

หัวข้อสารนิพนธ์	อิทธิพลของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย (Influence of the Big Five Personality Types on Job Satisfaction of Sale Persons)
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสุทธดา ชูวงษ์ (Miss Suttada Chuwong)
แผนกวิชา/คณะ	พัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล ปธานวนิช
ปีการศึกษา	2552

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย” มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ ประการแรก เพื่อศึกษาบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของพนักงานขาย วัตถุประสงค์ประการที่สองคือ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ปัจจัยส่วนบุคคลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานขาย บริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง ในห้างสรรพสินค้า โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยพิจารณาจากการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ สหสัมพันธ์ และการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานขายจำนวน 58 คน มีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกแบบแสดงตัวและแบบประนีประนอมในระดับสูง บุคลิกภาพแบบเปิดรับสถานการณ์อยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่บุคลิกภาพแบบหวั่นไหวอยู่ในระดับต่ำ บุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีสหสัมพันธ์ทางลบกับความพึงพอใจในงาน การทำนายความพึงพอใจพบว่า มีเพียงหนึ่งบุคลิกภาพที่สามารถทำนายความพึงพอใจในงานได้ คือบุคลิกภาพแบบประนีประนอม การวิจัยยังพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านระดับการศึกษาและสาขาวิชาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานในระดับที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในงานมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนผู้ที่จบสาขาวิชาด้านการตลาดมีความพึงพอใจในงานมากกว่าผู้ที่จบสาขาอื่น ๆ

การศึกษา เสนอให้ใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพในด้านความประนีประนอม เป็นแนวทางในการคัดเลือกพนักงาน เนื่องจากสามารถทำนายระดับความพึงพอใจในงานได้นอกจากนั้นวางแผนการฝึกอบรม ที่พิจารณาจากลักษณะบุคลิกภาพและความพึงพอใจในงานของพนักงาน โดยพยายามลดบุคลิกภาพแบบหัวน้ไขว เพราะส่งผลในทางลบกับความพึงพอใจในงาน ขณะที่ต้องการทางเพิ่มบุคลิกภาพอีกสี่องค์ประกอบที่เหลือ อย่างไรก็ตามความสำเร็จดังกล่าวต้องการอยู่บนความเชื่อที่ว่า พนักงานทุกคนสามารถเปลี่ยนแปลงได้ และต้องปลูกฝังให้พนักงานรักงานที่ทำ มีทัศนคติเชิงบวก และทำให้พนักงานมั่นใจว่าจะเติบโตไปพร้อมกับองค์กร

## Abstract

The objectives of the study “Influence of the Big Five Personality Types on Job Satisfaction of Sale Persons” are twofold: to study the five personality traits of sale persons and to study the relationship between such traits and personal factors on their job satisfaction. The sample population consists of sale persons of a retail shop in a department store. Data are collected using the questionnaire and analyzed by statistics based on frequency, percentage, mean and standard deviation, correlation and multiple regressions.

The study reveals that all the 58 sale persons have a high level of conscientiousness, extraversion and agreeableness, a moderate level of openness, and a low level of neuroticism. The neurotic trait has a negative correlation with job satisfaction. In predicting satisfaction, one personality trait, agreeableness, can predict job satisfaction. The study also finds that such personal factors as levels of education and fields of study have different impacts on job satisfaction. Those with an education level lower than the bachelor’s degree have greater job satisfaction than those with a bachelor’s degree or higher, while those graduating in marketing have greater satisfaction than those in other fields of study.

The study recommends using a personality test on agreeableness as a guideline for selecting personnel because it can predict job satisfaction levels. Training should be planned on the basis of personality traits and job satisfaction of workers, aimed to reduce neuroticism because of its negative impact on job satisfaction and to increase the remaining personality features. However, such success will depend on the assumption that every worker can change. Workers must be inculcated to love their work, have a positive attitude, and feel confident that they will grow together with the organization.