

**เชาวน์ในการแก้ปัญหา (AQ) เชาวน์อารมณ์ (EQ) และบุคลิกภาพของ
นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยกับนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีน**
**Adversity Quotient (AQ) Emotional Quotient (EQ) and Personality of Chinese
Businesspeople in Thailand and Chinese Businesspeople in China**

ธีระศักดิ์ กำบรรณารักษ์*

Thirasak Kumbanaruk

ทิพย์สุดา เมธีพลกุล**

Tipsuda Maetheeponkul

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “เชาวน์ในการแก้ปัญหา (AQ) เชาวน์อารมณ์ (EQ) และบุคลิกภาพของนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยกับนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีน” มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบระดับเชาวน์ในการแก้ปัญหา และระดับเชาวน์อารมณ์ ระหว่างนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย กับนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีน รวมทั้งหาความสัมพันธ์ระหว่าง AQ, EQ และบุคลิกภาพของนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยและจีน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 150 คน และนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีนจากมหานครเซี่ยงไฮ้ มณฑลฝูเจี้ยน (เฉียะเหมิน) มณฑลไหหนาน (ไห่โข่ว) และมณฑลกว่างตง (กว่างโจว) จำนวน 154 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีเชาวน์ในการแก้ปัญหา และเชาวน์อารมณ์ในระดับสูง
2. นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย มีระดับเชาวน์ในการแก้ปัญหาทั้งโดยรวม ด้านการควบคุม และด้านสาเหตุและความรับผิดชอบโดยเฉลี่ยสูงกว่านักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีน
3. นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีน มีระดับเชาวน์อารมณ์ด้านการตระหนักรู้ในตนเองโดยเฉลี่ยสูงกว่านักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย
4. เชาวน์ในการแก้ปัญหาทั้งโดยรวมและแยกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเชาวน์อารมณ์สอดคล้องกันทั้งสองกลุ่มตัวอย่าง

คำสำคัญ : เชาวน์อารมณ์, เชาวน์วิริยะ, บุคลิกภาพนักธุรกิจจีน, มณฑลที่เป็นคู่ค้าสำคัญของไทย

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาจิตวิทยา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

** ผู้ช่วยวิจัย

Abstract

The purposes of this research are to compare Adversity Quotient (AQ) and Emotional Quotient (EQ) between Chinese Businesspeople in Thailand and Chinese Businesspeople in China and study how factors such as Adversity Quotient, Emotional Quotient relate to Chinese Businesspeople personality in Thailand and China.

The samples include 150 randomly selected people from Chinese Businesspeople in Bangkok Metropolitan Area, Thailand, and 154 Chinese Businesspeople in Shanghai Metropolitan, Fujian province (Xiamen), Hainan province (Haikou) and Guangdong province (Guangzhou), China. The method employed for this study consists of questionnaire which covers the following areas: Measurement of Adversity Quotient, Emotional Quotient and Chinese personality. These measurements are divided in 2 versions, Thai and Chinese. The reliability coefficients of the Thai questionnaire are: .916 and .903 respectively. The reliability coefficients of the Chinese questionnaire are: .916 and .872 respectively. The statistical analysis used in this study includes frequency distributions, percentage, mean, standard deviation. Hypotheses are test by t-test and Pearson's Product Moment correlation. The results of statistical analysis are as follows:

1. Both samples have high levels of Adversity Quotient and Emotional Quotient.
2. Chinese Businesspeople in Thailand has average higher level of Adversity Quotient as a whole, control and origin and ownership dimension more than Chinese Businesspeople in China.
3. Chinese Businesspeople in China has average higher level of Emotional Quotient in self-awareness dimension more than Chinese Businesspeople in Thailand.
4. Adversity Quotient as a whole and every dimension have positive correlation with the Emotional Quotient in both samples.

The results of this research will be employed as a guideline for personality development in order to enhance Adversity Quotient and Emotional Quotient of Businesspeople for efficient international trading between Thai and China.

Keywords: Emotional Quotient: EQ, Adversity Quotient: AQ,

Personality of Chinese Businesspeople, Business Partners of Thailand

ความเป็นมาและความสำคัญของ ปัญหา

ท่ามกลางความผันผวนของเศรษฐกิจ
ในยุคปัจจุบัน นักธุรกิจจำเป็นต้องมี
ความสามารถที่จะอดทน ไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค
ลุกขึ้นต่อสู้และพยายามมองหาโอกาสในวิกฤตินั้นจนประสบความสำเร็จได้ในที่สุด (มิตชินสุด
สัปดาห์, 2547) หัวใจสำคัญก็คือเชาวน์ในการ
แก้ปัญหา (AQ) นอกจากนี้ จากการที่นักธุรกิจ
ต้องทำงานผ่านผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นการบริหาร
ทีมงาน หรือการติดต่อสื่อสารสร้างความสัมพันธ์
กับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ นักธุรกิจจึงควร
มีความสามารถในการบริหารจัดการอารมณ์
และความรู้สึกภายในของตนเอง เพื่อให้การ
ติดต่อสื่อสารระหว่างตนเองกับผู้อื่นเกิดผล
สำเร็จ หรือการมีเชาวน์อารมณ์ (EQ) นั่นเอง

หากกล่าวถึงประเทศจีนในปัจจุบัน
อาจกล่าวได้ว่าเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลง
อย่างมาก จากประเทศที่มีความล้าหลังจากการ
ปิดประเทศมานาน จนกลายเป็นประเทศหนึ่งที่
ประเทศในอาเซียนให้ความสำคัญมากในทุก
ด้านทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และ
การศึกษา (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 30 ก.ย. 2548)
และในประเทศจีนมีการลงทุนจากนักธุรกิจไทย
มากเป็นอันดับ 2 การค้าระหว่างจีนและไทยก็
เป็นการค้าที่มีส่วนส่งเสริมกันคือ จีนต้องการ
ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมมายังไทย ใน
ขณะเดียวกันไทยเองก็ต้องการส่งสินค้าด้าน
การเกษตรไปยังจีน ซึ่งเป็นธุรกิจที่ไม่ขัดแย้งกัน

(ผู้จัดการรายสัปดาห์, 9 ก.ย. 2548) ได้รับ
ผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย และในด้านเชื้อสายหรือ
วัฒนธรรมของคนไทยก็มีความคล้ายคลึงใกล้ชิด
กับจีน กว่า 70% ของคนไทยมีเชื้อสายจีน

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา
ว่านักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย กับนัก
ธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีนมีความแตกต่าง
กันหรือไม่ในด้านเชาวน์ในการแก้ปัญหา (AQ)
และเชาวน์อารมณ์ (EQ) ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัย
สำคัญที่ทำให้ให้นักธุรกิจประสบความสำเร็จในการ
ทำงาน นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาถึง
บุคลิกภาพของนักธุรกิจทั้งสองประเทศ เพื่อ
สร้างความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล
และนำไปสู่ผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจระหว่าง
ประเทศ

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. เชาว น์ ใน การ แก้ ไข ปัญหา

(Adversity Quotient: AQ) คือ ความสามารถในการ
ควบคุมปัญหา การรับรู้ถึงสาเหตุของปัญหา
ที่มักจะมาจากปัจจัยภายนอกและความ
รับผิดชอบต่อปัญหา การจำกัดผลของความ
เสียหายให้อยู่ภายในขอบเขตและอดทนต่อ
ความยืดเยื้อของปัญหา ตลอดจนไม่ปล่อยให้
ปัญหายืดเยื้อเกินความจำเป็น แบ่งออกเป็น 4
ด้าน ตามแนวคิดของสตอลทซ์ (Stoltz, 1997)
ดังนี้

1.1 ด้านการควบคุม (C = Control)

หมายถึง ระดับการรับรู้ถึงความสามารถในการ

ควบคุมตนเองให้สามารถข้ามผ่านเหตุการณ์ที่ยากลำบากหรืออุปสรรคไปได้

2.1 ด้านสาเหตุและความรับผิดชอบ (O_2 = Origin and Owner) หมายถึงระดับการวิเคราะห์หาสาเหตุและปัจจัยอื่นที่เป็นองค์ประกอบของอุปสรรคว่ามีสาเหตุมาจากอะไร โดยการพิจารณาจากตัวเองก่อนเพื่อช่วยให้เกิดการเรียนรู้จากสิ่งที่เคยทำผิดพลาดในอดีตและนำมาปรับปรุงแก้ไข การดำเนินโทษตนเองจะนำไปสู่การสำนึกเสียใจแล้วตระหนักรู้ว่าเป็นความรับผิดชอบของตนเองและมีบทบาทในการต้องหาทางแก้ไขให้ได้ ไม่ผลักภาระความรับผิดชอบให้คนอื่น

2.2 ด้านผลกระทบ ($R=Reach$) หมายถึง ระดับการวัดผลกระทบของความยุ่งยากที่มีต่อการดำเนินชีวิตของแต่ละคนว่ามีมากน้อยเพียงใด

2.3 ด้านความอดทน ($E=Endurance$) หมายถึง ระดับการรับรู้ความคงทนของอุปสรรคได้มากหรือน้อย ความสามารถในการรับมือกับความยืดหยุ่นของอุปสรรค รวมถึงหาวิธีจัดให้หมดไป

2. เซาว์นอารมณ์ (Emotional Quotient: EQ) หมายถึง ความสามารถทางอารมณ์ที่จะช่วยให้การดำเนินชีวิตเป็นไปอย่างสร้างสรรค์และมีความสุข เป็นความสามารถในการตระหนักรู้อารมณ์ของตนเองและผู้อื่น สามารถบริหารอารมณ์ของตนเองและผู้อื่น สร้างแรงจูงใจให้กับตนเองและสร้างสัมพันธ์ที่ดี

กับผู้อื่นได้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบตามแนวคิดของโกลแมน (Goleman, 1998) ดังนี้

2.1 การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) หมายถึง การตระหนักรู้ถึงความรู้สึกภายในของตนเอง การรับรู้ถึงความเป็นตัวตนของตนเอง ความชอบส่วนตัว และความสามารถของตนเอง รวมทั้งการรับรู้ถึงความทุกข์ ความขาดแคลนในชีวิต และเป้าหมายที่แท้จริงของชีวิต

2.2 การจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง (Self-Regulation) หมายถึง ความสามารถในการแสดงอารมณ์และความรู้สึกอย่างตรงไปตรงมา สามารถบริหารอารมณ์และจัดการกับความทุกข์ภายในได้อย่างเหมาะสม มีสติตรวจสอบความสมเหตุสมผลของความคิดที่นำไปสู่อารมณ์ที่เป็นบวกได้

2.3 การสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง (Self-Motivation) หมายถึง ความรู้สึกเป็นอิสระ มีความพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายที่ต้องการมองโลกในแง่ดี มีความกระตือรือร้น ไม่ท้อแท้ ง่าย ๆ มีความสามารถในการรอคอยผลของความสำเร็จได้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และยืดหยุ่น

2.4 การร่วมรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่น (Empathy) หมายถึง การตระหนักรู้ถึงความรู้สึก ความต้องการและความกังวลใจของผู้อื่น เป็นผู้ฟังที่ดี สามารถเข้าถึงความต้องการของผู้อื่นได้

2.5 ทักษะทางสังคม (Social Skills) หมายถึง ความสามารถในการมีอิทธิพลต่อผู้อื่น สามารถชักจูงและสื่อสารโน้มน้าวใจให้ผู้อื่น คล้อยตามและเกิดการตอบสนองในทางที่ตน ต้องการได้ รวมทั้งความสามารถที่จะจัดการกับความขัดแย้ง และสามารถทำงานเป็นกลุ่มกับผู้อื่นได้ อย่างเป็นมิตร

3. บุคลิกภาพนักธุรกิจจีน หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมในการทำการค้า การวางตัว ในการเจรจาธุรกิจ อุปนิสัยที่ปฏิบัติอย่าง สม่าเสมอ ความเฉลียวฉลาดและไหวพริบในการ ดำเนินธุรกิจของคนจีนในท้องถิ่นต่างๆ ของจีน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักธุรกิจ ไทยเชื้อสายจีนในประเทศไทยกับนักธุรกิจเชื้อ สายจีนในประเทศจีน ทำการสุ่มตัวอย่างโดย วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) กลุ่มตัวอย่างเป็นนักธุรกิจเชื้อสาย จีนในประเทศไทยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 150 คน และนักธุรกิจเชื้อสายจีนใน ประเทศจีนจากมณฑลเหอหนาน มณฑลเจียงซู มณฑลฝูเจี้ยน เมืองไห่หนาน มณฑลไห่หนาน และ เมืองกวางโจว มณฑลกวางตุ้ง รวมทั้งหมด 154 คน ซึ่งเหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลในมณฑล ดังกล่าว เนื่องจากเป็นมณฑลที่เป็นคู่ค้าสำคัญ ของไทย และมีสายสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับประเทศ ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมณฑลกวางตุ้ง ซึ่งเป็นคู่

ค้าสำคัญอันดับ 1 ของไทย เมื่อพิจารณาจาก ลำดับมูลค่าการค้ารวมในปี 2005 (อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ, 2549) โดยมีหนนคร เชียงไฮ้ และมณฑลฝูเจี้ยนอยู่ในอันดับที่ 3 และ 7 ตามลำดับ ในขณะที่คนจีนในมณฑลไห่หนาน นั้นมีความใกล้ชิดกับคนจีนในประเทศไทยมาก จะเห็นได้จากคนไห่หล่าในประเทศไทยได้รวมตัว กันเป็นสมาคมไห่หล่าแห่งประเทศไทย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่ม ตัวอย่าง แบบทดสอบเชาว์ในการแก้ปัญหา เชาว์อารมณ์ (ปรับปรุงจากงานวิจัยของ ธีระศักดิ์ กำบรรณารักษ์ และฐิติมา วัฒนโสภา ศิริ (2550) และแบบสอบถามบุคลิกภาพนัก ธุรกิจจีน พัฒนามาจากแนวคิดของอาจารย์ลี เหวินเหลียง (Li Renliang) วิทยุตั้งกิตติภา ภรณ์ (2546) และ อักษรศรี พานิชสาส์น และ คณะ (2549)

แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ ฉบับภาษาไทยและภาษาจีน ค่าความ เชื่อมั่นของแบบสอบถามฉบับภาษาไทยเท่ากับ .916 และ .903 ตามลำดับ ค่าความเชื่อมั่นของ แบบสอบถามฉบับภาษาจีนเท่ากับ .916 และ .872 ตามลำดับ ในส่วนของข้อคำถามทั้งฉบับ ภาษาไทยและจีนนั้นได้รับการแปลให้เหมือนกัน ทุกประการ ยกเว้นข้อคำถามในส่วนที่ 1 ข้อมูล ทั่วไป ข้อที่ 9 ซึ่งในฉบับภาษาไทยมีข้อคำถามว่า “ท่านเคยเดินทางไปประเทศจีนหรือไม่” ในการ แปลเป็นฉบับภาษาจีน ข้อคำถามดังกล่าวจะ

เปลี่ยนเป็น “ท่านเคยเดินทางไปประเทศไทยหรือไม่”

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่

3.1 การเก็บข้อมูลในประเทศจีน ผู้วิจัยได้เดินทางไปประเทศจีนและแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง และได้รับความกรุณาจากกลุ่มนักธุรกิจจีนในการส่งต่อแบบสอบถามไปยังกลุ่มนักธุรกิจจีนคนอื่นๆ ทั้งทางไปรษณีย์และทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

3.2 การเก็บข้อมูลในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ทางไปรษณีย์และทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิจัย

1. จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล

1.1 กลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยส่วนมากมีเชื้อสายจีนแต้จิ๋ว (ร้อยละ 70.7) เป็นเจ้าของธุรกิจ (ร้อยละ 63.3) มีอายุ 41 – 50 ปี (ร้อยละ 32.7) ส่วนมากเป็นเพศชาย (ร้อยละ 54.0) มีสถานภาพสมรสแล้ว (ร้อยละ 64.7) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 36.7) ไม่เคยจบการศึกษาจากต่างประเทศ (ร้อยละ 90.0) เดินทางไปประเทศจีน 1-2 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 48.7) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทการบริการ (ร้อยละ 48.7)

1.2 กลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีนส่วนมากมีเชื้อสายจีนไหหลำ (ร้อยละ 18.2) เป็นผู้บริหารธุรกิจ (ร้อยละ 45.5) มีอายุ 31 – 40 ปี (ร้อยละ 53.2) ส่วนมากเป็นเพศชาย (ร้อยละ 68.2) มีสถานภาพสมรสแล้ว (ร้อยละ 57.8) มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป (ร้อยละ 36.4) ไม่เคยจบการศึกษาจากต่างประเทศ (ร้อยละ 94.2) ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย (ร้อยละ 87) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทการบริการ (ร้อยละ 45.5)

2. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ชาวนีในการแก้ปัญหา (AQ)

กลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยมีชาวนีในการแก้ปัญหาทั้งโดยรวมและแยกด้านอยู่ในระดับสูง และมีค่าเฉลี่ยในแต่ละด้านไม่แตกต่างกันมากนัก โดยที่ชาวนีในการแก้ปัญหาด้านสาเหตุและความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 4.03 นอกจากนี้ยังพบว่าชาวนีในการแก้ปัญหาด้านผลกระทบมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงที่สุด

กลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีนมีชาวนีในการแก้ปัญหาทั้งโดยรวมและแยกด้านอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยที่ชาวนีในการแก้ปัญหาด้านความอดทนมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 3.95 ในขณะที่ชาวนีในการ

แก้ปัญหาด้านการควบคุมมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ
3.77 และยังมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงที่สุด

2.2 เชาว์อารมณ์ (EQ)

กลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสายจีนใน
ประเทศไทยมีเชาว์อารมณ์ทั้งโดยรวมและแยก
ด้านอยู่ในระดับสูง โดยที่เชาว์อารมณ์ด้านการ
สร้างแรงจูงใจให้ตนเองมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ
1.66 ในขณะที่เชาว์อารมณ์ด้านการตระหนักรู้
ในตนเองมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ 1.45 และยังมีค่า
เบี่ยงเบนมาตรฐานสูงที่สุด

กลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสายจีนใน
ประเทศจีนมีเชาว์อารมณ์ทั้งโดยรวมและแยก
ด้านอยู่ในระดับสูง โดยที่เชาว์อารมณ์ด้านการ
สร้างแรงจูงใจให้ตนเองมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ
1.65 ในขณะที่เชาว์อารมณ์ด้านจัดระเบียบ
อารมณ์ของตนเองมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ 1.46
และยังมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงที่สุด

2.3 บุคลิกภาพนักธุรกิจจีน

ข้อคำถามที่ว่า “รักถิ่นที่อยู่ รัก
ครอบครัว” มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสอดคล้องกันทั้งกลุ่ม
ตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยและ
นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย ($X = 6.19$,
 5.90 ตามลำดับ)

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

3.1 นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย
มีระดับเชาว์ในการแก้ปัญหาโดยเฉลี่ยสูงกว่า
นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีน ($t = 2.340$, p
 $< .05$)

นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย มี
ระดับเชาว์ในการแก้ปัญหาด้านการควบคุม
และสาเหตุและความรับผิดชอบโดยเฉลี่ยสูงกว่า
นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีน ($t = 3.396$,
 2.714 ; $p < .01$ ตามลำดับ)

3.2 นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย
มีระดับเชาว์อารมณ์โดยรวมไม่แตกต่าง
กับนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีนแต่นักธุรกิจ
เชื้อสายจีนในประเทศจีน มีระดับเชาว์อารมณ์
ด้านการตระหนักรู้ในตนเองสูงกว่านักธุรกิจเชื้อ
สายจีนในประเทศไทย ($t = 2.381$, $p < .05$)

3.3 เชาว์ในการแก้ปัญหาทั้งโดยรวม
และแยกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเชาว์
อารมณ์ทั้งในกลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสายจีน
ในประเทศไทยและนักธุรกิจเชื้อสายจีนใน
ประเทศจีน ($r = .400$, $.480$ $p < .01$ ตามลำดับ)

3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างเชาว์ใน
การแก้ปัญหากับบุคลิกภาพนักธุรกิจจีน

ในกลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสายจีนใน
ประเทศไทย พบว่า ข้อคำถามของบุคลิกภาพ
นักธุรกิจจีนที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด
ซึ่งแสดงถึงการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับ
เชาว์ในการแก้ปัญหาสูงกว่าข้อคำถามอื่น คือ
ข้อคำถามที่ 13 “ให้ความเคารพผู้อาวุโส” ($r =$
 $.548$, $p < .01$)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสาย
จีนในประเทศจีน พบว่า ข้อคำถามที่มี
ความสัมพันธ์ในทางบวกกับเชาว์ในการ
แก้ปัญหามากกว่าข้อคำถามอื่น คือ ข้อคำถามที่ 1

“กล้าได้กล้าเสีย แม้แต่อาจต้องเสียเปรียบ” ($r = .467, p < .01$)

3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างเขาวน
อารมณ์กับบุคลิกภาพนักธุรกิจจีน

ในกลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย พบว่า ข้อคำถามที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับเขาวนอารมณ์สูงกว่าข้อคำถามอื่น คือ ข้อคำถามที่ 36 “ยึดติดกับความจริง ไม่เพื่อเจ้อกับสิ่งที่ไกลตัว” ($r = .503, p < .01$)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีน พบว่า ข้อคำถามที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับเขาวนอารมณ์สูงกว่าข้อคำถามอื่น คือ ข้อคำถามที่ 34 “สร้างธุรกิจแบบค่อยเป็นค่อยไปจนมีหลักฐานมั่นคง และพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นอยู่ตลอดเวลา” ($r = .301, p < .01$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. เขาวนในการแก้ปัญหา

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยมีระดับเขาวนในการแก้ปัญหาทั้งโดยรวม ด้านการควบคุมและด้านสาเหตุและความรับผิดชอบโดยเฉลี่ยสูงกว่านักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนักมานุษยวิทยาที่พบว่าคนที่มาจากต่างถิ่นโดยทั่วไปจะมีเขาวนในการแก้ปัญหาดีกว่าคนที่อยู่ในท้องถิ่น ดังนั้น นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยที่บรรพบุรุษหรือตัวเองอพยพมาจากประเทศจีน หนีความยากจน

มาสร้างอาชีพและสร้างฐานะในประเทศไทย ดังคำพังเพยที่อธิบายความเป็นคนจีนในประเทศไทยที่ว่า “คนจีนอพยพมาจากเมืองจีนถึงเมืองไทย เพียงเสื่อผืนหมอนใบก็สามารถสร้างอาณาจักรธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ได้” แต่กว่าที่จะประสบความสำเร็จต้องเริ่มต้นจากการเผชิญกับปัญหาและการปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อมในท้องถิ่น ต้องเรียนรู้และพัฒนาหาวิธีการในการเอาตัวรอด ทำมาหาเลี้ยงตนเองและครอบครัว บ่อยครั้งที่ต้องเจออุปสรรคที่ไม่คาดคิด อาจได้รับการ ดูถูก กีดกันจากคนท้องถิ่น จึงส่งผลให้นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยต้องตั้งสติเพื่อคิดหาวิธีการในการปรับตัวและรับมือกับปัญหา โดยเริ่มต้นจากการแก้ปัญหาที่ตนเอง เนื่องจากอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ไม่คุ้นเคย เมื่อมีความผิดพลาดจะเรียนรู้หาทางแก้ไข โดยไม่โทษที่ความสามารถของตนเอง แต่เป็นเพียงแค่ความพยายามที่ไม่เพียงพอ นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยจึงมีความขยัน อดทน มีกำลังใจในการต่อสู้ฝ่าฟันจนสามารถตั้งตัวได้ และกลายมาเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและได้รับการเรียกขานว่าเป็น “เจ้าสัว” ที่ได้รับการนับถือในเมืองไทย

อย่างไรก็ตาม นักธุรกิจเชื้อสายจีนทั้งในประเทศไทยและจีน ต่างก็มีเขาวนในการแก้ปัญหาอยู่ในระดับสูง สำหรับในประเทศไทยนั้น สาเหตุหนึ่งอาจเป็นเพราะวิถีชีวิตต่างๆ ได้เพิ่มขึ้นทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมือง จึงส่งผลให้ทุกคนต้องหาทางต่อสู้กับปัญหาเพื่อ

ความอยู่รอด สำหรับในประเทศจีนนั้น ส่วนหนึ่ง อาจเป็นเพราะประเทศจีนในยุคปัจจุบันเข้าสู่การเป็นจีนยุคใหม่ ไม่ได้มีความล้าหลังเหมือนแต่ก่อน มีสิ่งก่อสร้างและวิถีชีวิตที่ทันสมัย มีการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้คนจีนยุคใหม่ ต้องเรียนรู้และมีความพยายามมากขึ้นเพื่อให้ได้รับการยอมรับทั้งจากการประสบความสำเร็จ ในธุรกิจของตนเองไปจนถึงการยอมรับจาก ต่างประเทศ สอดคล้องกับคำกล่าวของสตอลทซ์ (Stoltz, 1997) ที่เชื่อว่าวิถีชีวิตต่างๆ ในปัจจุบันมีความรุนแรงขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก และคนที่อยู่รอดได้อย่างมีความสุขและประสบความสำเร็จ ในอาชีพต้องพัฒนาเชาวน์ในการแก้ปัญหา (AQ)

2. เชาวน์อารมณ์

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีนมีระดับเชาวน์ อารมณ์ด้านการตระหนักรู้ในตนเองโดยเฉลี่ยสูงกว่านักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สาเหตุที่ทำให้ นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีนมีระดับเชาวน์ อารมณ์ด้านการตระหนักรู้ในตนเองอยู่ใน ระดับสูง อาจเนื่องมาจากผลของการปฏิวัติ วัฒนธรรมในปี พ.ศ. 2509 – 2519 ของแก๊ง 4 คน (สี่ เหวิน ปิง) (สำนักธุรกิจสัมพันธ์ บริษัท ซี. พี. เซเวนอีเลฟเวน จำกัด (มหาชน), 2550) โดยใช้กระบวนการนักศึกษาที่เรียกตัวเองว่า “Red Guard” “หง เว่ย ปิง” หรือกลุ่มรณรงค์ โดยการ

ชี้นำของประธานาธิบดีเหมาเจ๋อตง ซึ่งหลักการที่ เขาใช้ในการชี้นำเยาวชนคือ “ทำลายสี่เก่า สรรค์ สร้างสี่ใหม่” อันเป็นการเปิดโอกาสให้คนจีนทุกระดับมีการวิพากษ์วิจารณ์ตนเอง (Self Criticizing) ด้วยกระบวนการดังกล่าวทำให้คน ต้องหันมาสนใจตัวเอง เห็นตัวเองเป็นผู้สำคัญ นำไปสู่การพัฒนาตนเองและรู้จักตนเองมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ปรัชญาของขงจื้อและวิถี แห่งเซนซึ่งเป็นศาสนาพุทธที่ปรับให้เข้ากับ วัฒนธรรมของจีน (สถาบันเอเชียตะวันออก ศึกษา มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, 2547; ยุพา คลังสุวรรณ, 2549) ยังมุ่งเน้นในการฝึกนั่งสมาธิ เพื่อค้นพบหนทางในการบรรลุธรรม ซึ่งหมายถึง การตระหนักรู้หรือการค้นพบสิ่งที่ดำรงอยู่ภายใน ตนนั่นเอง ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น อาจเป็น เหตุสนับสนุนให้นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศ จีนมีระดับเชาวน์อารมณ์ด้านการตระหนักรู้ใน ตนเองโดยเฉลี่ยสูงกว่านักธุรกิจเชื้อสายจีนใน ประเทศไทย

3. ความสัมพันธ์ระหว่างเชาวน์ในการ แก้ปัญหากับเชาวน์อารมณ์

จากผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่าง เชาวน์ในการแก้ปัญหากับเชาวน์อารมณ์ของนัก ธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย พบว่าเชาวน์ใน การแก้ปัญหาโดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก กับเชาวน์อารมณ์โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นราย ด้านพบว่า เชาวน์ในการแก้ปัญหาด้านสาเหตุ และความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์ในทางบวก

กับเขาวนอารมณ์โดยรวมสูงที่สุดเมื่อเทียบกับเขาวนในการแก้ปัญหาอื่น ในขณะที่เขาวนอารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับเขาวนในการแก้ปัญหาโดยรวมสูงที่สุดเมื่อเทียบกับเขาวนอารมณ์ด้านอื่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธีระศักดิ์ กำปรรณารักษ์ และจิตติมา วัฒนโสภาสิริ (2550) ที่พบว่าเขาวนในการแก้ปัญหาโดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับเขาวนอารมณ์โดยรวม และเขาวนอารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับเขาวนในการแก้ปัญหาโดยรวมสูงที่สุดเมื่อเทียบกับเขาวนอารมณ์ด้านอื่น

ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามที่ผู้วิจัยคาดไว้ว่า บุคคลที่มีเขาวนในการแก้ปัญหาในระดับสูงจะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการควบคุมวิกฤติ มีสติ มองวิกฤติมาจากปัจจัยภายนอกมากกว่าภายใน ไม่โทษตนเองแต่ยินดีเข้าร่วมรับผิดชอบ ไม่ทำเรื่องเล็กให้เป็นเรื่องใหญ่ อดทนต่อความยืดเยื้อของปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะของผู้ที่มีเขาวนอารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองในระดับสูง โดยจะเป็นบุคคลที่มองโลกในแง่ดี มีความกระตือรือร้น ไม่ท้อแท้โดยง่าย มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และยืดหยุ่น สามารถรอคอยผลของความสำเร็จได้ ดังนั้น นักธุรกิจที่มีความสามารถในการบริหารธุรกิจให้รอดพ้นวิกฤติได้ ย่อมจะมีความสามารถในการจูงใจตนเองเพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย แม้จะมีอุปสรรคหรือปัญหาก็จะมี

ความพยายามที่จะปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องของการดำเนินธุรกิจโดยการสร้างสรรค์กลยุทธ์ใหม่ และรอคอยโอกาสที่เหมาะสมเพื่อสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจของตน

ในทางกลับกัน บุคคลที่มีเขาวนอารมณ์อยู่ในระดับสูง จะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการตระหนักรู้ถึงความรู้สึก ความชอบและความสามารถของตนเอง รู้จักจุดเด่นจุดด้อยของตน และสามารถประเมินตนเองได้ตามความเป็นจริง เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาหรือความผิดพลาดจึงไม่โทษว่าเป็นความผิดของตนเอง แต่จะโทษที่ความพยายามของตนเอง และเข้าไปรับผิดชอบกับปัญหาอุปสรรคเหล่านั้น ดังนั้น นักธุรกิจที่มีความสามารถในการบริหารอารมณ์ของตนเอง ย่อมจะมีความสามารถในการระงับสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจของตน และใช้การเรียนรู้จากความผิดพลาดในอดีตเพื่อพัฒนาธุรกิจของตนให้สามารถยืนหยัดได้ในภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้นในยุคปัจจุบัน

ในส่วนของการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างเขาวนในการแก้ปัญหากับเขาวนอารมณ์ของนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย พบว่าเขาวนในการแก้ปัญหาโดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับเขาวนอารมณ์โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เขาวนในการแก้ปัญหาด้านสาเหตุและความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับเขาวนอารมณ์โดยรวมสูงที่สุดเมื่อเทียบกับเขาวนในการแก้ปัญหาอื่น ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มนักธุรกิจ

เชื้อสายจีนในประเทศไทย ในขณะที่เชาวน์
อารมณ์ด้านการร่วมรับรู้ความรู้สึกมี
ความสัมพันธ์ในทางบวกกับเชาวน์ในการ
แก้ปัญหาโดยรวมสูงที่สุดเมื่อเทียบกับเชาวน์
อารมณ์ด้านอื่น

ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามที่ผู้วิจัย
คาดไว้ว่า บุคคลที่สามารถตระหนักรู้ถึงความ
รู้สึก ความต้องการและเข้าใจในความแตกต่าง
ระหว่างบุคคลย่อมจะสามารถใช้โอกาสจาก
ความแตกต่างระหว่างบุคคลในการพลิกวิกฤติ
ให้เป็นโอกาสได้ ซึ่งสอดคล้องกับบุคลิกภาพของ
นักธุรกิจจีนที่ “รู้จักและใช้คนเป็น” ดังเช่น “ฮั่น
เกาจู่ (หลิวปัง)” (Jui, online; CRlonline) ปฐม
กษัตริย์ของราชวงศ์ฮั่นตะวันตก ซึ่งเป็น
จักรพรรดิผู้มีกำเนิดจากสามัญชนและต้อง
การศึกษาหนึ่งในสององค์ของประวัติศาสตร์จีน
ความสำเร็จของเขาได้มาจากการมีความใจกว้าง
มีความเห็นอกเห็นใจและเข้าใจถึงความต้องการ
ของผู้ใต้การปกครองและเอาใจใส่ในความ
เป็นอยู่และทุกข์สุขของประชาชนทั่วไป
นอกจากนี้ยังรู้จักใช้คนให้เหมาะสมตาม
ความสามารถ จึงสามารถพลิกสถานการณ์จาก
ร้ายให้กลายเป็นดีได้ จนทำให้เขาได้ก้าวถึง
จุดสูงสุดของชีวิตด้วยการเป็นจักรพรรดิ สามารถ
เอาชนะ ฝอปั๋วอ๋อง ซึ่งเป็นนักการทหาร
เชี่ยวชาญการรบ แต่เก่งอยู่เพียงผู้เดียว ไม่
ไว้วางใจผู้อื่น ดังนั้น หลิวปังจึงเป็นบุคคลที่มี
ชื่อเสียงมากในประวัติศาสตร์จีนและถือเป็นแบบ
ฉบับ (Chinese dream) ของนักการเมือง นัก

ปกครอง นักธุรกิจ ตลอดจนชาวจีนแผ่นดินใหญ่
ผู้หาเข้ากินค่าที่ยังเล่าขานมาถึงปัจจุบัน

4. ความสัมพันธ์ระหว่างเชาวน์ในการ แก้ปัญหากับบุคลิกภาพนักธุรกิจจีน

จากผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่าง
เชาวน์ในการแก้ปัญหากับบุคลิกภาพของนัก
ธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย พบว่าข้อคำถาม
ของบุคลิกภาพนักธุรกิจจีนที่มีความสัมพันธ์ใน
ทางบวกกับเชาวน์ในการแก้ปัญหาสูงสุด 10
อันดับแรก โดยส่วนใหญ่จะมีข้อความใน
ลักษณะของ “ความกล้าในการแข่งขัน เวลาทุก
นาที่มีคุณค่า อยากรวบต้องขยัน มีการสร้าง
ธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป และมีการคาดการณ์
เพื่อเตรียมพร้อมกับความไม่แน่นอนทางธุรกิจ
และมีการพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นอยู่ตลอดเวลา”
ซึ่งแสดงถึงการเป็นนักธุรกิจที่มีความเพียร
พยายาม อดทน มีศรัทธาและเชื่อมั่นในอนาคต
หรือการมีเชาวน์ในการแก้ปัญหาในระดับสูง
นั่นเอง

ในส่วนของการทดสอบสหสัมพันธ์
ระหว่างเชาวน์ในการแก้ปัญหากับบุคลิกภาพ
ของนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีน พบว่าข้อ
คำถามของบุคลิกภาพนักธุรกิจจีนที่มี
ความสัมพันธ์ในทางบวกกับเชาวน์ในการ
แก้ปัญหาสูงสุด 10 อันดับแรก โดยส่วนใหญ่จะ
มีข้อความในลักษณะของ “ความกล้าได้กล้าเสีย
สามส่วนฟ้าลิขิต แต่เจ็ดส่วนเกิดจากการต่อสู้จึง
จะมีชัย อยากรวบต้องขยัน มีการสร้างธุรกิจ
อย่างค่อยเป็นค่อยไป และมีการคาดการณ์เพื่อ

เตรียมพร้อมกับความไม่แน่นอนทางธุรกิจและมีการพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นอยู่ตลอดเวลา” ซึ่งมีความสอดคล้องกับนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย แต่บุคลิกภาพที่ต่างออกไปคือ “การต้อนรับคนจากทุกสารทิศ เป็นคนมีน้ำใจ จริงใจ แยกกันจ่ายเวลากินข้าวด้วยกัน และยึดติดกับความจริง ไม่เพ้อเจ้อกับสิ่งที่ไกลตัว”

ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามที่ผู้วิจัยคาดไว้ ทั้งนี้อาจสังเกตได้จาก “คำคม สุภาพจีน” (ถาวร ธิกขโกศล, 2539) ที่สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยม สังคมและวัฒนธรรมของจีน เช่น คำสอนประจำตระกูลจื้อจื่อ ตัวอย่างของสุภาพได้แก่ “เฉื่อยชาและเกียจคร้าน ยากจะสร้างตัวได้” “อ่อนน้อมต่อผู้ใหญ่ จักได้อาศัยยามคับขัน” นอกจากนี้ยังมีสุภาษิตไซ่เกินถาน ซึ่งแปลว่า “สุภาพตรากฝัก” ซึ่งคำว่า “รากฝัก” มีนัยว่า “ความยากจน” สุภาษิตเล่มนี้จึงซึ่งมีความหมายลึกซึ้งมาตั้งแต่ชื่อสุภาษิต ซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่จะบอกว่า “อดทนสู้ชีวิตที่ลำบากยากจนได้จึงจะสามารถประสบความสำเร็จในชีวิต” ตัวอย่างของสุภาพได้แก่ “ป้องกันก่อนฝนตก เตรียมไว้ไม่มีภัย” “ถ่อมตัวจักได้ เยอหยิ่งจักเสีย” “แม้หวังจะเก่งกล้า จงฝนทิ้งให้เป็นเข็ม” เป็นต้น จากสุภาษิตและคำสอนที่ได้ยกตัวอย่างมาข้างต้นแสดงให้เห็นถึงบุคลิกภาพนักธุรกิจจีนที่มีความอ่อนน้อม ขยัน มีความมุ่งมั่น อดทน รอคอยเพื่อไปสู่ความสำเร็จหรือการมีเชาวันในการแก้ปัญหาอยู่ในระดับสูงนั่นเอง

นอกจากนี้แล้วสายสัมพันธ์บนโต๊ะอาหาร และธรรมเนียมอาหารการกินถือเป็นเรื่องสำคัญในการทำการค้ากับนักธุรกิจจีน (สำนักธุรกิจสัมพันธ์ บริษัท ซี.พี. เซเวนอีเลฟเวน จำกัด (มหาชน), 2550) เนื่องจากชาวจีนจะให้ความสำคัญในการเริ่มต้นสร้างสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Relationships) ซึ่งกิจกรรมที่เหมาะสมที่สุด และถือเป็นการให้เกียรติกันมากที่สุดคือ การกิน นั่นเอง บุคลิกภาพที่ว่า “เป็นคนมีน้ำใจ จริงใจ แยกกันจ่ายเวลากินข้าวด้วยกัน” จึงสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพที่โดดเด่นของนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีน

5. ความสัมพันธ์ระหว่างเชาวันอารมณ์กับบุคลิกภาพนักธุรกิจจีน

จากผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างเชาวันอารมณ์กับบุคลิกภาพของนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย พบว่าข้อคำถามของบุคลิกภาพนักธุรกิจจีนที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับเชาวันอารมณ์สูงสุดคือ “ยึดติดกับความจริง ไม่เพ้อเจ้อกับสิ่งที่ไกลตัว” ซึ่งหากพิจารณาแล้วจะมีความสอดคล้องกับเชาวันอารมณ์ด้านการตระหนักรู้ในตนเอง กล่าวคือบุคคลจะมีการประเมินตนเองตามความเป็นจริง นอกจากนี้แล้ว ข้อคำถามที่ว่า “รอบคอบ ไม่ประมาท วางแผนล่วงหน้า” และ “เชื่อว่า “โลกของการค้าก็เหมือนมหาสมุทรเต็มไปด้วยอันตรายและไม่แน่นอน การคาดการณ์เพื่อเตรียมพร้อมเป็นความจำเป็น”” ยังมีความ

สอดคล้องกับเชาวน์อารมณ์ด้านการจัดระเบียบ อารมณ์ ที่จะมีความสามารถในการปรับตัว คือ มีความยืดหยุ่นในการรับมือกับความต้องการที่หลากหลายและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วได้นอกจากนี้แล้ว ข้อคำถามที่ว่า “ยอมรับความคิดเห็นที่หลากหลายจากทุกฝ่าย” ยังมีความสอดคล้องกับเชาวน์อารมณ์ด้านทักษะทางสังคม ที่จะมีความสามารถในการสื่อสาร รับฟัง ข้อมูลจากทุกฝ่าย และบริหารความขัดแย้งได้ดี

ในส่วนของผลการทดสอบสหสัมพันธ์ ระหว่างเชาวน์อารมณ์กับบุคลิกภาพของนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย พบว่าข้อคำถามของบุคลิกภาพนักธุรกิจจีนที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับเชาวน์อารมณ์สูงสุดและเป็นบุคลิกภาพที่มีความแตกต่างจากนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย คือ “สร้างธุรกิจแบบค่อยเป็นค่อยไป จนมีหลักฐานมั่นคงและพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นอยู่ตลอดเวลา” และข้อคำถามที่ว่า “อยากรวย ต้องขยัน เหนื่อยวันนี้ได้ดีหรือสบายภายหลัง” หากพิจารณาแล้วจะมีความสอดคล้องกับเชาวน์อารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง ซึ่งคุณลักษณะของผู้ที่มีเชาวน์อารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง จะมีลักษณะคล้ายดาวฤกษ์คือมีไฟในตนเอง รู้จักการรอคอย หรืออดเปรี้ยวไว้กินหวานและมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Need for Achievement) สูง (ธีระศักดิ์ กำปรรณารักษ์, 2546)

ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กร

จากผลการศึกษาที่พบว่า นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยและนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศจีนมีระดับเชาวน์ในการแก้ปัญหา (AQ) และเชาวน์อารมณ์ (EQ) อยู่ในระดับสูง อีกทั้ง AQ และ EQ ต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และต่างก็มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของนักธุรกิจจีน วิธีการหนึ่งในการพัฒนา AQ และ EQ เพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและความสุขในการดำเนินชีวิต ก็คือการพัฒนาบุคลิกภาพของตนหรือบุคลากรในองค์กร ซึ่งสามารถจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

1. นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย

1.1 การพัฒนาเชาวน์ในการแก้ปัญหา นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จควรพัฒนาบุคลิกภาพให้มีความอ่อนน้อมถ่อมตน เคารพผู้อาวุโส รับฟังคำแนะนำจากผู้มีประสบการณ์ รวมไปถึงยอมรับความคิดเห็นที่หลากหลายจากเพื่อนร่วมงาน ลูกน้อง ลูกค้าเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาธุรกิจ มีความขยัน กล้าแข่งขันและมีความรวดเร็วในการทำการค้า ไม่คดโกง ปฏิบัติตามกฎหมายและสัญญาอย่างเคร่งครัด มีการเตรียมพร้อมสำหรับความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น มีความอดทน รู้จักการรอคอย มีความหวังไม่ท้อแท้ สร้างธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไปจนมีหลักฐานมั่นคงและพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นอยู่ตลอดเวลา

1.2 การพัฒนาชาวนี้อารมณ นักธุรกิจ

ควรพัฒนาบุคลิกภาพให้มีการตระหนักรู้ถึงจุดเด่น จุดด้อย ความต้องการของตนเอง อยู่กับปัจจุบัน (Here and now) ยึดติดกับความจริง ไม่เพ้อเจ้อไปกับสิ่งที่ไกลตัว รวมถึงเข้าใจความต้องการของบุคคลอื่น โดยการรับฟังอย่างเข้าใจ เปิดรับความคิดและข้อมูลใหม่ๆ อยู่เสมอ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาสร้างแนวคิดใหม่ที่เป็นประโยชน์ มีความรอบคอบ ไม่ประมาท มีการวางแผนในการทำงาน มีความสามารถในการปรับตัวเพื่อรับมือกับสภาพการทำงานธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในปัจจุบัน มีความจริงใจ มีน้ำใจ ไม่หลอกลวงเพื่อสร้างการทำงานเป็นทีมที่ดีและมีสัมพันธภาพที่ยั่งยืน

2. นักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทย

2.1 การพัฒนาชาวนี้อารมณในการแก้ปัญหา

นักธุรกิจควรพัฒนาบุคลิกภาพให้มีความกล้าในการลงทุน มีความเชื่อมั่นว่าความสำเร็จเกิดจากการกระทำของตน หากมีความมุ่งมั่น ขยัน ต่อสู้ ไม่ท้อถอยก็จะสามารถประสบความสำเร็จได้ นอกจากนี้ นักธุรกิจจะต้องยึดติดกับความจริงในปัจจุบัน ไม่จมอยู่กับความทุกข์หรือความผิดพลาดในอดีต เพราะอุปสรรคที่ผ่านเข้ามาเป็นเพียงเหตุการณ์ที่ผ่านเข้ามาและจะผ่านพ้นไป สิ่งที่เราควรกระทำคือเรียนรู้จากความผิดพลาดและเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างมีสติ

2.2 การพัฒนาชาวนี้อารมณ นักธุรกิจ

ควรพัฒนาบุคลิกภาพให้เป็นผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ มีความพยายามที่จะปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของตนอย่างสม่ำเสมอ โดยมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมองโลกในแง่ดี อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงในปัจจุบัน แต่ในขณะเดียวกันก็มีความรอบคอบ ไม่ประมาท มีการวางแผนในการทำงานเป็นอย่างดี และมีทักษะทางสังคม โดยใช้ความจริงใจในการทำการค้า ไม่หลอกลวง ยอมรับความคิดเห็นและประสานประโยชน์ให้กับทุกฝ่าย

นอกจากนี้ การทราบถึงบุคลิกภาพของนักธุรกิจทั้งสองประเทศ ยังเอื้อประโยชน์ต่อการทำการค้าระหว่างกัน นักธุรกิจที่ต้องการขยายเครือข่ายจากไทยไปจีน หรือจากจีนมาไทย จึงจำเป็นต้องเรียนรู้บุคลิกภาพที่มีความสัมพันธ์กับชาวนี้อารมณในการแก้ปัญหาและชาวนี้อารมณของนักธุรกิจ เพื่อการปรับตัวและสร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และนักธุรกิจเชื้อสายจีนในประเทศไทยจากมหานครเซี่ยงไฮ้ มณฑลฝูเจี้ยน (เฉียะเหมิน) มณฑลไห่หนาน (ไห่โข่ว) และมณฑลกวางตุ้ง (กวางโจว) การศึกษาในครั้งต่อไปจึงควรขยายกลุ่มตัวอย่าง

ให้มากขึ้นและมีความครอบคลุมกลุ่มประชากร นักธุรกิจเชื้อสายจีนทั้งสองประเทศ สำหรับในประเทศไทยควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังส่วนภูมิภาค และในประเทศจีนควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทุกมณฑล

2. เมื่อมีการขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังส่วนภูมิภาคของประเทศไทยแล้ว ควรศึกษาถึงลักษณะของ AQ, EQ และบุคลิกภาพของนักธุรกิจเชื้อสายจีนที่มาตั้งรกรากในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย เพื่อศึกษาถึงการปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมในการทำการค้าของไทย หรือ วัฒนธรรมในการทำการค้าของจีนที่ยังคงนำมาใช้ในประเทศไทยเพื่อสร้างความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจจนประสบความสำเร็จ และเปรียบเทียบลักษณะของ AQ, EQ และบุคลิกภาพของนักธุรกิจเชื้อสายจีนในแต่ละภูมิภาค เช่นเดียวกับประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่และมีความหลากหลายของเชื้อสายไปตามท้องถิ่นต่างๆ จึงควรศึกษาถึงลักษณะของ AQ, EQ และ

บุคลิกภาพของนักธุรกิจเชื้อสายจีนในแต่ละมณฑล และเปรียบเทียบผลของตัวแปรดังกล่าวในแต่ละมณฑลด้วย

3. เนื่องจากแบบสอบถามและแบบสอบถามวัดในการวิจัยมีจำนวนข้อคำถามเป็นจำนวนมาก ทำให้กลุ่มตัวอย่างปฏิเสธหรือขาดความเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม จึงเป็นอุปสรรคในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความครบถ้วน มีแบบสอบถามบางส่วนต้องถูกคัดออกไป เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างตอบข้อคำถามไม่ครบ หรือแสดงความคิดเห็นเป็นกลางเพียงอย่างเดียว การวิจัยในครั้งต่อไปจึงควรปรับลดจำนวนข้อคำถามให้น้อยลงหรือเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่น เช่น การสัมภาษณ์ การเปลี่ยนไปใช้มาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert's scale) ในส่วนของแบบสอบถามเชาวนในการแก้ปัญหา เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างจะมีความคุ้นเคยกว่า มาตราจำแนกความหมาย (semantic differential scale) ที่มีคำตอบเป็นประโยคหรือวลีที่มีความหมายตรงกันข้ามอยู่ 2 ขั้ว

บรรณานุกรม

- กรมสุขภาพจิต. คู่มือความฉลาดทางอารมณ์. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข, 2543.
- โครงการญี่ปุ่นศึกษา สถาบันเอเชียตะวันออกศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หัวใจบูรพา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต, 2547.
- ถาวร สิทธิโกศล และ จงจิต นิมนานนท์. สิ่งดีในวิถีชีวิต ไทย-จีน. กรุงเทพฯ: กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ร่วมกับ บริษัท ซี.พี. เซเวนอีเลฟเว่น จำกัด, 2539.
- ทศพร ประเสริฐสุข. “ความเฉลียวฉลาดทางอารมณ์กับการศึกษา.” วารสารพฤติกรรมศาสตร์. ปีที่ 5 (สิงหาคม 2542): 21.
- เทอดศักดิ์ เดชคง. จากความฉลาดทางอารมณ์สู่สติและปัญญา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน, 2545.
- ธีระศักดิ์ กำปรรณารักษ์. เอกสารประกอบการฝึกอบรมเรื่อง “AQ เชาวน์แห่งความดี.” กรุงเทพมหานคร: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546. (อัดสำเนา)
- ธีระศักดิ์ กำปรรณารักษ์ และจิตติมา วัฒนโสภาสิริ. “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเชาวน์ในการแก้ปัญหา (AQ) เชาวน์อารมณ์ (EQ) จริยธรรมธุรกิจและความเครียดของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร.” รายงานการวิจัยสถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.
- ยุพา คลังสุวรรณ. วัฒนธรรมจีน : วันวานและวันนี้. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต, 2549.
- วิทยา นาควัชระ. วิธีเลี้ยงลูกให้เก่ง ดี และมีสุข (IQ EQ MQ AQ) กรุงเทพฯ: GOODBOOK, 2544.
- วิบูลย์ ตั้งกิตติภรณ์. “อุปนิสัยการทำการค้าของคนจีนในท้องถิ่นต่างๆ ของจีน.” เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง การแข่งขันทางเศรษฐกิจของจีนท่ามกลางกระแสทุนนิยมโลก, 2546. (อัดสำเนา)
- วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. เชาวน์อารมณ์ (EQ) : ดัชนีวัดความสุขและความสำเร็จของชีวิต. บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด, 2542.
- คันสนีย์ ฉัตรคุปต์. เทคนิคสร้าง IQ EQ AQ : 3Q เพื่อความสำเร็จ. กรุงเทพฯ: สถาบันสร้างสรรค์ศักยภาพสมองศรีเอทีฟเบรณ, 2545.

- สตอลทซ์, พอล จี. AQ อึดเกินพิภพ. แปลโดย
ธีระศักดิ์ กำบรรณารักษ์, ผศ..
กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด,
2548.
- สำนักธุรกิจสัมพันธ์บริษัท ซี.พี. เซเวนอีเลฟ
เว่น จำกัด (มหาชน). Knowing the
Chinese: ล้วงลึกธรรมเนียมการค้า
จีน. กรุงเทพฯ: บิสซิเนส จำกัด,
2550.
- อักษรศรี พานิชสาส์น และคณะ. จีน : หนึ่ง
ประเทศ หลายมณฑล หลาก
กฎเกณฑ์. กรุงเทพฯ: สถาบัน
ระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการ
พัฒนา (ITD), 2549.
- อุมาพร ตรังคสมบัติ. สร้าง EQ ให้ลูกคุณ.
กรุงเทพฯ: บริษัทศูนย์วิจัยและ
พัฒนาครอบครัว จำกัด, 2544.
- อารี พันธมณี. พ่อ แม่ ที่ลูกอยากได้.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไยใหม่,
2546.
- “ฮั่นเกาจู่(หลิวปัง)(刘邦).” < <http://thai.cri.cn/chinaabc/chapter17/chapter170102.htm> > 2549.
- Jui. “หลิวปัง...แบบฉบับนักธุรกิจจีน.” <
[http://www.oknation.net/blog/
jui880/2007/08/18/entry-1](http://www.oknation.net/blog/jui880/2007/08/18/entry-1)>
2550.
- Goleman, D. Working with emotional
intelligence. London: Bloomsbury
Pub., 1998.
- Stoltz, Paul. G. Adversity Quotient: Turning
Obstacles into Opportunities. New
York: John Wiley & Son Inc., 1997.
- Stoltz, Paul. G. Adversity Quotient @ work :
make everyday challenges the key
to your success – putting the
principles of AQ into action. New
York: HarperCollins Publishers Inc.,
2000.
- Stoltz, Paul. G. " Do you know your AQ?." Workforce 77 (Dec 1998): p. 58.
- Bradberry, T. "China's Secret Weapon."
<[http://www.forbes.com/columnists/
2005/11/14/china-walmart-jobs-
cx_tb_1114inmyopinion.html](http://www.forbes.com/columnists/2005/11/14/china-walmart-jobs-cx_tb_1114inmyopinion.html) >
2005.