักษณะของจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) เฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป สอดคล้องกับที่ Cresci Cohen (2007) ระบุว่าความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยให้ผู้ที่ศึกษามีความเข้าใจ (Self-Understanding) เกี่ยวกับคุณสมบัติประจำตัวตนที่เป็นข้อดีหรือจุดแข็งซึ่งควรนำไปส่งเสริมพัฒนาต่อยอด อีกทั้งยังทำให้ทราบถึงจุดอ่อนหรือข้อควรระวังของตนเองอีกด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ที่เกี่ยวข้องกับเอ็นเนียแกรมพบว่าบุคคลแต่ละลักษณะมีจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ที่เฉพาะเจาะจงและแตกต่างกันออกไป ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม เมื่อจำแนกการวิเคราะห์ออกเป็นกลุ่มย่อยทั้ง 9 ลักษณะ มีความสามารถในการรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองเปลี่ยนแปลงไป โดยสามารถรับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนที่ถูกต้องตรงตามบุคลิกภาพลักษณะของตนเองได้มากขึ้น นอกจากนี้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนที่กลุ่มคนแต่ละลักษณะสามารถรับรู้ได้มากขึ้นหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรม ยังไม่เคยมีปรากฏในวรรณกรรมใดมาก่อนทั้งในประเทศและต่างประเทศ การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นครั้งแรกที่ได้เพิ่มเติมรายละเอียดในประเด็นดังกล่าวให้กับวงการการศึกษาเอ็นเนียแกรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะ 1

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 สามารถรับรู้จุดแข็งเรื่องการมุ่งเน้นคุณภาพ/ความสมบูรณ์แบบ และการยึดถือกฎเกณฑ์ความถูกต้องและศีลธรรมของตนเองได้มากขึ้น และรับรู้จุดอ่อนเรื่องความหงุดหงิดง่าย ตอบโต้ทันทีของตนเองได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 1 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 1 รับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองมากขึ้น

ลักษณะ 2

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 สามารถรับรู้จุดแข็งเรื่องความใส่ใจผู้อื่นและให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ รวมถึงการเป็นคนมีน้ำใจ ชอบช่วยเหลือของตนเองได้มากขึ้น และรับรู้จุดอ่อนเรื่องการไม่กล้าปฏิเสธผู้อื่นของตนเองได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 2 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 2 รับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองมากขึ้น

ลักษณะ 3

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 สามารถรับรู้จุดแข็งเรื่องการมุ่งเน้นความสำเร็จและผลลัพธ์ รวมถึงเรื่องความจริงจัง และการผลักดันตนเองได้มากขึ้น และรับรู้จุดอ่อนเรื่องทะเลาะวิวาทรู้ตีภายในของตนเองได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 3 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 3 รับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 4

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 สามารถรับรู้จุดแข็งเรื่องการรับรู้ความรู้สึกได้ไวของตนเองได้มากขึ้น และรับรู้จุดอ่อนเรื่องการแสดงอารมณ์รุนแรงของตนเองรวมถึงเรื่องการชอบโทษตัวเอง และความอิจฉาหรือการเปรียบเทียบตัวเองกับผู้อื่นได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 4 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 4 รับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 5

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 สามารถรับรู้จุดแข็งเรื่องการเป็นคนชอบคิดวิเคราะห์ของตนเองได้มากขึ้น และรับรู้จุดอ่อนเรื่องการไม่แสดงออกอารมณ์ความรู้สึก รวมไปถึงเรื่องการชอบแยกตัว สันโดษ มีพื้นที่ส่วนตัวได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 5 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 5 รับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 6

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 สามารถรับรู้จุดแข็งเรื่องความระมัดระวัง รอบคอบ คิดวางแผนป้องกันตนเองได้มากขึ้น และรับรู้จุดอ่อนเรื่องความวิตกกังวล คิดมากของตนเองได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 6 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 6 รับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 7

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 สามารถรับรู้จุดแข็งเรื่องการเปิดรับสิ่งใหม่ๆ สนใจใคร่รู้ และการมองโลกในแง่บวกของตนเองได้มากขึ้น และรับรู้จุดอ่อนเรื่องการหลีกเลี่ยงเรื่องที่ทำให้ไม่สบายใจ และการไม่จดจ่อ สมาธิสั้น หรือเบื่อง่ายของตนเองได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 7 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 7 รับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 8

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 สามารถรับรู้จุดแข็งเรื่องความตรงไปตรงมา การมีความสามารถในการควบคุมจัดการ และการปกป้องผู้อื่นได้มากขึ้น และยังสามารถรับรู้จุดอ่อนเรื่องการไร้ความเชื่อใจ ใจร้อน คิดเร็ว ทำเร็ว และจุดอ่อนเรื่องความก้าวร้าว แสดงอารมณ์รุนแรงของตนเองได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 8 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.14 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 8 รับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองได้มากขึ้น

ลักษณะ 9

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 สามารถรับรู้จุดแข็งเรื่องการเป็นคนประนีประนอมของตนเองได้มากขึ้น และรับรู้จุดอ่อนเรื่องการไม่ชอบเผชิญหน้ากับความขัดแย้งของตนเองได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของลักษณะ 9 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 9 รับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองได้มากขึ้น

5.1.1.2 ด้านการบริหารจัดการตนเอง (Self Management)

ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการตนเอง จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าเอ็นเนียแกรมมีส่วนช่วยให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการบริหารจัดการตนเองที่ดีขึ้น โดยสามารถคิด วิเคราะห์ ใช้เหตุผลได้มากขึ้น แทนการตอบโต้ด้วยอารมณ์ทันที อีกทั้งยังสามารถปล่อยวางอารมณ์เชิงลบที่เกิดขึ้นได้รวดเร็วมากขึ้น ทำให้ใจเย็นและสงบมากขึ้น และยังสามารถปรับมุมมองหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจได้มากขึ้น ซึ่งเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามบุคลิกภาพ 9 ลักษณะ พบตรงกันว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 9 ลักษณะล้วนระบุตรงกันว่าความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยทำให้บริหารจัดการตนเองได้ดีมากยิ่งขึ้น ซึ่งอธิบายได้จากการที่บุคลิกภาพทั้ง 9 ลักษณะตามแนวคิดของเอ็นเนียแกรม เป็นรูปแบบการตอบสนองของบุคคลที่เกิดขึ้นเป็นอัตโนมัติอย่างเป็นธรรมชาติ (Autopilot) ซึ่งการแสดงออกของบุคลิกภาพลักษณะต่างๆเป็นการตอบสนองที่เกิดขึ้นผ่านจิตไร้สำนึก (Unconscious Response) โดยคนแต่ละลักษณะไม่มีสติรู้ตัวหรือรู้เท่าทันการแสดงออกดังกล่าวเนื่องจากเป็นกลไกที่เป็นธรรมชาติอย่างมากของจิตใญ่มนุษย์ (Riso & Hudson, 1996) ด้วยเหตุนี้เองเมื่อประชากรกลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้เกี่ยวกับเอ็นเนียแกรม จึงเกิดความเข้าใจและตระหนักรู้กลไกการตอบสนองประจำลักษณะของตนเองที่แต่เดิมเป็นกลไกจากจิตไร้สำนึก ภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมจึงทำให้กลไกดังกล่าวกลายเป็นการตอบสนองผ่านจิตรู้สำนึก (Conscious Response) ดังนั้นผู้ที่ศึกษาเอ็นเนียแกรมจึงเกิดสติความรู้ทันเวลาที่กลไกบุคลิกภาพของลักษณะแสดงออกมา ทำให้สามารถหยุด คิด วิเคราะห์ และลดการตอบโต้ทันทีตามอารมณ์ ขณะเดียวกันการหยุด มีสติ รู้เท่าทันการแสดงออกของกลไกประจำลักษณะยังช่วยทำให้ไม่สานต่ออารมณ์เชิงลบที่เกิดขึ้น จึงสามารถปล่อยวางอารมณ์ ใจเย็น และสงบจิตใจได้เร็วขึ้น รวมถึงยังสามารถใช้เหตุผลในการปรับมุมมองหรือหามุมมองด้านบวกให้กับสถานการณ์ความเครียดที่เกิดขึ้นได้อีกด้วย สอดคล้องกับที่ Lapid-Bogda (2010) ระบุว่าเอ็นเนียแกรมช่วยส่งเสริมความสามารถในการกำกับตนเอง (Self Mastery) ช่วยทำให้มีสติในการเลือกตอบสนองอย่างสร้างสรรค์ สามารถปรับความคิด มุมมอง อารมณ์และการแสดงออกที่เอื้อประโยชน์ให้ตนเอง

และผู้อื่น ตรงกับที่ Riso and Hudson (1996) อธิบายระดับความสามารถในการบริหารจัดการตนเองของคนแต่ละลักษณะออกเป็น 9 ระดับที่เรียกว่า 9 Levels of Development ซึ่งเป็นการจำแนกระดับความสามารถในการควบคุมอารมณ์ บริหารจัดการมุมมองและความรู้สึกด้านลบของคนแต่ละลักษณะ โดยระดับที่ 1 เป็นระดับของผู้ที่ฝึกฝนตนเองจนสามารถควบคุมบริหารจัดการตนเองได้อย่างสร้างสรรค์ ไม่ตอบสนองตามกลไกความเคยชินประจำลักษณะ ส่วนระดับที่ 9 เป็นระดับของผู้ที่ไม่สามารถควบคุมและบริหารจัดการตนเองได้ จนมีอาการเจ็บป่วยทางจิตเวชหรือโรคจิตเวชเกี่ยวกับบุคลิกภาพ (Personality Disorder)

Boyatzis et al. (2017) ได้ระบุถึงองค์ประกอบย่อยของการบริหารจัดการตนเอง ได้แก่ การควบคุมอารมณ์ตนเอง (Emotional Self-Control) การมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Orientation) การมองโลกในแง่บวก (Positive Outlook) และความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) ซึ่งข้อมูลจากการวิเคราะห์ผลการศึกษาวิจัยพบประเด็นปรากฏ (Emerging Themes) ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวซึ่งจะอภิปรายผลในส่วนถัดไป

5.1.1.2.1 ด้านการควบคุมอารมณ์ตนเอง (Emotional Self-Control)

ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการควบคุมอารมณ์ตนเอง จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าเอ็นเนียแกรมมีส่วนช่วยให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการบริหารจัดการตนเองที่ดีขึ้น โดยส่งเสริมความสามารถในการควบคุมอารมณ์ตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างลักษณะต่างๆสามารถควบคุมอารมณ์ด้านลบที่มักพบบ่อยในกลุ่มบุคลิกภาพลักษณะของตนเองได้ดีขึ้น เนื่องจากความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยทำให้เข้าใจที่มาที่ไปหรือต้นเหตุของการเกิดอารมณ์ดังกล่าว รวมไปถึงตระหนักรู้ในรูปแบบการตอบสนองที่เฉพาะตัวของลักษณะต่างๆต่ออารมณ์ดังกล่าว ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเอ็นเนียแกรมเกิดความเข้าใจที่เป็นเหตุเป็นผลเกี่ยวกับกลไกการประมวลผลและแสดงออกอารมณ์ของตนเอง จึงสามารถคาดการณ์อารมณ์หรือความรู้สึกที่จะเกิดขึ้นในเหตุการณ์ต่างๆได้ รวมไปถึงสามารถหาวิธีการในการควบคุมหรือบริหารจัดการอารมณ์ที่มีแนวโน้มพบได้บ่อยในแต่ละลักษณะได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Koo (2011) ที่พบว่าการให้ความรู้และคำปรึกษาเกี่ยวกับเอ็นเนียแกรมแก่นักศึกษาพยาบาล ช่วยทำให้นักศึกษาลดความวิตกกังวลและลดระดับความเครียดของตัวเองลงได้ เช่นเดียวกับที่วาจาสิทธิ์ ลอเสรีวานิช (2552) พบว่าโปรแกรมการฝึกอบรมเอ็นเนียแกรม ช่วยส่งเสริมให้บุคลากรทางการแพทย์สามารถบริหารจัดการและควบคุมอารมณ์ตนเองได้ดีมากขึ้น

ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นเรื่องความสามารถในการควบคุม อารมณ์ตนเองที่เพิ่มมากขึ้นหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมของกลุ่มตัวอย่างแต่ละลักษณะ ทั้ง 9 ลักษณะ ยังไม่เคยมีปรากฏในวรรณกรรมใดมาก่อนทั้งในประเทศและต่างประเทศ การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นครั้งแรกที่ได้เพิ่มเติมรายละเอียดในประเด็นดังกล่าวให้กับวงการการศึกษาเอ็นเนียแกรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะ 1

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 สามารถปล่อยวางอารมณ์โกรธหรือความหงุดหงิด ได้เร็วขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ซึ่งอารมณ์ความโกรธและความหงุดหงิดใจดังกล่าวเป็น อารมณ์ที่มีแนวโน้มพบบ่อยในบุคลิกภาพลักษณะ 1 เนื่องจากมาจากความไม่พอใจที่สิ่งต่างๆ ไม่ ถูกต้องหรือดำเนินไปอย่างดีตามมาตรฐาน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 1 สามารถมีวิธีการในการควบคุมและจัดการอารมณ์ได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 2

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 สามารถคิด วิเคราะห์ ใช้เหตุผลได้มากขึ้นแทนการ ตอบโต้ด้วยอารมณ์ รวมถึงสามารถปล่อยวางความรู้สึกโกรธ และความรู้สึกเสียใจอย่างรุนแรงเวลา คนไม่เห็นความสำคัญ ซึ่งอารมณ์ความโกรธ ไม่พอใจ หรือความเสียใจดังกล่าวเป็นอารมณ์ที่มี แนวโน้มพบบ่อยในบุคลิกภาพลักษณะ 2 เนื่องจากความไม่พอใจที่ไม่ได้รับความรักหรือเห็น ความสำคัญ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 2 สามารถมีวิธีการในการควบคุม และจัดการอารมณ์ได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 3

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 สามารถปล่อยวางหรือควบคุมอารมณ์ความโกรธ ได้ง่ายขึ้น ทำให้ใจเย็น สงบ และช้าลงในการทำงานต่างๆ ได้มากขึ้น ซึ่งอารมณ์โกรธ ไม่พอใจ หรือ เร่งรีบกดดันอยากได้ผลลัพธ์โดยเร็วดังกล่าวเป็นอารมณ์ที่มีแนวโน้มพบบ่อยในบุคลิกภาพลักษณะ 3 เนื่องจากต้องการความสำเร็จ ทำให้คนลักษณะ 3 เกิดการผลักดันหรือกดดันตนเองและผู้อื่นเพื่อ ทำงานหนักให้บรรลุเป้าหมาย ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 3 สามารถมีวิธีการ ในการควบคุมและจัดการอารมณ์ได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 4

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 สามารถควบคุมการแสดงออกทางอารมณ์ไม่ให้เข้มข้นรุนแรงเหมือนในอดีตที่ผ่านมาได้ดีมากขึ้น รวมถึงสามารถหักห้ามใจ ไม่ปล่อยให้ตัวเองจมลงไปกับอารมณ์ความเศร้าหรือเสียใจที่เกิดขึ้น ซึ่งอารมณ์และรูปแบบการตอบสนองต่ออารมณ์ดังกล่าวเป็นแบบแผนการตอบสนองตามธรรมชาติที่เป็นลักษณะเฉพาะของบุคลิกภาพลักษณะ 4 เนื่องจากคนลักษณะ 4 ให้ความสำคัญเรื่องการจริงแท้ในการเป็นตัวเอง จึงมักแสดงออกอารมณ์อย่างเปิดเผย รุนแรง รวมถึงมีแนวโน้มหมกมุ่นอยู่กับความเศร้าหรือเสียใจของตัวเองจนตัดขาดจากผู้อื่น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 4 สามารถมีวิธีการในการควบคุมและจัดการอารมณ์ได้อย่างสร้างสรรค์มากและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ลักษณะ 5

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 สามารถหยุด ตั้งสติ คิดวิเคราะห์ก่อนการจะตอบสนองออกไป รวมถึงสามารถปรับมุมมองหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจได้ดีมากขึ้น ซึ่งเป็นวิธีการควบคุมและจัดการอารมณ์ที่มีประโยชน์ต่อบุคลิกภาพลักษณะ 5 เนื่องจากลักษณะ 5 มีแนวโน้มที่จะตัดการแสดงอารมณ์ แยกตัวเองหรือถอนตัวออกจากการเผชิญหน้าทางความรู้สึกโดยไม่ทันได้หยุดคิดหรือวิเคราะห์สถานการณ์ก่อน ดังนั้นสรุปได้ว่าความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 5 สามารถมีวิธีการในการควบคุมและจัดการอารมณ์ได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 6

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 สามารถรู้ทันและปล่อยวางความกลัวได้ง่ายขึ้น ทำให้จิตใจสงบมากขึ้น ซึ่งอารมณ์ความกลัวดังกล่าวเป็นอารมณ์ที่มีแนวโน้มพบบ่อยในบุคลิกภาพลักษณะ 6 เนื่องจากกลุ่มคนลักษณะ 6 ต้องการความปลอดภัยและมั่นใจ ทำให้ไม่เชื่อใจอะไรง่ายๆ ลังเล สงสัย และวิตกกังวล ดังนั้นจึงมีแนวโน้มเกิดความรู้สึกกลัวขึ้นได้บ่อย ดังนั้นสรุปได้ว่าความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 6 มีวิธีการในการบริหารจัดการความกลัวได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ลักษณะ 7

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 สามารถหยุด ตั้งสติ คิดวิเคราะห์ได้มากขึ้น เวลาที่มีความรู้สึกไม่พอใจก่อนที่จะตอบโต้ออกไป ซึ่งโดยธรรมชาติคนลักษณะ 7 มักจะหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับความรู้สึกที่ไม่พอใจ เนื่องจากคนลักษณะ 7 ให้ความสำคัญกับการมีความสุขและแสวงหาตัวเลือกที่น่าพึงพอใจในชีวิต ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 7

สามารถเผชิญหน้ากับอารมณ์ความไม่พอใจได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น ไม่หลีกเลี่ยงปัญหาไปหาสิ่งใหม่เพื่อทดแทนซึ่งเป็นวิธีการบริหารจัดการอารมณ์ที่มีประโยชน์ต่อกลุ่มคนลักษณะ 7

ลักษณะ 8

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 สามารถคิด ทบทวนได้มากขึ้นก่อนการจะตอบโต้หรือแสดงออกแต่ละครั้ง รวมถึงสามารถควบคุมการแสดงออกความไม่พอใจได้ดีมากขึ้นหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ซึ่งโดยธรรมชาติการแสดงอารมณ์ความไม่พอใจอย่างรุนแรง ก้าวร้าว และตอบโต้ด้วยความรวดเร็วตรงไปตรงมา เป็นรูปแบบการตอบสนองทางอารมณ์ของลักษณะ 8 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 8 สามารถมีวิธีการในการควบคุมและจัดการอารมณ์ได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 9

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 สามารถปรับเปลี่ยนการแสดงออกเวลาที่มีความโกรธหรืออยู่ในสถานการณ์ความขัดแย้งได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น ซึ่งโดยธรรมชาติกลุ่มคนลักษณะ 9 มีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงไม่เผชิญกับความขัดแย้ง ไม่กล้าแสดงออกจุดยืน ความคิดเห็น หรือความต้องการของตนเองให้ผู้อื่นรับรู้ รวมไปถึงไม่แสดงออกอารมณ์ความโกรธหรือความไม่พอใจเวลาที่มีสถานการณ์ที่ขัดใจ เนื่องจากกลุ่มคนลักษณะ 9 ต้องการรักษาความสงบสุขและสันติภาพ ทำให้ปัญหาความขัดแย้งต่างๆไม่ได้รับการแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 9 สามารถมีวิธีการในการควบคุมและจัดการอารมณ์ของตนเองโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ความขัดแย้งได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

5.1.1.2.2 ด้านความสามารถในการปรับตัว (Adaptability)

ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อความสามารถในการปรับตัว

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าเอ็นเนียแกรมมีส่วนช่วยให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการปรับตัวที่ดีขึ้น โดยส่งเสริมความสามารถในการปรับพฤติกรรมหรือวิธีการแสดงออกให้สร้างสรรค์มากขึ้น ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของแบบแผนความเคยชินของบุคลิกภาพประจำลักษณะ โดยพบว่าภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมประชากรกลุ่มตัวอย่างรู้วิธีการในปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเองให้มีความยืดหยุ่นมากยิ่งขึ้น ไม่ยึดติดกับการตอบสนองแบบเดิมๆตามลักษณะของตนเอง อีกทั้งยังสามารถฝึกฝนและพัฒนาตนเองด้วยการแสดงพฤติกรรมใหม่ๆเพื่อแก้ไขหรือลดจุดอ่อนของพฤติกรรมความเคยชินแบบเดิมของลักษณะ ซึ่งอธิบายได้จากการศึกษาความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยทำให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและผลกระทบเชิงลบของ

แบบแผนบุคลิกภาพและรูปแบบการแสดงออกบางประการของคนแต่ละลักษณะ ทำให้ผู้ศึกษาเกิดความตระหนักรู้ถึงผลกระทบดังกล่าว เข้าใจที่มาที่ไปอันเนื่องจากบุคลิกภาพลักษณะประจำตัว และเกิดความต้องการในการปรับการแสดงออกของตัวเองเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบอันไม่พึงประสงค์จากการตอบโต้ตามความเคยชินประจำลักษณะอย่างไม่รู้ตัว ซึ่งสอดคล้องกับ Kim (2015) ที่พบว่าทำให้ความรู้เอ็นเนียแกรมแก่นักศึกษาพยาบาล ช่วยส่งเสริมให้นักศึกษามีศักยภาพในการเป็นผู้นำตนเอง (Self Leadership) และสามารถปรับตัวเพื่อนำทางชีวิตตนเองได้ดีมากขึ้น

ข้อมูลรายละเอียดประเด็นเรื่องความสามารถในการปรับตัวที่เพิ่มมากขึ้น หลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมของกลุ่มตัวอย่างแต่ละลักษณะทั้ง 9 ลักษณะ ยังไม่เคยมีปรากฏในวรรณกรรมใดมาก่อนทั้งในประเทศและต่างประเทศ การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นครั้งแรกที่ได้เพิ่มเติมรายละเอียดในประเด็นดังกล่าวให้กับวงการการศึกษาเอ็นเนียแกรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะ 1

ภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 ปรับเปลี่ยนตัวเองด้วยการแสดงออกอย่างมีเมตตา เห็นอกเห็นใจผู้อื่น และใส่ใจต่อความรู้สึกของผู้อื่นมากขึ้น ซึ่งการแสดงออกที่เปลี่ยนแปลงไปข้างต้นทำให้คนลักษณะ 1 ลดความยึดติดในการตอบสนองตามความเคยชินของบุคลิกภาพประจำลักษณะ สามารถผ่อนคลายจากความตึงเครียด อารมณ์หงุดหงิด และความเอาใจจริงเอาใจในการดำเนินชีวิตลงได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตนเองของลักษณะ 1 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยทำให้คนลักษณะ 1 สามารถปรับเปลี่ยนการแสดงออกได้อย่างยืดหยุ่นมากขึ้น รวมถึงยังให้ข้อมูลใหม่ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 2

ภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 ปรับเปลี่ยนตัวเองด้วยการลดความคาดหวังที่ตนเองมีต่อผู้อื่นลง ซึ่งการแสดงออกที่เปลี่ยนแปลงไปข้างต้นทำให้คนลักษณะ 2 ลดความยึดติดในการตอบสนองตามความเคยชินของบุคลิกภาพประจำลักษณะ สามารถลดความน้อยใจหรือเสียใจเวลาผู้อื่นไม่แสดงออกถึงความใส่ใจหรือให้ความสำคัญกับตนเอง ทำให้คนลักษณะ 2 ไม่จำเป็นต้องคอยกดขี่ความรู้สึกและเอาอกเอาใจผู้อื่นเพื่อให้ได้รับความสำคัญ และสามารถมีความสัมพันธ์ที่ราบรื่นกับผู้อื่นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตนเองของลักษณะ 2 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.13

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยทำให้คนลักษณะ 2 สามารถปรับเปลี่ยนการแสดงออกได้อย่างยืดหยุ่นมากขึ้น รวมถึงยังให้ข้อมูลใหม่ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆในชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 3

ภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 ปรับเปลี่ยนตัวเองด้วยการลดความกดดันและรีบร้อนในการทำสิ่งต่างๆเพื่อบรรลุเป้าหมาย รวมถึงเพิ่มพฤติกรรมทำให้ความสำคัญเรื่องความสัมพันธ์กับผู้อื่นให้มากขึ้น ซึ่งการแสดงออกที่เปลี่ยนแปลงไปข้างต้นทำให้คนลักษณะ 3 ลดความยึดติดในการตอบสนองตามความเคยชินของบุคลิกภาพประจำลักษณะ สามารถสร้างสมดุลในเรื่องงานและความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นได้ และลดผลกระทบเชิงลบอันไม่พึงประสงค์ที่เกิดจากการทำงานและกดดันตัวเองอย่างหนัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตนเองของลักษณะ 3 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยทำให้คนลักษณะ 3 สามารถปรับเปลี่ยนการแสดงออกได้อย่างยืดหยุ่นมากขึ้น รวมถึงยังให้ข้อมูลใหม่ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆในชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 4

ภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ปรับเปลี่ยนตัวเองด้วยการเพิ่มการใช้ความคิดและเหตุผลให้มากขึ้น ลดการทำตามใจตัวเองหรือทำตามอารมณ์อย่างรวดเร็วโดยไม่ยั้งคิด ซึ่งการแสดงออกที่เปลี่ยนแปลงไปข้างต้นทำให้คนลักษณะ 4 ลดความยึดติดในการตอบสนองตามความเคยชินของบุคลิกภาพประจำลักษณะ สามารถทำภารกิจต่างๆที่ตนรับผิดชอบได้อย่างราบรื่นมากขึ้นเนื่องจากสร้างสมดุลระหว่างการตัดสินใจด้วยเหตุผลและอารมณ์ รวมไปถึงยังลดโอกาสความผิดพลาดหรือความเสียหายที่เกิดจากการตัดสินใจอย่างรวดเร็วตามอารมณ์ได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตนเองของลักษณะ 4 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยทำให้คนลักษณะ 4 สามารถปรับเปลี่ยนการแสดงออกได้อย่างยืดหยุ่นมากขึ้น รวมถึงยังให้ข้อมูลใหม่ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆในชีวิตได้สร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 5

ภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 ปรับเปลี่ยนตัวเองด้วยการเพิ่มการรับรู้อารมณ์และความรู้สึกของตนเองให้มากขึ้น ลดการตัดอารมณ์ที่เป็นกลไกความเคยชินของบุคลิกภาพลักษณะ 5 ซึ่งการแสดงออกที่เปลี่ยนแปลงไปข้างต้นทำให้คนลักษณะ 5 ลดความยึดติดในการตอบสนองตามความเคยชินของบุคลิกภาพประจำลักษณะ สามารถรับรู้ความรู้สึกของตัวเองได้มากขึ้น สามารถแสดงออกอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นให้ผู้อื่นรับรู้ได้มากขึ้น ทำให้พัฒนาคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างคนลักษณะ 5 และผู้อื่นให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตนเองของลักษณะ 5 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยทำให้คนลักษณะ 5 สามารถปรับเปลี่ยนการแสดงออกได้อย่างยืดหยุ่นมากขึ้น รวมถึงยังให้ข้อมูลใหม่ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 6

ภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 ปรับเปลี่ยนตัวเองด้วยการเพิ่มการคิด วิเคราะห์ แยกแยะระหว่างสิ่งที่ตนเองกลัวมากเกินไปกับสิ่งที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นจริง ซึ่งการแสดงออกที่เปลี่ยนแปลงไปข้างต้นทำให้คนลักษณะ 6 ลดความยึดติดในการตอบสนองตามความเคยชินของบุคลิกภาพประจำลักษณะ สามารถลดความเครียดในการดำเนินชีวิต ลดการสิ้นเปลืองเวลาในการคิดและวางแผนหรือจินตนาการถึงเรื่องผิดพลาดที่มีโอกาสเกิดขึ้นจริงได้ต่ำ และยังช่วยให้คนลักษณะ 6 สามารถมีความสุขกับปัจจุบันได้มากขึ้นเนื่องจากไม่ต้องคอยวิตกกังวลหรือคาดการณ์อนาคตที่ไม่จำเป็น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตนเองของลักษณะ 6 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยทำให้คนลักษณะ 6 สามารถปรับเปลี่ยนการแสดงออกได้อย่างยืดหยุ่นมากขึ้น รวมถึงยังให้ข้อมูลใหม่ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 7

ภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 ปรับเปลี่ยนตัวเองด้วยการฝึกฝนพฤติกรรมที่จะอยู่กับปัจจุบันให้มากขึ้น ลดการวางแผนถึงโอกาสใหม่ๆ ในอนาคตลง ซึ่งการแสดงออกที่เปลี่ยนแปลงไปข้างต้นทำให้คนลักษณะ 7 ลดความยึดติดในการตอบสนองตามความเคยชินของบุคลิกภาพประจำลักษณะ สามารถจดจ่อมีสมาธิกับสิ่งที่เริ่มต้นไว้ให้สำเร็จได้มากขึ้น

ฝึกฝนการสร้างระเบียบวินัยให้กับตนเอง รวมไปถึงเพิ่มพูนความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจากการที่สามารถจดจ่ออยู่กับสิ่งที่สนใจในปัจจุบันมากขึ้นโดยไม่หลีกเลี่ยงไปแสวงหาสิ่งใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตนเองของลักษณะ 7 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยทำให้คนลักษณะ 7 สามารถปรับเปลี่ยนการแสดงออกได้อย่างยืดหยุ่นมากขึ้น รวมถึงยังให้ข้อมูลใหม่ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

ลักษณะ 8

ภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 ปรับเปลี่ยนตัวเองด้วยการปรับคำพูดให้นุ่มนวลและลดความรุนแรงในการแสดงอารมณ์เพื่อไม่ให้กระทบผู้อื่น ซึ่งการแสดงออกที่เปลี่ยนแปลงไปข้างต้นทำให้คนลักษณะ 8 ลดความยึดติดในการตอบสนองตามความเคยชินของบุคลิกภาพประจำลักษณะ สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นโดยไม่สร้างความกลัวหรือความรู้สึกคุกคามต่อผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตนเองของลักษณะ 8 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยทำให้คนลักษณะ 8 สามารถปรับเปลี่ยนการแสดงออกได้อย่างยืดหยุ่นตามสถานการณ์ที่เผชิญได้มากขึ้น รวมถึงยังให้ข้อมูลใหม่ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้ปรับตัวเองเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้นกว่าเดิม

ลักษณะ 9

ภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรมกลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 ปรับเปลี่ยนตัวเองด้วยการฝึกเผชิญหน้าและไม่หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง ซึ่งการแสดงออกที่เปลี่ยนแปลงไปข้างต้นทำให้คนลักษณะ 9 ลดความยึดติดในการตอบสนองตามความเคยชินของบุคลิกภาพประจำลักษณะ สามารถแสดงออกจุดยืนและความคิดเห็นของตนเองได้มากขึ้น ช่วยแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้อย่างตรงประเด็น สร้างความเข้าใจระหว่างกันได้มากขึ้น และทำให้ผู้อื่นมีความเคารพและเกรงใจต่อคนลักษณะ 9 เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตนเองของลักษณะ 9 ในวรรณกรรมที่แสดงในบทที่ 2 ตารางที่ 2.13 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยทำให้คนลักษณะ 9 สามารถปรับเปลี่ยนการแสดงออกได้อย่างยืดหยุ่นมากขึ้น รวมถึงยังให้ข้อมูลใหม่ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้สามารถปรับตัวเองเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

5.1.1.3 ด้านการตระหนักรู้ผู้อื่น (Social Awareness)

ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการตระหนักรู้ผู้อื่น จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าเอ็นเนียแกรมมีส่วนช่วยให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการตระหนักรู้ผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น โดยสามารถเข้าใจที่ไปที่มาหรือสาเหตุของการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น อีกทั้งยังสามารถยอมรับความแตกต่างของผู้อื่น ลดอคติหรือการตัดสินคนอื่นลง และสามารถทำความเข้าใจมุมมองของคนอื่นที่แตกต่างจากตนเองได้มากขึ้น ซึ่งเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามบุคลิกภาพ 9 ลักษณะ พบตรงกันว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 9 ลักษณะล้วนระบุตรงกันว่าความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยทำให้สามารถตระหนักรู้ผู้อื่นได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งอธิบายได้จากการที่ความรู้เอ็นเนียแกรมอาศัยแรงจูงใจหลักภายใน (Core Motivation) เป็นปัจจัยหลักในการจำแนกประเภทของคนทั้ง 9 ลักษณะ ซึ่งแรงจูงใจหลักภายในเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมการแสดงออกภายนอก ดังนั้นเมื่อผู้ศึกษาเอ็นเนียแกรมได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจหลักภายในและรูปแบบบุคลิกภาพที่แตกต่างกันทั้งของตนเองและผู้อื่น จึงทำให้สามารถเข้าใจที่ไปที่มาของการแสดงออกของบุคคลอื่นได้มากขึ้น นอกจากนี้เมื่อผู้ศึกษาได้ทำความเข้าใจว่าบุคคลแต่ละลักษณะให้คุณค่าหรือความสำคัญกับเรื่องที่แตกต่างกัน รวมถึงแต่ละคนมีบุคลิกภาพ ความคิด มุมมอง ความรู้สึกและการแสดงออกที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ที่ศึกษาเอ็นเนียแกรมสามารถยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคลได้ ลดการอคติหรือการตัดสินบุคคลอื่นจากพฤติกรรมภายนอกได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Koch (2018) ที่พบว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยเพิ่มระดับความเข้าใจอกเข้าใจผู้อื่น (Empathy) โดยนักศึกษาที่ได้รับความรู้เอ็นเนียแกรม มีความสามารถในการทำความเข้าใจผู้อื่น ในแบบที่เขาเป็นได้มากขึ้น รวมถึงสามารถตอบสนองต่อผู้อื่นที่มีบุคลิกภาพแตกต่างจากตนเองได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังตรงกับที่ Lapid-Bogda (2010) ระบุว่าความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจความแตกต่างของบุคลิกภาพได้อย่างละเอียดลึกซึ้งทั้งในระดับ 9 ลักษณะหลักหรือแตกย่อยลงไปได้ถึง 27 ลักษณะย่อย ซึ่งช่วยให้ผู้ที่ศึกษาเอ็นเนียแกรมสามารถเข้าใจและยอมรับความแตกต่างระหว่างตนเองกับผู้อื่นได้มากขึ้น ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาทักษะทางสังคมและเพิ่มคุณภาพของความสัมพันธ์

ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นเรื่องความสามารถในการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้นหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมของกลุ่มตัวอย่างแต่ละลักษณะทั้ง 9 ลักษณะ ยังไม่เคยมีปรากฏในวรรณกรรมใดมาก่อนทั้งในประเทศและต่างประเทศ การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นครั้งแรกที่ได้เพิ่มเติมรายละเอียดในประเด็นดังกล่าวให้กับวงการการศึกษาเอ็นเนียแกรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะ 1

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 สามารถเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 มีความเข้าใจอกเข้าใจผู้อื่นที่มากกว่าแค่พฤติกรรมการแสดงออกภายนอก แต่สามารถเข้าใจได้ถึงแรงจูงใจหรือตัวขับเคลื่อนในการแสดงออกของผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับการที่ความรู้เอ็นเนียแกรมจำแนกบุคคลทั้ง 9 ลักษณะจากแรงจูงใจภายในหลัก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 1 มีความสามารถในการตระหนักรู้และเข้าอกเข้าใจผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

ลักษณะ 2

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 สามารถเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 มีความเข้าใจอกเข้าใจผู้อื่นที่มากกว่าแค่พฤติกรรมการแสดงออกภายนอก แต่สามารถเข้าใจได้ถึงแรงจูงใจหรือตัวขับเคลื่อนในการแสดงออกของผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับการที่ความรู้เอ็นเนียแกรมจำแนกบุคคลทั้ง 9 ลักษณะจากแรงจูงใจภายในหลัก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 2 มีความสามารถในการตระหนักรู้และเข้าอกเข้าใจผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

ลักษณะ 3

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 สามารถเข้าใจมุมมองของผู้อื่นที่แตกต่างจากตนเองได้มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 มีความสามารถในการเปิดรับต่อมุมมองหรือทัศนคติของบุคคลอื่นที่แตกต่างจากตนเองได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของการศึกษาเอ็นเนียแกรมที่สนับสนุนให้ผู้ที่ศึกษายอมรับความแตกต่าง เปิดใจรับฟังและพยายามทำความเข้าใจผู้อื่นที่มีความคิดเห็นแตกต่างจากเรา ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 3 มีความสามารถในการตระหนักรู้และเข้าอกเข้าใจผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

ลักษณะ 4

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 สามารถเข้าใจและรับรู้ผู้อื่นในแบบที่เขาเป็นจริงๆ โดยไม่ตัดสินและสามารถยอมรับความแตกต่างของคนอื่นได้มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 มีความสามารถในการเปิดใจเพื่อทำความเข้าใจบุคคลอื่นที่มีบุคลิกภาพแตกต่างจากตนเองได้มากขึ้น นอกจากนี้คนลักษณะ 4 ภายหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมแล้ว ยังสามารถมีความสัมพันธ์ที่จริงแท้ (Authentic Relationship) กับผู้อื่นในแบบที่บุคคลนั้นเป็นจริงๆ ได้มากขึ้น ซึ่ง

การยอมรับตัวตนที่จริงแท้แบบที่บุคคลหนึ่งๆเป็นนั่นถือเป็นคุณค่าที่สำคัญของกลุ่มคนลักษณะ 4 จึงเห็นว่าความสามารถในการเข้าใจผู้อื่นที่มากขึ้นของกลุ่มคนลักษณะ 4 สะท้อนถึงมิติที่มีลักษณะเฉพาะของลักษณะได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 4 มีความสามารถในการตระหนักรู้และเข้าอกเข้าใจผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

ลักษณะ 5

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 สามารถเข้าใจและรับรู้ผู้อื่นในแบบที่เขาเป็นจริงๆ โดยไม่ตัดสินและสามารถเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 มีความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของตนเองและผู้อื่นที่มากขึ้น อีกทั้งยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับสาเหตุเกี่ยวกับแรงขับเคลื่อนในการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการที่ความรู้เอ็นเนียแกรมจำแนกบุคคลทั้ง 9 ลักษณะจากแรงจูงใจภายในหลักหรือแรงขับเคลื่อนในการแสดงออก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 5 มีความสามารถในการตระหนักรู้และเข้าอกเข้าใจผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

ลักษณะ 6

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 สามารถเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 มีความเข้าใจอกเข้าใจผู้อื่นที่มากกว่าแค่พฤติกรรมการแสดงออกภายนอก แต่สามารถเข้าใจได้ถึงแรงจูงใจหรือตัวขับเคลื่อนในการแสดงออกของผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับการที่ความรู้เอ็นเนียแกรมจำแนกบุคคลทั้ง 9 ลักษณะจากแรงจูงใจภายในหลัก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 6 มีความสามารถในการตระหนักรู้และเข้าอกเข้าใจผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

ลักษณะ 7

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 สามารถเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น และสามารถลดอคติหรือการตัดสินบุคคลอื่นจากพฤติกรรมภายนอกได้มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 มีความเข้าใจอกเข้าใจผู้อื่นที่มากกว่าแค่พฤติกรรมการแสดงออกภายนอก แต่สามารถเข้าใจได้ถึงแรงจูงใจหรือตัวขับเคลื่อนในการแสดงออกของผู้อื่นและนำไปสู่การลดการตัดสินหรืออคติที่เกิดจากความไม่เข้าใจที่มาที่ไปของพฤติกรรมภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับการที่ความรู้เอ็นเนียแกรมจำแนกบุคคลทั้ง 9 ลักษณะจากแรงจูงใจภายในหลักหรือ

ต้นเหตุในการแสดงออกพฤติกรรมต่างๆ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 7 มีความสามารถในการตระหนักรู้และเข้าอกเข้าใจผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

ลักษณะ 8

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 สามารถเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 มีความเข้าใจอกเข้าใจผู้อื่นที่มากกว่าแค่พฤติกรรมการแสดงออกภายนอก แต่สามารถเข้าใจได้ถึงแรงจูงใจหรือตัวขับเคลื่อนในการแสดงออกของผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับการที่ความรู้เอ็นเนียแกรมจำแนกบุคคลทั้ง 9 ลักษณะจากแรงจูงใจภายในหลัก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 8 มีความสามารถในการตระหนักรู้และเข้าอกเข้าใจผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

ลักษณะ 9

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 สามารถเข้าใจที่มาที่ไปหรือสาเหตุการแสดงออกของผู้อื่นได้มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 มีความเข้าใจอกเข้าใจผู้อื่นที่มากกว่าแค่พฤติกรรมการแสดงออกภายนอก แต่สามารถเข้าใจได้ถึงแรงจูงใจหรือตัวขับเคลื่อนในการแสดงออกของผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับการที่ความรู้เอ็นเนียแกรมจำแนกบุคคลทั้ง 9 ลักษณะจากแรงจูงใจภายในหลัก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 9 มีความสามารถในการตระหนักรู้และเข้าอกเข้าใจผู้อื่นเพิ่มมากขึ้น

5.1.1.4 ด้านการบริหารจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)

ความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์ จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าเอ็นเนียแกรมมีส่วนช่วยให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น โดยรู้วิธีการปรับตัวเข้าหาผู้อื่นเพื่อพัฒนาคุณภาพความสัมพันธ์ มีเมตตา ลดความคาดหวังต่อผู้อื่น และให้อภัยผู้อื่นได้มากขึ้น อีกทั้งยังสามารถใจเย็น รับฟังผู้อื่น และลดการตัดสินผู้อื่นจากภายนอกลงได้มาก ซึ่งเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามบุคลิกภาพ 9 ลักษณะ พบตรงกันว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 9 ลักษณะล้วนระบุตรงกันว่าความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยทำให้สามารถบริหารจัดการความสัมพันธ์ได้ดีมากยิ่งขึ้น ซึ่งอธิบายได้จากการที่ความรู้เอ็นเนียแกรมเป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องการจำแนกรูปแบบบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของบุคคล โดยเอ็นเนียแกรมสามารถให้ข้อมูลที่ละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของบุคคล ตั้งแต่แรงจูงใจ

ภายใน ความเชื่อ ทศนคติ โลกทัศน์ สิ่งที่ทำให้เครียด สิ่งที่ทำให้พอใจ รวมถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของแต่ละบุคคล ด้วยเหตุนี้เองผู้ที่ศึกษาเอ็นเนียแกรมเมื่อได้รับทราบข้อมูลอย่างละเอียดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของบุคคลต่างๆ จึงมีความรู้ความเข้าใจที่จะสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการแสดงออกของตนเองเพื่อเข้าหาหรือพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ดีมากยิ่งขึ้น กล่าวคือรู้ว่าอะไรที่ควรทำหรือไม่ควรทำกับบุคคลแต่ละลักษณะ นอกจากนั้นยังทำให้สามารถลดความคาดหวัง มีเมตตา และให้อภัยผู้อื่น ได้ง่ายขึ้น เนื่องจากสามารถเข้าใจและยอมรับความแตกต่างของตัวตนตามธรรมชาติของบุคคลทั้ง 9 ลักษณะได้ นำไปสู่ความสามารถในการรับฟังที่เพิ่มมากขึ้น ใจเย็นและไม่ตัดสินผู้อื่น เพียงแค่พฤติกรรมภายนอกที่ ตรงกับที่ Lapid-Bogda (2010) ที่ใช้เอ็นเนียแกรมเป็นส่วนหนึ่งในโปรแกรมการพัฒนางองค์กร (Organizational Development) ที่พบว่าเอ็นเนียแกรมช่วยพัฒนาการทำงานเป็นทีม (Teamwork) อีกทั้งยังช่วยให้สมาชิกในทีมก้าวผ่านระยะของทีม (Team Stages) ในช่วงต่างๆ เช่น ช่วงเริ่มก่อตั้งทีม หรือช่วงมีความขัดแย้งได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้เอ็นเนียแกรมยังช่วยทำให้ทุกคนเปิดใจ กล้าพูดคุย กล้าสื่อสาร เพิ่มความไว้วางใจระหว่างกันหลังได้มากขึ้นภายหลังที่สมาชิกในทีมแต่ละคนได้ศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบบุคลิกภาพของตนเองและผู้อื่น ส่งผลทำให้สามารถยอมรับในตัวตนของแต่ละคน และร่วมมือกันหาวิธีการในการสร้างผลลัพธ์เชิงบวกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งสอดคล้องกับ Ormond (2007) ที่พบว่าภายหลังการฝึกอบรมเอ็นเนียแกรมให้กับทีมขนาดเล็กจำนวน 8 คน ประสิทธิภาพในการทำงานเป็นทีม (Team Effectiveness) ของกลุ่มดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ขณะที่ Shin (2016) พบเช่นเดียวกันว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยให้นักศึกษาพยาบาลมีพฤติกรรมใส่ใจช่วยเหลือและมีเมตตาผู้อื่นมากขึ้น ส่วน Kim (2019) ก็สนับสนุนเช่นกันว่าการศึกษาเอ็นเนียแกรมช่วยพัฒนาความสามารถในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Skills) ของนักศึกษาพยาบาลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และยังแนะนำให้เอ็นเนียแกรมเป็นส่วนหนึ่งในหลักสูตรการศึกษาของนักศึกษาพยาบาลประเทศเกาหลี

ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นเรื่องความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่เพิ่มมากขึ้นหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรมของกลุ่มตัวอย่างแต่ละลักษณะทั้ง 9 ลักษณะ ยังไม่เคยมีปรากฏในวรรณกรรมใดมาก่อนทั้งในประเทศและต่างประเทศ การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นครั้งแรกที่ได้เพิ่มเติมรายละเอียดในประเด็นดังกล่าวให้กับวงการการศึกษาเอ็นเนียแกรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะ 1

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น และยังสามารถลดการแสดงออกที่มีโอกาสทำให้คนอื่นรู้สึกไม่สบายใจได้มากขึ้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 1 นำความรู้ที่ได้จากการเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของคนทั้ง 9 ลักษณะ รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นที่คนแต่ละลักษณะชอบและไม่ชอบมาปรับใช้เวลามีปฏิสัมพันธ์กับคนลักษณะต่างๆ รวมถึงแสดงออกถึงความระมัดระวังการแสดงออกของตนเองต่อผู้อื่นมากขึ้น โดยพยายามลดการแสดงความรู้สึกโกรธหรือหงุดหงิดใจ ซึ่งเป็นอารมณ์ที่บ่งบอกของคนลักษณะ 1 ซึ่งให้เห็นว่าคนลักษณะนี้ นำความรู้เกี่ยวกับจุดอ่อนหรือประเด็นที่ควรระวังของลักษณะตนเอง มาปรับปรุงเพื่อพัฒนาคุณภาพความสัมพันธ์กับผู้อื่นให้ดีขึ้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 1 มีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์หรือมีทักษะทางสังคมที่ดีมากขึ้น

ลักษณะ 2

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 2 นำความรู้ที่ได้จากการเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของคนทั้ง 9 ลักษณะ รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นที่คนแต่ละลักษณะชอบและไม่ชอบมาปรับใช้เวลามีปฏิสัมพันธ์กับคนลักษณะต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้ดีขึ้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 2 มีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์หรือมีทักษะทางสังคมที่ดีมากขึ้น

ลักษณะ 3

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 รู้วิธีการปรับตัวเข้าหาคนอื่นได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 3 นำความรู้ที่ได้จากการเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของคนทั้ง 9 ลักษณะ รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นที่คนแต่ละลักษณะชอบและไม่ชอบมาปรับใช้เวลามีปฏิสัมพันธ์กับคนลักษณะต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้ดีขึ้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 3 มีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์หรือมีทักษะทางสังคมที่ดีมากขึ้น

ลักษณะ 4

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 สามารถรับฟังผู้อื่นได้มากขึ้น ลดการตัดสินและสามารถเชื่อมโยงกับผู้อื่นแบบจริงใจและเป็นธรรมชาติได้มากขึ้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะ 4 สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของคนทั้ง 9 ลักษณะมาใช้ประโยชน์ในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ โดยสามารถนำจุดแข็งและค่านิยมที่สำคัญของลักษณะ 4 เรื่องการเชื่อมโยงกับผู้อื่นอย่างจริงจัง จริงแท้ หรือเป็นตัวเองอย่างแท้จริง มาใช้เพื่อการสร้างความสัมพันธ์ที่เป็นธรรมชาติกับผู้อื่น นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 4 ยังสามารถยอมรับและรับฟังผู้อื่นได้มากขึ้น ซึ่งโดยธรรมชาติของคนลักษณะ 4 มีจุดอ่อนที่ควรระวังเรื่องการชอบเล่าเรื่องของตัวเอง ไม่ค่อยได้รับฟังผู้อื่น หรือมักจะวกเข้ามาพูดคุยเรื่องตัวเอง ด้วยเหตุนี้ทำให้เห็นว่เอ็นเนียแกรมสามารถช่วยให้กลุ่มคนลักษณะ 4 สามารถปรับการแสดงออกของตนเองเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้อื่นให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 4 มีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์หรือมีทักษะทางสังคมที่ดีมากขึ้น

ลักษณะ 5

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 มีความใจเย็น รับฟังผู้อื่นได้มากขึ้น และลดการตัดสินผู้อื่นจากภายนอก แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 5 สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของคนทั้ง 9 ลักษณะมาพัฒนาการยอมรับความแตกต่างของผู้อื่น รวมถึงพัฒนาความสามารถในการอดทนและยกระดับทักษะการฟังให้ดียิ่งขึ้น สืบเนื่องมาจากเอ็นเนียแกรมเป็นความรู้ที่อธิบายบุคลิกภาพลงไปได้ลึกซึ้งถึงที่มาที่ไปของการแสดงออก ดังนั้นเมื่อผู้ที่ศึกษาเอ็นเนียแกรมมีความตระหนักรู้ว่าผู้อื่นมีต้นเหตุในการแสดงออกแตกต่างกันไป หากต้องการที่จะเข้าใจที่มาที่ไปของการแสดงออกของคนอื่นที่แตกต่างจากตนเอง จึงจำเป็นที่จะต้องอดทนและรับฟังผู้อื่นให้มากขึ้น รวมถึงปล่อยวางการตัดสินที่มีอยู่เดิมลงด้วย ด้วยเหตุนี้เอง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 5 มีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์หรือมีทักษะทางสังคมที่ดีมากขึ้น

ลักษณะ 6

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 รู้วิธีการปรับตัวและสื่อสารเพื่อเปิดใจหรือสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นได้มากขึ้น รวมถึงยังเข้าใจผู้อื่นมากขึ้น ลดความหวังที่ตนมีต่อผู้อื่นลงได้มาก และสามารถพัฒนาวิธีการแก้ไขปัญหาความสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ ได้มากขึ้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 6 นำความรู้ที่ได้จากการเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของคนทั้ง 9 ลักษณะ รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นที่คนแต่ละลักษณะชอบและไม่ชอบมาปรับใช้เวลามีปฏิสัมพันธ์กับคนลักษณะต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมไปถึงยังสามารถประยุกต์ใช้ข้อมูลบุคลิกภาพของคน 9 ลักษณะเพื่อหาวิธีการในการแก้ปัญหาหรือปรับปรุง

ความสัมพันธ์ให้ดีมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 6 มีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์หรือมีทักษะทางสังคมที่ดีมากขึ้น

ลักษณะ 7

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 มีความเข้าใจผู้อื่นที่แตกต่างจากตนเอง ทำให้ลดความคาดหวังที่มีต่อผู้อื่น ได้มากขึ้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 7 สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของคนทั้ง 9 ลักษณะ รวมถึงประเด็นที่คนแต่ละลักษณะชอบและไม่ชอบมา มาพัฒนาให้เกิดความสามารถในการยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล เกิดความเคารพในบุคลิกภาพต่างๆ โดยไม่ได้พยายามคาดหวังให้บุคคลอื่นต้องคิด กระทำ หรือรู้สึกเหมือนกับตนเอง ส่งผลให้คุณภาพความสัมพันธ์ของกลุ่มคนลักษณะ 7 กับผู้อื่นดีขึ้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 7 มีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์หรือมีทักษะทางสังคมที่ดีมากขึ้น

ลักษณะ 8

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 สามารถรับฟัง เปิดโอกาสให้ผู้อื่นแสดงความคิดเห็นได้มากขึ้น อีกทั้งลดการตัดสินผู้อื่นจากมุมมองของตนเองลงได้มากขึ้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 8 นำความรู้ที่ได้จากการเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นที่คนแต่ละลักษณะชอบและไม่ชอบมาปรับใช้เวลามีปฏิสัมพันธ์กับคนทั้ง 9 ลักษณะ รวมถึงสามารถนำความรู้เอ็นเนียแกรมไปปรับลดการแสดงออกจุดอ่อนที่ควรระวังประจำลักษณะของตนเอง ได้แก่เรื่องความใจร้อน คิดเร็ว ทำเร็ว ควบคุมจัดการผู้อื่น และไม่ให้อีกฝ่ายแสดงออกความคิดเห็น ด้วยเหตุนี้ทำให้เห็นว่าเอ็นเนียแกรมสามารถช่วยให้กลุ่มคนลักษณะ 8 สามารถปรับการแสดงออกของตนเอง แก้ไขจุดอ่อนหรือประเด็นที่ควรพัฒนาเพื่อให้สามารถมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 8 มีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์หรือมีทักษะทางสังคมที่ดีมากขึ้น

ลักษณะ 9

กลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 สามารถหาวิธีการในการประนีประนอม โกล่เกลี่ย หรือสื่อสารเพื่อคลี่คลายความขัดแย้งได้ดีมากขึ้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลักษณะ 9 นำความรู้ที่ได้จากการเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นที่คนแต่ละ

ลักษณะชอบและไม่ชอบ มาปรับใช้เวลามีปฏิสัมพันธ์กับคนทั้ง 9 ลักษณะ นอกจากนี้กลุ่มคนลักษณะ 9 ยังสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เอ็นเนียแกรมเพื่อพัฒนาการใช้งานจุดแข็งที่สำคัญของตนเองในด้านการจัดการความขัดแย้งในความสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ทำให้เห็นว่าเอ็นเนียแกรมสามารถช่วยให้กลุ่มคนลักษณะ 9 สามารถพัฒนาการใช้งานจุดแข็งที่เกี่ยวกับการจัดการความขัดแย้ง ซึ่งเป็นหนึ่งในความสามารถที่ช่วยให้บุคคลสามารถพัฒนาและปรับปรุงความสัมพันธ์กับผู้อื่นให้ดีขึ้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้คนลักษณะ 9 มีความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์หรือมีทักษะทางสังคมที่ดีมากขึ้น



บทที่ 6

สรุปการวิจัย และข้อเสนอแนะ

หลังจากอภิปรายผลการวิจัยโดยเชื่อมโยงกับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการสรุปภาพรวมของการวิจัยครั้งนี้และนำเสนอข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ โดยครอบคลุมประเด็นดังต่อไปนี้

- 6.1 สรุปการวิจัย
- 6.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย
- 6.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย
- 6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

6.1 สรุปการวิจัย

6.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

- เพื่อศึกษาว่าความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลหรือไม่
- เพื่อศึกษาว่าความรู้เอ็นเนียแกรมมีผลต่อความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลอย่างไร

6.1.2 กลุ่มตัวอย่างการวิจัย

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างผู้ใหญ่จำนวน 75 คนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปอาชีพเจ้าของธุรกิจ ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน รวมถึงอาชีพอิสระ ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวต้องผ่านการอบรมสัมมนาเอ็นเนียแกรมมาแล้วเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือน

6.1.3 เครื่องมือวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ทำการศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผ่านแบบสอบถามออนไลน์เบื้องต้น (Survey Interview)

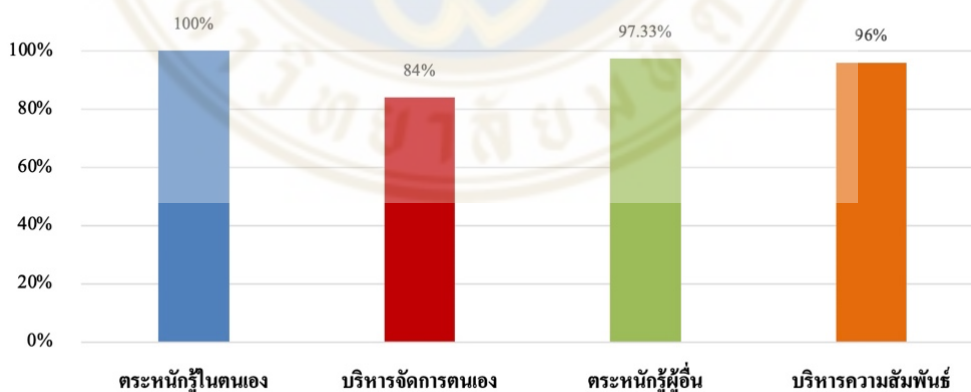
ร่วมกับการสัมภาษณ์ข้อมูลรายบุคคลทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) โดยทำการสัมภาษณ์ผ่านชุดคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งใช้เวลาในการตอบคำถาม 20-30 นาที

6.1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

หลังจากส่งหนังสือชี้แจงรายละเอียดงานวิจัยและขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมโครงการให้กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแบบสอบถามถึงโครงสร้างผ่านระบบออนไลน์ก่อนในเบื้องต้น หลังจากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทางโทรศัพท์เพื่อสอบถามรายละเอียดในประเด็นสำคัญต่างๆเพิ่มเติม ท้ายที่สุดจึงนำข้อมูลที่ได้ตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือแล้วมาทำการวิเคราะห์ อภิปราย สรุปผลและนำเสนอผลการศึกษา

6.1.5 สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่าความรู้เอ็นเนียแกรมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ที่เพิ่มขึ้น โดยรูปภาพที่ 6.1 พบว่าองค์ประกอบย่อยด้านการตระหนักรู้ในตนเอง (Self-awareness) มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นมากที่สุดหลังจากการศึกษาเอ็นเนียแกรม รองลงมาได้แก่ การตระหนักรู้ผู้อื่น การบริหารความสัมพันธ์ และการบริหารจัดการตนเอง ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานของงานวิจัยในครั้งนี้



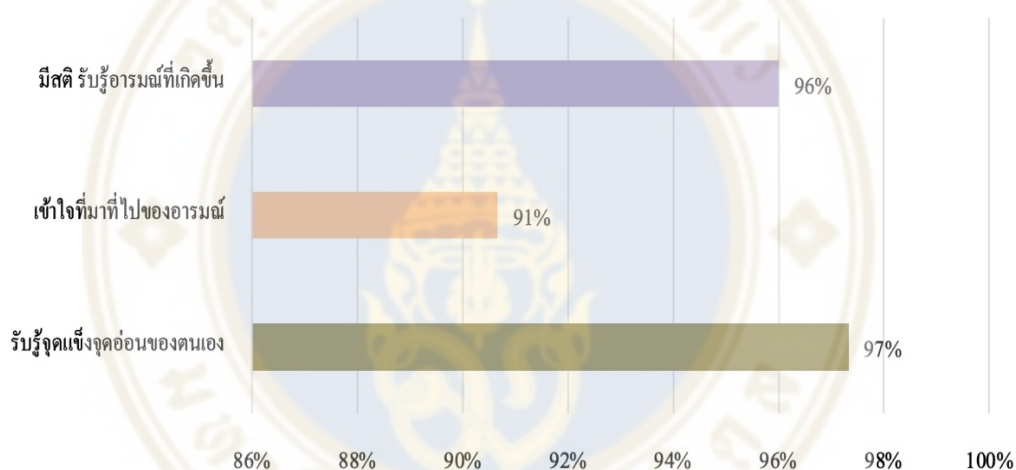
รูปภาพที่ 6.1 สรุปการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์

นอกจากผลการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยเพิ่มเติมองค์ความรู้เกี่ยวกับเอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์ซึ่งยังมีการศึกษากันอย่างจำกัดทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศแล้ว การวิจัยในครั้งนี้ยังได้เพิ่มเติมประเด็นรายละเอียด (Emerging Themes) เกี่ยวกับเอ็นเนียแกรมและ

องค์ประกอบย่อยของความฉลาดทางอารมณ์ด้านต่างๆ ซึ่งล้วนแต่เป็นรายละเอียดที่ยังไม่เคยมีการศึกษาหรือปรากฏในวรรณกรรมใดมาก่อน โดยมีรายละเอียดโดยสรุปดังต่อไปนี้

6.1.6.1 เอ็นเนียแกรมและการตระหนักรู้ภายในตนเอง

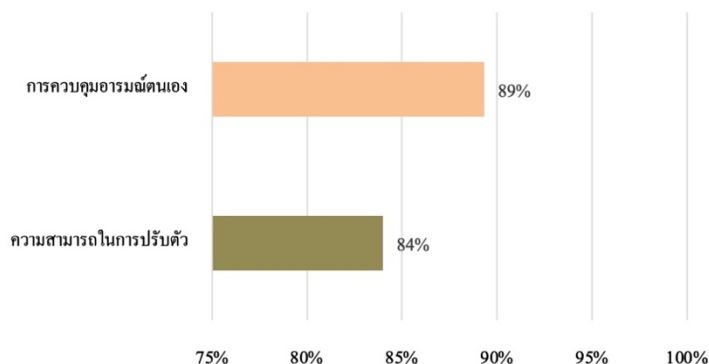
การศึกษาค้นคว้าพบว่าเอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการตระหนักรู้ตนเองที่เพิ่มมากขึ้น โดยรูปภาพที่ 6.2 พบว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้รับรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองเพิ่มมากขึ้น รองลงมาคือช่วยให้มีสติรับรู้อารมณ์ที่เกิดขึ้น และเข้าใจที่มาที่ไปของอารมณ์ที่เกิดขึ้น ตามลำดับ



รูปภาพที่ 6.2 ประเด็นปรากฏเพิ่มเติม (Emerging Themes) เกี่ยวกับการตระหนักรู้ภายในตนเอง

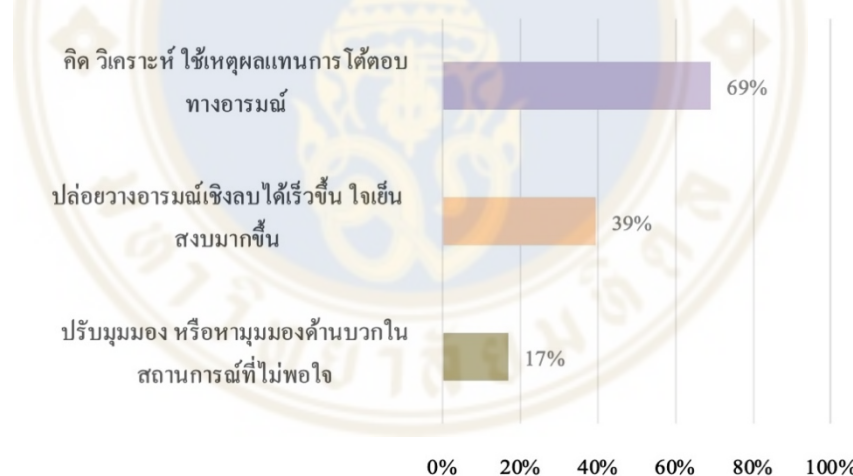
6.1.6.2 เอ็นเนียแกรมและการบริหารจัดการตนเอง

การศึกษาค้นคว้าพบว่าเอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการตระหนักรู้ตนเองที่เพิ่มมากขึ้น โดยรูปภาพที่ 6.3 พบว่าเอ็นเนียแกรมช่วยเพิ่มความสามารถในการควบคุมอารมณ์ตนเอง และเพิ่มความสามารถในการปรับตัว ตามลำดับ



รูปภาพที่ 6.3 ประเด็นปรากฏเพิ่มเติม (Emerging Themes) เกี่ยวกับการบริหารจัดการตนเอง

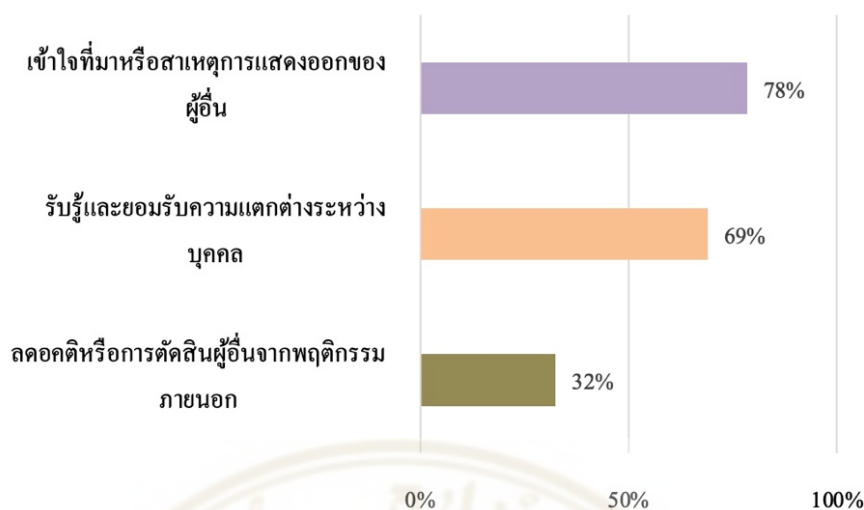
นอกจากนี้รูปภาพที่ 6.4 ยังพบอีกว่าเอ็นเนียแกรมช่วยทำให้สามารถคิดวิเคราะห์ และใช้เหตุผลแทนการโต้ตอบทางอารมณ์อย่างทันที อีกทั้งเอ็นเนียแกรมยังช่วยปล่อยวางอารมณ์เชิงลบได้เร็วขึ้น ทำให้ใจเย็นและสงบมากขึ้น รวมไปถึงช่วยให้ปรับมุมมองหรือหามุมมองด้านบวกในสถานการณ์ที่ไม่พอใจได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย



รูปภาพที่ 6.4 ประเด็นปรากฏเพิ่มเติม (Emerging Themes) เกี่ยวกับวิธีการจัดการตนเอง

6.1.6.3 เอ็นเนียแกรมและการตระหนักรู้ผู้อื่น

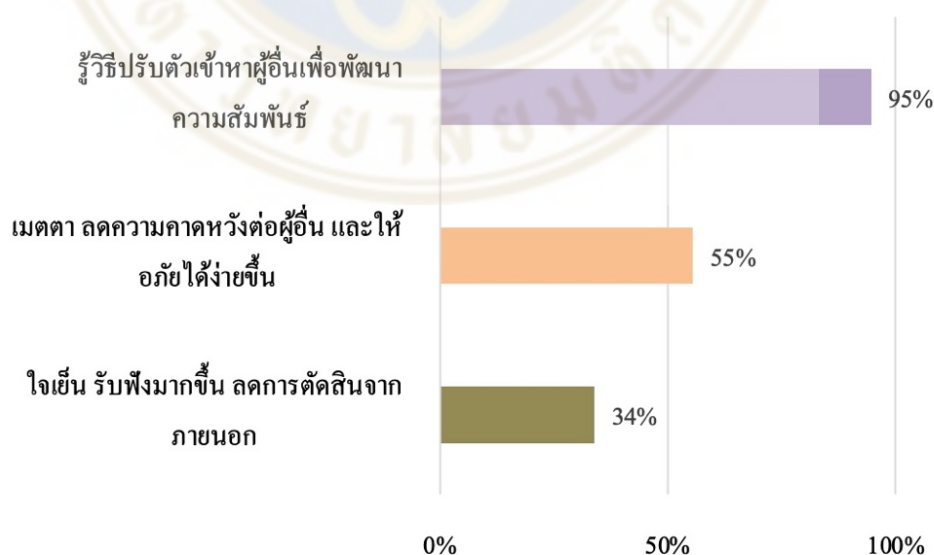
การศึกษาครั้งนี้พบว่าเอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการตระหนักรู้ผู้อื่นที่เพิ่มมากขึ้น โดยรูปภาพที่ 6.5 พบว่าเอ็นเนียแกรมช่วยให้เข้าใจที่มาหรือสาเหตุของการแสดงออกของผู้อื่นมากขึ้น รองลงมายังช่วยให้รับรู้และยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคลได้มากขึ้น และช่วยให้ลดอคติหรือลดการตัดสินผู้อื่นจากพฤติกรรมภายนอกได้มากขึ้น ตามลำดับ



รูปภาพที่ 6.5 ประเด็นปรากฏเพิ่มเติม (Emerging Themes) เกี่ยวกับการตระหนักรู้ผู้อื่น

6.1.6.5 เอ็นเนียแกรมและการบริหารความสัมพันธ์

การศึกษาครั้งนี้พบว่าเอ็นเนียแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่เพิ่มมากขึ้น โดยรูปภาพที่ 6.6 พบว่าเอ็นเนียแกรมช่วยเพิ่มความสามารถในการปรับตัวเข้าหาผู้อื่นเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ อีกทั้งยังทำให้สามารถมีเมตตา ลดความคาดหวังต่อผู้อื่น และให้อภัยได้มากขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ใจเย็น รับฟังมากขึ้น และลดการตัดสินผู้อื่นจากพฤติกรรมภายนอก ตามลำดับ



รูปภาพที่ 6.6 ประเด็นปรากฏเพิ่มเติม (Emerging Themes) เกี่ยวกับการบริหารความสัมพันธ์

6.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

6.2.1 การพัฒนาความสามารถในการเข้าใจตนเอง ผู้อื่น และความสัมพันธ

จากผลกระทบด้านการพัฒนาเทคโนโลยี (Digital Disruption) ทำให้ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) กลายเป็นทักษะที่สำคัญของแรงงานในปัจจุบันและอนาคต (Essential Workforce Skills) ซึ่งจากผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ช่วยยืนยันว่าความรู้เอ็นเนียแกรมสามารถส่งเสริมการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลในวัยทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้งกับองค์กรและบุคคลทั่วไป ดังนั้นบุคคลหรือองค์กรที่ต้องการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ให้กับพนักงาน สามารถดำเนินการให้ความรู้หรือจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับเอ็นเนียแกรมเพื่อพัฒนาทักษะดังกล่าวให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้องได้

6.2.2 การพัฒนาภาวะผู้นำ

ความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยส่งเสริมความสามารถในการตระหนักรู้ภายในตนเองอย่างลึกซึ้ง ทั้งการเข้าใจแบบแผนบุคลิกภาพ แรงจูงใจ โลกทัศน์ พื้นอารมณ์ แนวโน้มพฤติกรรม การแสดงออกที่พบบ่อย รวมถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง จึงทำให้ความรู้เอ็นเนียแกรมมีประโยชน์อย่างมากต่อการส่งเสริมเรื่องการพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership Development) ดังนั้นหากบุคคลหรือองค์กรที่ต้องการพัฒนาภาวะผู้นำให้กับพนักงาน สามารถใช้เอ็นเนียแกรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาให้ให้ผู้นำมีความเข้าใจรูปแบบบุคลิกภาพของตนเองและสามารถส่งเสริมศักยภาพจุดแข็งประจำลักษณะและพัฒนาแนวทางในการกำจัดจุดอ่อนของตนเองเพื่อเป็นผู้นำที่ดีขึ้น

6.2.3 การพัฒนาการทำงานเป็นทีมและความร่วมมือในการทำงาน

ความรู้เอ็นเนียแกรมช่วยพัฒนาการทำงานเป็นทีมและส่งเสริมความร่วมมือในการทำงาน (Teamwork and Collaboration) เนื่องจากเอ็นเนียแกรมสามารถอธิบายรายละเอียดของบุคลิกภาพที่แตกต่างของคนลักษณะต่างๆ ได้อย่างลึกซึ้งถึงแรงจูงใจภายใน โลกทัศน์ และสาเหตุที่มาที่ไปของการแสดงออก จึงทำให้การประยุกต์ใช้เอ็นเนียแกรมในบริบทของผู้ที่ทำงานในทีมเดียวกัน หรือต้องทำงานเกี่ยวข้องกัน จะช่วยส่งเสริมความเข้าใจในความแตกต่างของสไตล์ของแต่ละบุคคล พัฒนาการยอมรับในตัวตน จุดแข็งและข้อบกพร่องของกันและกัน ลดอคติและการตัดสินผู้อื่นจากมุมมองของตนเอง ส่งเสริมให้มีความสัมพันธ์ในการทำงานเป็นทีมราบรื่น นอกจากนี้เอ็นเนียแกรมยังช่วยให้รู้วิธีในการปรับตัวเองและหาวิธีการที่เหมาะสมในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อการสื่อสาร การคลี่คลายความขัดแย้ง และการร่วมมือกันเพื่อบรรลุเป้าหมายของทีม

6.2.4 การพัฒนาจุดแข็งและการสร้างความผูกพันของพนักงาน (Engagement)

จะเห็นได้ว่าเอ็นเนียแกรมเป็นเครื่องมือจำแนกบุคลิกภาพที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งงานวิจัยพบว่าหากองค์กรหรือผู้นำสามารถส่งเสริมให้บุคคลสามารถนำจุดแข็งที่มีของตนเองมาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้บุคคลมีความผูกพันต่อทีมและองค์กรเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีมและองค์กร ซึ่งจะทำให้เพิ่มคุณภาพการทำงาน ความทุ่มเทและใส่ใจในงาน รวมไปถึงพัฒนาคุณภาพพฤติกรรมบริการลูกค้า

6.2.5 การพัฒนาองค์กรและการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Organizational Development & Change Management)

การพัฒนาองค์กรให้เติบโตและมีศักยภาพเหนือคู่แข่งและก้าวทันการแข่งขัน สิ่งหนึ่งที่ทำเป็นจะต้องได้รับการพัฒนาอย่างยิ่งคือผู้บริหารและบุคลากรทุกคนในองค์กร ซึ่งเปรียบเสมือนตัวขับเคลื่อนความสำเร็จที่สำคัญขององค์กร ซึ่งงานในด้านการพัฒนาองค์กรและการบริหารการเปลี่ยนแปลง (OD and Change Management) หัวใจสำคัญคือการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและทัศนคติของคนในองค์กรให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเอ็นเนียแกรมเป็นองค์ความรู้ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของบุคคลได้อย่างดี โดยมีการจำแนกบุคคลออกตามประเภทของบุคลิกภาพอย่างเป็นระบบ ซึ่งผู้บริหารและฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ (Management and HR Department) สามารถใช้องค์ความรู้เอ็นเนียแกรมในการทำความเข้าใจพนักงานและบุคลากรในองค์กร เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบกิจกรรมหรือวิธีการจัดการ (OD Intervention) ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มบุคคลตามประเภทบุคลิกภาพเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์กรเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จ

6.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

6.3.1 การศึกษาที่ไม่ครอบคลุมเครื่องมือจิตวิทยาบุคลิกภาพประเภทอื่นๆ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ภายหลังการได้รับความรู้เรื่องเอ็นเนียแกรม โดยไม่ได้ครอบคลุมถึงเครื่องมือด้านจิตวิทยาบุคลิกภาพชนิดอื่นๆ (Personality Psychology) อาทิเช่น DISC, สัตว์สี่ทิศ, MBTI เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถ

เปรียบเทียบประสิทธิภาพของการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ระหว่าง
เอ็นเนียแกรมและเครื่องมือด้านจิตวิทยาบุคลิกภาพชนิดอื่นๆ

6.3.2 การไม่ได้ศึกษาผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงประเภทอื่นๆ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงเรื่องความฉลาดทาง
อารมณ์ที่เกิดขึ้นภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม ทำให้ไม่ได้ครอบคลุมถึงผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง
เรื่องอื่นๆที่อาจมีประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพบุคคลหรือองค์กร อาทิเช่น การจัดการความเครียด
(Stress Management) หรือ ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement) เป็นต้น

6.3.3 การไม่ได้ศึกษาผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ในรายละเอียด ของบุคคลแต่ละลักษณะ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงเรื่องความฉลาดทาง
อารมณ์ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ลักษณะ โดยไม่ได้ทำการศึกษาในรายละเอียดเฉพาะของ
บุคคลแต่ละลักษณะหรือจำแนกประเภทของบุคลิกภาพแต่ละลักษณะอย่างชัดเจน

6.3.4 การศึกษาเชิงคุณภาพให้รายละเอียดในเชิงลึกแต่ขาดรายละเอียดด้าน ความสัมพันธ์เชิงสถิติ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งให้
ข้อมูลรายละเอียดในเชิงลึก (In-depth Detail) และช่วยให้เห็นรายละเอียดของปรากฏการณ์หรือการ
เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม แต่การศึกษานี้นี้ดังก่อให้เกิดข้อจำกัดด้าน
ความสัมพันธ์เชิงสถิติ (Statistical Correlation) และการนำไปใช้อ้างอิงในประชากร
(Generalizability)

6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

6.4.1 ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องมือจิตวิทยาบุคลิกภาพประเภทอื่นๆ

เสนอแนะให้งานวิจัยในอนาคตทำการศึกษาเพิ่มเติมเรื่องความฉลาดทางอารมณ์กับ
เครื่องมือด้านจิตวิทยาบุคลิกภาพชนิดอื่นๆ (Personality Psychology) อาทิเช่น DISC, สัตว์สี่ทิศ,

MBTI เป็นต้น เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ระหว่างเอ็นเนียแกรมและเครื่องมือด้านจิตวิทยาบุคลิกภาพชนิดอื่นๆได้

6.4.2 ศึกษาผลลัพธ์อื่นๆเพิ่มเติมหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม

เสนอแนะให้งานวิจัยในอนาคตทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงเรื่องอื่นๆที่อาจมีประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพบุคคลหรือองค์กร อาทิเช่น การจัดการความเครียด (Stress Management) ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement) ผลการปฏิบัติงาน (Performance) หรือคุณภาพชีวิต (Quality of Life or Well-being) เป็นต้น

6.4.3 ศึกษารายละเอียดการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ในแต่ละลักษณะ

เสนอแนะให้ทำการศึกษาผลการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลแต่ละลักษณะโดยเฉพาะ เนื่องจากบุคลิกภาพเอ็นเนียแกรมแต่ละลักษณะล้วนมีรูปแบบความคิด ความรู้สึก พฤติกรรม จุดแข็งและจุดอ่อนที่แตกต่างกัน ดังนั้นผลลัพธ์เรื่องการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ของบุคคลแต่ละลักษณะล้วนมีรายละเอียดที่แตกต่างกันออกไป งานวิจัยในครั้งต่อไปสามารถทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงโดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบด้วยบุคคลลักษณะเดียวกันมาทำการศึกษา เพื่อขยายผลและเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความฉลาดทางอารมณ์ให้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

6.4.4 ทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เสนอแนะให้งานวิจัยในอนาคตทำการศึกษาแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสถิติ (Statistical Correlation) ระหว่างเอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์ รวมถึงการนำไปใช้อ้างอิงในกลุ่มประชากร (Generalizability)

บรรณานุกรม

- Alston, B. (2009). *An examination of the relationship between emotional intelligence and leadership practices: Dissertation, Nova Southeastern University, 2009.*
- Barling, J., Slater, F., & Kelloway, E. K. (2000). *Transformational leadership and emotional intelligence: An exploratory study. Leadership & Organization Development Journal.*
- BarOn, R. (1997). *The emotional intelligence inventory (EQ-I): Technical manual. Toronto, Canada: Multi-Health Systems.*
- Bar On, R. (2003). In Orme and Langhorn, *Lessons learned from implementing EI programs—the cutting edge of emotional intelligence interventions. Competency & Emotional Intelligence Quarterly, 10(2), 32-39.*
- Boyatzis, R. E., Goleman, D., & Rhee, K. (2000). *Clustering competence in emotional intelligence: Insights from the Emotional Competence Inventory (ECI). Handbook of emotional intelligence, 99(6), 343-362.*
- Bratton, V. K., Dodd, N. G., & Brown, F. W. (2011). *The impact of emotional intelligence on accuracy of self-awareness and leadership performance. Leadership & Organization Development Journal.*
- Cavallo, K., & Brienza, D. (2002). *Emotional competence and leadership excellence at Johnson & Johnson: The emotional intelligence and leadership study. Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations, 1-12.*
- Clarke, N. (2010). *Emotional intelligence and its relationship to transformational leadership and key project manager competences. Project Management Journal, 41(2), 5-20.*
- Daniels, D., Saracino, T., Fraley, M., Christian, J., & Pardo, S. (2018). *Advancing ego development in adulthood through study of the enneagram system of personality. Journal of adult development, 25(4), 229-241.*
- Denzin, Norman K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.*

- Denzin, Norman K. (2012). *Triangulation 2.0*. *Journal of Mixed Methods Research*, 6, 80–88.
- Denzin, Norman K., & Lincoln, Yvonna S. (2011). *Introduction: The discipline and practice of qualitative research*. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Sage handbook of qualitative research (4th ed., pp. 1–41)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Patton, M.Q. (1999). *Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis*. *Health Sciences Research*, 34, 1189–1208
- Dhani, P., Sehrawat, A., & Sharma, T. (2016). *Relationship between Emotional Intelligence and Job Performance: A Study in Indian Context*.
- Fontana, A. & Frey, J.H. (2000). *The interview. From structured questions to negotiated text*. In Y.S.Lincoln & N.K. Denzin (Eds.), *Handbook of qualitative research(2nd ed., pp. 645–672)*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Froyum, C. (2010). *The reproduction of inequalities through emotional capital: the case of socializing low-income black girls*. *Qualitative Sociology*, 33, 37–54.
- Godse, A. S., & Thingujam, N. S. (2010). *Perceived emotional intelligence and conflict resolution styles among information technology professionals: Testing the mediating role of personality*. *Singapore Management Review*, 32(1), 69-84.
- Goleman, D. (1996). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. Bloomsbury Publishing.
- Goleman, D., & Boyatzis, R. (2017). *Emotional intelligence has 12 elements. Which do you need to work on*. *Harvard Business Review*, 84(2), 1-5.
- Harms, P. D., & Credé, M. (2010). *Emotional intelligence and transformational and transactional leadership: A meta-analysis*. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 17(1), 5-17.
- Hayes, T. L. (2000). *The 9 ways of working: How to Use the Enneagram to Discover Your Natural Strengths and Work More Effectively*. *Personnel Psychology*, 53(2), 512.
- Hebenstreit, R. K. (2003). *Recruiting and Retaining Employees with the Enneagram*. *OD PRACTITIONER*, 35(1), 31-37.
- Holsti, OR (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA : Addison-Wesley Publishing Company

- Howe-Murphy, R. (2007). *Deep coaching: Using the Enneagram as a catalyst for profound change*. Enneagram Press.
- Johnson, R. *Examining the validity structure of qualitative research* R Burke Johnson Education; Winter 1997; 118, 2; Research Library pg. 282
- Kale, S. H., & Shrivastava, S. (2003). *The enneagram system for enhancing workplace spirituality*. *Journal of Management Development*.
- Kamineni, R. (2005). *The next stage of psychographic segmentation: usage of enneagram*.
- Kaplowitz, M.D. (2000). *Statistical analysis of sensitive topics in group and individual interviews*. *Quality and Quantity*, 34, 419–431.
- Kaplowitz, M.D. (2001). *Assessing mangrove products and services at the local level: The use of focus groups and individual interviews*. *Landscape and Urban Planning*, 56,53–60.
- Lapid-Bogda, G. (2004). *Bringing out the best in yourself at work: How to use the Enneagram system for success*. McGraw-Hill.
- Lapid-Bogda, G. (2009). *Bringing out the best in everyone you coach: Use the Enneagram system for exceptional results*. McGraw Hill Professional.
- Maitri, S. (2000). *The spiritual dimension of the enneagram: Nine faces of the soul*. Penguin.
- Mayer, J. D., & Salovey, P. (2007). *Mayer-Salovey-Caruso emotional intelligence test*. Toronto: Multi-Health Systems Incorporated.
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D., & Cherkasskiy, L. (2011). *Emotional intelligence The Cambridge handbook of intelligence* (pp. 528-549). New York.
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. R., & Sitarenios, G. (2001). *Emotional intelligence as a standard intelligence*.
- McClelland, D. C. (1973). *Testing for competence rather than for" intelligence."*. *American psychologist*, 28(1), 1.
- Momeni, N. (2009). *The relation between managers' emotional intelligence and the organizational climate they create*. *Public Personnel Management*, 38(2), 35-48.
- O'Boyle, E., Humphrey, R., Pollack, J., Hawver, T. and Story, P. (2010), "The relationship between emotional intelligence and job performance: a meta-analysis", *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 32 No. 5, pp. 788-818.
- Ormond, C. H. (2007). *The*

effects of emotional intelligence and team effectiveness of a newly formed corporate team learning the Enneagram (Vol. 68, No. 04).

- Raitamäki, S. (2012). *How does Enneagram help in developing Emotional Intelligence at work?*.
- Riso, D. R., Hudson, R. (1996). *Personality types: Using the enneagram for self-discovery*, revised ed. Boston, MA: Houghton Mifflin Co.
- Riso, D. R., & Hudson, R. (1999). *The wisdom of the Enneagram: The complete guide to psychological and spiritual growth for the nine personality types*. Bantam.
- Russell, C., Gregory, D., Ploeg, J., DiCenso, A., & Guyatt, G. (2005). *Qualitative research*. In A. DiCenso, G. Guyatt, & D. Ciliska (Eds.), *Evidence-based nursing: A guide to clinical practice* (pp. 120–136). St. Louis, MO: Elsevier Mosby.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). "Emotional intelligence". *Imagination, Cognition and Personality*. 9, 185-211.
- Schwab, K. (2018). *World Economic Forum : The Future of Job Report 2018*. Retrieved from http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf
- Sjöberg, L. (2008), "Emotional intelligence and life adjustment", in Cassady, J.C. and Eissa, M.A. (Eds), *Emotional Intelligence: Perspectives on Educational & Positive Psychology*, Peter Lang Publishing, New York, NY, pp. 169-184.
- Sutton, A., Allinson, C., & Williams, H. (2013). *Personality type and work-related outcomes: An exploratory application of the Enneagram model*. *European Management Journal*, 31(3), 234-249.
- Sutton, A. M. (2012). *But is it real? A review of research on enneagram*. *Enneagram Journal*, 5.
- Sutton, A., Williams, H. M., & Allinson, C. W. (2015). *A longitudinal, mixed method evaluation of self-awareness training in the workplace*. *European Journal of Training and Development*.
- Tallon, R., & Sikora, M. (2004). *From awareness to action: emotional intelligence, the enneagram, and change: a guide to improving performance*. University of Scranton Press.
- Uwe Flick, Ernst von Kardoff, Ines Steinke. *A Companion to Qualitative Research*,

- Vakola, M., Tsaousis, I., & Nikolaou, I. (2004). *The role of emotional intelligence and personality variables on attitudes toward organisational change. Journal of managerial psychology.*
- Vakola, M., Tsaousis, I., & Nikolaou, I. (2004). *The role of emotional intelligence and personality variables on attitudes toward organisational change. Journal of managerial psychology.*
- Wagner, J. P., & Walker, R. E. (1983). *Reliability and validity study of a Sufi personality typology: The Enneagram. Journal of Clinical Psychology, 39(5), 712-717.*
- Yin, Robert K.. *Qualitative Research from Start to Finish, Second Edition (Kindle Locations 3154-3155). Guilford Publications. Kindle Edition.*
- กรมสุขภาพจิต. (2543). อีคิว : ความฉลาดทางอารมณ์. นนทบุรี: ที-คอม
- ทศพร ประเสริฐสุข. (2543). ความเฉลียวฉลาดทางอารมณ์กับการศึกษา. *วารสารการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา, 2(3-4), 8-19.*
- ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. (2542). คุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับ EQ. *พฤติกรรมศาสตร์, 5(1),* หน้า 15-18
- วาจาสิทธิ์ ลอเสรีวานิช. (2552). ผลการใช้โปรแกรมการฝึกอบรมหลักสูตรเอ็นเนียแกรมเพื่อเปรียบเทียบระดับเชาวน์อารมณ์ : กรณีศึกษาพนักงานโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. (2542). *เชาวน์อารมณ์ (EQ): ดัชนีชี้วัดความสุขและความสำเร็จของชีวิต.* กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2552). การศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของคนไทยที่พึงประสงค์. *ความฉลาดทางอารมณ์.* กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค

ภาคผนวก

คำถามที่ใช้สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาวิจัยเรื่อง เอ็นเนียแกรมและความฉลาดทางอารมณ์”

1.1 คำถามสำหรับข้อมูลพื้นฐาน

1. ปัจจุบันท่านอายุเท่าไร
2. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพอะไร
3. สถานที่ทำงานของท่านอยู่ที่ไหน
4. ท่านเคยผ่านการอบรมสัมมนาเอ็นเนียแกรมมาก่อนหรือไม่ (หากเคยให้ถามข้อที่ 5)
5. ท่านเคยผ่านการอบรมสัมมนาเอ็นเนียแกรมเมื่อใด
6. เพราะเหตุใดท่านจึงเข้าร่วมอบรมสัมมนาเกี่ยวกับเอ็นเนียแกรม

1.2 คำถามเกี่ยวกับการศึกษาวิจัย (Interview Questions)

1. หากท่านจะอธิบายเอ็นเนียแกรมให้กับผู้ที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนเข้าใจอย่างย่อๆ ท่านจะอธิบายว่าเอ็นเนียแกรมคืออะไร
2. ท่านมีความมั่นใจเกี่ยวกับลักษณะ (บุคลิกภาพหลักตามแนวคิดเอ็นเนียแกรม) ของท่านมากน้อยเพียงใด และอะไรที่ทำให้ท่านมั่นใจว่าลักษณะนี้เป็นบุคลิกภาพที่ถูกต้องของท่าน
3. ท่านคิดว่าความรู้เรื่องเอ็นเนียแกรมมีประโยชน์ต่อการพัฒนาอารมณ์และจิตใจของท่านหรือไม่
4. อะไรคือการเปลี่ยนแปลงของตัวเองที่ท่านสังเกตเห็นได้ภายหลังการศึกษาเอ็นเนียแกรม (ช่วยยกตัวอย่างพร้อมรายละเอียด)
5. เอ็นเนียแกรมช่วยให้ท่านรู้จักจุดแข็ง จุดอ่อนหรือคุณลักษณะประจำตัวมากขึ้นหรือไม่ และอย่างไรบ้าง

6. เอ็นเนียแกรมช่วยให้ท่านมีสติรับรู้อารมณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดีขึ้นหรือไม่ และอย่างไรบ้าง
7. เอ็นเนียแกรมช่วยให้ท่านสามารถระบุสภาวะอารมณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละขณะได้หรือไม่ และอย่างไรบ้าง
8. เอ็นเนียแกรมช่วยให้ท่านเข้าใจที่มาที่ไปของสภาวะอารมณ์ของตัวเองทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ และอย่างไรบ้าง
9. เอ็นเนียแกรมช่วยให้ท่านควบคุมตัวเองเวลาที่มีอารมณ์เชิงลบ (เช่นความโกรธหรือความกลัว) เกิดขึ้นได้หรือไม่ และอย่างไรบ้าง
10. เอ็นเนียแกรมช่วยให้ท่านจัดการอารมณ์ตัวเองที่เกิดขึ้นภายใต้สภาวะกดดันหรือความเครียดได้ดีขึ้นหรือไม่ และอย่างไรบ้าง
11. เอ็นเนียแกรมช่วยให้ท่านสามารถรับรู้และเข้าใจอารมณ์ของผู้อื่นได้ดีขึ้นหรือไม่ และอย่างไรบ้าง
12. เอ็นเนียแกรมช่วยให้ท่านสามารถเข้าใจผู้อื่นผ่านมุมมองของเขา (Empathy) ได้มากขึ้นหรือไม่ และอย่างไรบ้าง
13. เอ็นเนียแกรมช่วยให้ท่านมีวิธีการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับคนรอบตัวที่ดีมากขึ้นหรือไม่ และอย่างไรบ้าง
14. เอ็นเนียแกรมช่วยให้ท่านสามารถแก้ไขหรือคลี่คลายความขัดแย้งที่เกิดขึ้นกับบุคคลอื่นได้ดีขึ้นหรือไม่ และอย่างไรบ้าง
15. หากมีผู้ที่เริ่มต้นสนใจอยากจะศึกษาเอ็นเนียแกรม ท่านจะแนะนำพวกเขาว่าเอ็นเนียแกรมมีประโยชน์ต่อเรื่องใดมากที่สุด