

คณะจิตวิทยา

บุคลิกภาพแบบหลงตนเองและบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ: ตัวทำนาย
ผลงานและความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย

นายจำรัสพงศ์ ศรีภพ

รหัสประจำตัว 4737410638

โครงการทางจิตวิทยานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาจิตวิทยา

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

NARCISSISM AND FIVE-FACTOR MODEL OF PERSONALITY AS PREDICTORS OF
SALESPERSONS' PERFORMANCE AND JOB SATISFACTION

Mr. Jumruspong Sriphop

ID 4737410638

A Senior Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Bachelor of Science in Psychology

Faculty of Psychology

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

จำรัสพงศ์ ศรีภพ: บุคลิกภาพแบบหลงตนเองและบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ: ตัวทำนายผลงานและความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย (NARCISSISM AND FIVE-FACTOR MODEL OF PERSONALITY AS PREDICTORS OF SALESPERSONS' PERFORMANCE AND JOB SATISFACTION) อ.ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.คัทธนาภรณ์ มณีศรี, 74 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองและบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบในการทำนายผลงานและความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานขายจำนวน 111 คน ทำมาตรวัดความหลงตนเอง มาตรวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ มาตรวัดความพึงพอใจในงาน และแบบสอบถามเกี่ยวกับผลงาน

ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง บุคลิกภาพแบบเปิดตัว และบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึก สามารถทำนายผลงานและความพึงพอใจในงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่การวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมพบว่ามิติด้านอื่นๆ ของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบได้แก่ บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์และบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถทำนายผลงานและความพึงพอใจในงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรที่ทำนายได้แต่เพียงความพึงพอใจในงาน

หลักสูตร วิทยาศาสตร์บัณฑิต..... ลายมือชื่อนิสิต..... จำรัสพงศ์ ศรีภพ
สาขาวิชา จิตวิทยา..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... คัทธนาภรณ์ มณีศรี

JUMRUSPONG SRIPHOP: NARCISSISM AND FIVE-FACTOR MODEL OF PERSONALITY AS PREDICTORS OF SALESPERSONS' PERFORMANCE AND JOB SATISFACTION. THESIS ADVISOR: ASST. PROF. KAKANANG MANEESRI, PH. D., 74 pp.

The purpose of this study was to assess the extent to which narcissism and five-factor model of personality could predict performance and job satisfaction of salespersons. One hundred and eleven salespersons completed a measure of narcissism, five-factor model of personality measure, job satisfaction scale, and performance assessment. As predicted, narcissism, extraversion, and conscientiousness significantly predict performance and job satisfaction. Supplementary analyses show that other dimensions of five-factor model of personality, openness to experiences and neuroticism significantly predict performance and job satisfaction, except for agreeableness which can only predict job satisfaction.

ProgramBachelor of Sciences.....
Field of StudyPsychology.....

Student's signature ...*Jumruspong Sriphop*.....
Advisor's signature ...*Kakanang Manesi*.....

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์นางค์ มณีศรี อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ที่กรุณาให้คำแนะนำ สละเวลาให้คำปรึกษา และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเมตตา มาโดยตลอด รวมทั้งยังได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ทางวิชาการและชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาในการจัดทำโครงการ ผู้วิจัยตระหนักในความเมตตาและความกรุณาของ อาจารย์เสมอมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณคุณชิตสุภางค์ รังษีสัมบัติศิริ และนางสาวประพิมพ์พา จรัสรัตนกุล รุ่นพี่นิสิตปริญญาโทสาขาวิชาจิตวิทยาสังคม ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ สอนวิธีการต่างๆ ในการใช้โปรแกรมทางสถิติ รวมทั้งยังช่วยเก็บข้อมูลเพิ่มเติมให้กับผู้วิจัย คุณผู้วิจัยเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

ขอขอบคุณคุณคุณกันยารัตน์ สอาดเย็น รุ่นพี่บัณฑิตปริญญาโทสาขาวิชาจิตวิทยาสังคม ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในเรื่องมาตรวัดและสิ่งต่างๆ มาโดยตลอด

ขอขอบคุณคุณคุณสุทธิภาส ตัวแทนบริษัทประกันชีวิต AIA และคุณปัญมาบุษ นักเลศพันธ์ุ พี่สาวของผู้วิจัยที่ได้ให้ความกรุณาช่วยเหลือในการจัดเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณตัวแทนจำหน่ายทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และสละเวลาให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลครั้งนี้

ขอขอบคุณคุณคุณผจญจิตต์ มีเสมา พี่ของผู้วิจัย ผู้ที่คอยให้กำลังใจ ช่วยเหลือ คิดหาช่องทาง การเก็บข้อมูลให้กับผู้วิจัยจนสามารถทำโครงการชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อสุระวุฒิ ศรีภพ ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จครั้งนี้ที่เป็นกำลังใจ คอยช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก หาช่องทาง การเก็บข้อมูลให้กับผู้วิจัย อีกทั้งยังกรุณาสละเวลานำส่งและจัดเก็บแบบสอบถามกว่าครึ่งให้กับผู้วิจัย ผู้วิจัยซาบซึ้งในความเมตตา กรุณาและความปรารถนาดีของท่านเป็นอย่างยิ่ง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง	3
ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	9
ความพึงพอใจในงาน	16
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	18
ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัย	18
สมมติฐานการวิจัย	18
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	18
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	19
บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย	20
การออกแบบการวิจัย	20
กลุ่มตัวอย่าง	20
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	20
วิธีดำเนินการวิจัย	22
การวิเคราะห์ข้อมูล	22

	หน้า
บทที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	23
บทที่ 4 อภิปรายผลการวิจัย	47
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	61
รายการอ้างอิง	66
ภาคผนวก	70
ภาคผนวก ก	71

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สถานภาพและข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ($N = 111$)	24
2	จำนวนตัวอย่างคะแนนต่ำสุดและสูงสุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต (M) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของตัวแปรที่ศึกษา	29
3	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r) ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ($N = 111$)...	31
4	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของผลงานของพนักงานขายโดยมีบุคลิกภาพแบบหลง ตนเองเป็นตัวทำนาย ($n = 108$)	33
5	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานขายโดยมี บุคลิกภาพแบบหลงตนเองเป็นตัวทำนาย ($n = 111$)	34
6	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของผลงานของพนักงานขายโดยมีบุคลิกภาพแบบ เปิดตัวเป็นตัวทำนาย ($n = 108$).....	35
7	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานขายโดยมี บุคลิกภาพแบบเปิดตัวเป็นตัวทำนาย ($n = 111$)	36
8	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของผลงานของพนักงานขายโดยมีบุคลิกภาพแบบการ มีจิตสำนึกเป็นตัวทำนาย ($n = 108$)	37
9	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานขายโดยมี บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกเป็นตัวทำนาย ($n = 111$)	38
10	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของผลงานของพนักงานขายโดยมีบุคลิกภาพแบบมี ความไม่มั่นคงทางอารมณ์เป็นตัวทำนาย ($n = 108$)	39
11	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานขายโดยมี บุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์เป็นตัวทำนาย ($n = 111$)	40
12	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของผลงานของพนักงานขายโดยมีบุคลิกภาพแบบ เปิดรับประสบการณ์เป็นตัวทำนาย ($n = 108$)	41
13	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานขายโดยมี บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์เป็นตัวทำนาย ($n = 111$)	42

ตารางที่

หน้า

14	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายโดยมี บุคลิกภาพแบบเป็นมิตรเป็นตัวทำนาย ($n = 111$)	43
15	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	44
16	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม.....	45

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในการทำนายผลงานของพนักงานขาย	33
2	อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในการทำนายความพึงพอใจในงานของ พนักงานขาย	34
3	อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดตัวในการทำนายผลงานของพนักงานขาย	35
4	อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดตัวในการทำนายความพึงพอใจในงานของ พนักงานขาย	36
5	อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกในการทำนายผลงานของพนักงานขาย	37
6	อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกในการทำนายความพึงพอใจในงานของ พนักงานขาย	38
7	อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในการทำนายผลงานของ พนักงานขาย	40
8	อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในการทำนายความ พึงพอใจในงานของพนักงานขาย	41
9	อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ในการทำนายผลงานของ พนักงานขาย	42
10	อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ในการทำนายความพึงพอใจในงาน ของพนักงานขาย	43
11	อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรในการทำนายความพึงพอใจในงานของ พนักงานขาย	44

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาพสังคมปัจจุบัน เป็นที่เห็นได้ชัดว่ามีการแข่งขันทางการค้าอย่างสูง ประกอบกับภาวะทางการเมืองและแนวโน้มเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนทำให้ผู้ประกอบการได้ระดมและพิจารณาเลือกซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ และการบริการอย่างรอบคอบรวมทั้งระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ดังนั้นจึงส่งผลให้การขายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าต่างๆ ทำได้ยากมากขึ้น

อาชีพพนักงานขายเป็นอาชีพหนึ่งที่มีความสำคัญต่อองค์การหรือบริษัทต่างๆ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ทำให้สินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึง เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความอยู่รอดของบริษัทและมีผลต่อการสร้างรายได้ให้กับบริษัทเป็นอย่างมาก และหากพิจารณาที่ลักษณะการทำงานของพนักงานขายจะเห็นว่าเป็นอาชีพที่ต้องเดินทางอยู่บ่อยครั้ง มีการแข่งขันสูงรวมทั้งต้องเผชิญกับแรงกดดันจากการต้องทำยอดขาย และบ่อยครั้งที่พนักงานขายจะลาออกจากงานเพียงระยะเวลาไม่ถึง 1 ปีหลังจากเริ่มเข้าทำงานซึ่งทำให้บริษัทต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ไปโดยเสียเปล่า (Dalesio, 1994; Greenburg, 1990, 1991; McNeilly & Goldsmith, 1991; O'Connell, 1994 อ้างถึงใน Soyco, Rovenpor, & Kopelman, 1999) ดังนั้นการมีวิธีสรรหาหรือมีตัวทำนายที่มีประสิทธิภาพในการคัดเลือกคนที่มีคุณสมบัติ หรือมีลักษณะบุคลิกภาพที่ไม่เพียงแต่เหมาะสมกับอาชีพพนักงานขายเท่านั้น แต่ยังสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความชอบหรือมีความพึงพอใจในงานด้านการขายด้วยจึงน่าจะเป็นประโยชน์ต่อองค์การต่างๆ โดยคัดแยกออกจากคนที่มีแนวโน้มที่จะไม่สามารถทำงานเป็นพนักงานขายได้ และอาจจะต้องลาออกไปในท้ายที่สุด

งานวิจัยในต่างประเทศที่ทำการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบบุคลิกภาพแบบหลงตนเองและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของพนักงานขายใน 3 ด้านด้วยกันได้แก่ (1) แนวโน้มบุคลิกภาพที่ดึงดูดสำหรับการเป็นพนักงานขาย (2) ความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย และ (3) ระดับผลงานของพนักงานขาย พบว่า คนที่ในปัจจุบันทำงานเป็นพนักงานขาย หรือเคยทำงานเป็นพนักงานขายมาก่อนมีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมากกว่าคนที่ไม่เคยทำงานเป็นพนักงานขายมาก่อนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบสหสัมพันธ์ทางบวกระหว่างบุคลิกภาพแบบหลง

ตนลงกับความพึงพอใจในงาน แต่ไม่พบสหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเองกับผลงาน (Soyer, Rovenpor, & Kopelman, 1999)

ในการทำนายการประสบความสำเร็จในงานนั้นได้มีการนำปัจจัยเรื่องของบุคลิกภาพเข้ามาทำนายซึ่งทฤษฎีหนึ่งที่นิยมใช้กันคือ ทฤษฎีบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ดังงานวิจัยซึ่งพบว่า ลักษณะบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์กับงานทุกประเภทและทุกอาชีพ ลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดตัวเป็นตัวทำนายที่เหมาะสมสำหรับงานที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งพบ 2 อาชีพคือผู้จัดการและพนักงานขาย (Barrick & Mount, 1991) นอกจากนี้ลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์และลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดตัวยังเป็นตัวทำนายที่มีประสิทธิภาพสำหรับประเภทงานที่อาศัยความเชี่ยวชาญในการฝึกอบรมด้วย (ชวัญเรือน แสงจิ้น, 2546) ทฤษฎีบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบจะทำนายเรื่องของบุคลิกภาพในมุมกว้าง กล่าวคือแบ่งบุคลิกภาพออกเป็น 5 องค์ประกอบแล้วดูทั้งหมด 5 องค์ประกอบว่าองค์ประกอบใดส่งผลมากน้อยเพียงใด หรือมีความสามารถทำนายได้มากน้อยเพียงใด งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกที่จะนำบุคลิกภาพแบบหลงตนเองซึ่งเป็นลักษณะบุคลิกภาพที่มีความเฉพาะเจาะจงมากกว่ามาใช้ในการหาความสัมพันธ์กับผลงานและทำนายความพึงพอใจในงาน ในขณะที่เดียวกันก็มีการนำทฤษฎีบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบมาทำนายร่วมด้วย

เหตุที่ผู้วิจัยเลือกลักษณะบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมาใช้ในการหาความสัมพันธ์กับความประสบความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายนั้นก็เนื่องด้วยมีสมมติฐานว่าคนในยุคทุนนิยมดังเช่นสภาพสังคมปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะมีบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ขึ้นอยู่กับว่าผู้ใดจะมีมากมีน้อยเพียงใด ซึ่งหากพิจารณาลักษณะงานของพนักงานขายแล้วมีงานวิจัยในต่างประเทศพบว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองได้รับการเลือกว่าเป็นลักษณะนิสัยที่สำคัญลักษณะหนึ่งของพนักงานขาย (Soyer, 1995) ประกอบกับมีการพบสหสัมพันธ์ทางบวกระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเองกับความพึงพอใจในงาน (Soyer et al., 1999) ดังนั้นจึงทำให้เชื่อได้ว่าหากมีลักษณะบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในระดับหนึ่งแล้ว น่าจะมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองไม่มากนัก

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองและมีมิติต่างๆ ในทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบนั้นสามารถทำนายผู้ที่จะประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขายได้ดีเพียงใด ทั้งในเรื่องของความพึงพอใจในงานและผลการทำงาน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อใหญ่ๆ ได้แก่

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง
2. ทฤษฎีบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ
3. ความพึงพอใจในงาน

บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง

แนวคิดเรื่องบุคลิกภาพแบบหลงตนเองพัฒนามาจากความผิดปกติทางบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง (Narcissistic Personality Disorder) และต่อมาได้มีการนำมาประยุกต์ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรปกติ โดยความหลงตนเองถูกจัดว่าเป็นตัวแปรที่มีความต่อเนื่อง (Continuous variable) (Raskin & Terry, 1988 อ้างถึงใน พรสวรรค์ ตันโชติศรีนนท์, 2547) และมีความเชื่อมโยงระหว่างความปกติและความผิดปกติ โดยจัดว่าเป็นลักษณะนิสัยหนึ่งของบุคลิกภาพ (Personality Trait) ซึ่งมีระดับแตกต่างกันในแต่ละบุคคล

สำหรับคู่มือการวินิจฉัยและสถิติของความผิดปกติทางจิต ฉบับที่ 4 (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders IV หรือ DSM IV) ได้กล่าวถึงความหลงตนเอง (narcissism) ว่าเป็นการรับรู้ว่าตนยิ่งใหญ่ (ทั้งในความเพ้อฝันหรือพฤติกรรม) ต้องการการชื่นชมจากผู้อื่นและขาดความเห็นอกเห็นใจ ลักษณะเช่นนี้เริ่มเป็นตั้งแต่วัยผู้ใหญ่ตอนต้นและพบได้ในสภาวะแวดล้อมที่หลากหลาย ซึ่งผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ 5 ข้อขึ้นไป

1. มีความรู้สึกถึงความสำคัญของตนเองอย่างเกินจริง เช่น คิดว่าตนมีความสำเร็จ มีพรสวรรค์ มีความสามารถติดตัวมาแต่กำเนิดอย่างเกินความเป็นจริง คาดหวังว่าตนจะเป็นที่จดจำว่ามีความเหนือกว่าผู้อื่นโดยไม่ได้เปรียบเทียบความสำเร็จจากเกณฑ์เดียวกัน
2. หมกมุ่นกับความเพ้อฝันอย่างไม่มีขอบเขตในเรื่องของการประสบความสำเร็จ อำนาจ ความรุ่งโรจน์ ความฉลาด ความสวยงาม หรือความรักในอุดมคติ
3. มีความเชื่อว่าตนเป็นคนพิเศษ มีความโดดเด่นและสามารถเข้าใจหรือควรจะได้รับยกย่องกับบุคคลอื่นๆ ที่พิเศษ หรือคน หรือสถาบันที่มีสถานภาพสูง
4. ต้องการการชื่นชมจากผู้อื่นมากกว่าปกติ

5. มีความรู้สึกว่าคุณสมควรได้รับมากกว่าสิ่งที่มีอยู่ ซึ่งเป็นการคาดหวังอย่างไม่มีเหตุผล เพื่อรักษาความชื่นชอบ หรือมักพอใจกับการรักษาหรือให้ผู้อื่นทำตามสิ่งที่ตนเองคาดหวัง

6. มีการแสวงหาประโยชน์จากความสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยหาประโยชน์จากผู้อื่นเพื่อให้ตนประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

7. ขาดความเห็นอกเห็นใจ โดยไม่สนใจจดจำหรือรับรู้ความรู้สึกและความต้องการของผู้อื่น ขาดอารมณ์ร่วม

8. มักพิจารณาผู้อื่นและคิดว่าผู้อื่นก็อิจฉาตน

9. แสดงความหยิ่งยโส ภูมิใจ สนับสนุน หรือมีพฤติกรรมหรือมีเจตคติที่ดูหมิ่นผู้อื่น

Freud (1914 อ้างถึงใน กัญยรัตน์ สอาดเย็น, 2549) ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ แทรกหลงตนเองว่าเกิดจากสัญชาตญาณทางเพศและกิริยพลของพ่อแม่ โดย Freud ได้แบ่งคน ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. บุคคลประเภทที่มีความผูกพันกับผู้อื่น (anaclitic type individuals) บุคคลประเภทนี้ แสดงความรักต่อผู้อื่น พ่อแม่ ครอบครัว และคู่สมรส

2. บุคคลประเภทที่มีความหลงตนเอง (narcissistic type individuals) บุคคลประเภทนี้ แสดงความรักต่อตนเอง ตามแนวคิดของ Freud บุคคลอันเป็นที่รักของคนประเภทนี้จะมีฐานะเป็นเพียงเครื่องหมายของการแสดงว่า 1) ตัวเขาเองเป็นใคร 2) ตัวเขาเองเคยเป็นใคร 3) ตัวเขาเองอยากเป็นใคร และ 4) บุคคลอันเป็นที่รักคือใครบางคนที่เคยเป็นส่วนหนึ่งของเขา ซึ่งทั้งหมดนี้ แสดงให้เห็นว่าคนหลงตนเองเป็นบุคคลที่มุ่งตนเองและไม่มีความผูกพันกับผู้อื่น

Kernberg (1974 อ้างถึงใน พรสวรรค์ ต้นโชติศรีนันท์, 2547) เสนอว่า บุคลิกภาพแบบ หลงตนเองเกิดจากการไม่ได้รับความรักความเอาใจใส่อย่างพอเพียง หรือถูกทอดทิ้งจากพ่อแม่ หรือผู้เลี้ยงดูในวัยเด็กก่อนอายุ 3 ขวบ ดังนั้นบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจึงได้รับการพัฒนาขึ้นมา เพื่อป้องกันตนเองจากความรู้สึกสูญเสีย ถูกทอดทิ้ง และปิดบังความโกรธแค้นที่ถูกทอดทิ้ง พัฒนา เป็นความคิดความเชื่อที่ว่าแม้แต่ตนเองเท่านั้นที่สามารถเชื่อได้และต้องมีความรักตนเองเป็นสำคัญ กลไกนี้จะปรากฏจนถึงวัยผู้ใหญ่ และมีบทบาทสำคัญต่อรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น

Kohut (1976 อ้างถึงใน กัญยรัตน์ สอาดเย็น, 2549) กล่าวถึง ทฤษฎีว่าด้วยการพัฒนา ตัวตน (development theory of self) ว่าความหลงตนเองเป็นผลจากการที่พ่อแม่ไม่ได้แสดงความรักและความผูกพันกับลูก รวมถึงลักษณะที่ลูกพยายามทำตามความสมบูรณ์แบบของพ่อแม่ ทำให้ เด็กเกิดความหลงตนเองได้

Millon (1981 อ้างถึงใน กันยารัตน์ สอาดเย็น, 2549) กล่าวถึง ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (social learning theory) ว่า ความหลงตนเองไม่ได้เกิดจากการลดบทบาทของสถานภาพครอบครัว แต่เกิดจากการที่ครอบครัวให้คุณค่ากับเด็กสูงเกินไป โดยเด็กที่ถูกเลี้ยงดูอย่างคนพิเศษทำให้เกิดความคิดว่าตนเป็นที่สนใจและเป็นที่รักของพ่อแม่และบุคคลรอบตัว สิ่งเหล่านี้ทำให้เด็กรู้สึกว่าคุณเองเป็นบุคคลที่สมบูรณ์แบบ ซึ่งในความเป็นจริงบุคคลรอบตัวอาจไม่คิดเช่นนั้น เด็กเหล่านี้จึงอยู่ในภาวะหลงตนเองได้

นักจิตวิทยาโดยทั่วไปได้ให้ความหมายของบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองว่าเป็นคนที่ชอบเข้าสังคม ชอบแสดงออก เป็นคนโอ้อวด มีความทะเยอทะยาน มีความเพ้อฝันกว้างเข้มข้น ใจกล้า มุทะลุ รวมทั้งเป็นที่ดึงดูดใจของผู้อื่น แต่ในขณะที่เดียวกันบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองก็ได้รับผลกระทบจากความรู้สึกของความไม่แน่นอน ความไม่พึงพอใจ ความรู้สึกด้อยกว่า ความว่างเปล่า รวมทั้งความอิจฉาริษยาที่รุนแรง พวกเขามีแนวโน้มที่จะหมกมุ่นแต่ผลประโยชน์ของตนเองมากเกินไป และให้ความสนใจกับสิ่งเร้าจากภายนอก (เช่น การยกย่องชมเชย การแสดงความยินดีจากผู้อื่น) การหาประโยชน์จากผู้อื่น รวมทั้งการปราศจากความรู้สึกร่วมกับผู้อื่น

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ว่าหมายถึง บุคลิกภาพของบุคคลที่ให้ความสำคัญกับตนเองเป็นอย่างมาก ชอบแสดงออกเพื่อเป็นที่ยอมรับ มีความทะเยอทะยาน เพ้อฝันอย่างแรงกล้าในเรื่องของความสำเร็จ อำนาจ หรือ ความรัก มองตนเองว่าเป็นคนที่มีความเหนือกว่า หรือดีกว่าผู้อื่นดังนั้นจึงสมควรเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับคนที่สถานภาพสูง และสมควรจะได้รับมากกว่าผู้อื่น ให้ความสนใจกับสิ่งเร้าจากภายนอกเช่น ต้องการเป็นที่ชื่นชม หรือได้รับการยกย่องชมเชย เป็นคนที่ชอบแสวงหาประโยชน์จากผู้อื่น ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของตนเองมากเกินไป ขาดความใส่ใจในความรู้สึกของผู้อื่น มักอิจฉาผู้อื่นและในขณะเดียวกันก็คิดว่าผู้อื่นอิจฉาตนเองเช่นกัน รวมทั้งยังมีแนวคิดที่ชอบดูหมิ่นผู้อื่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุคลิกภาพแบบหลงตนเองกับผลงาน

Soyer และคณะ (1999) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเองและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับพนักงานขายใน 3 ด้านด้วยกัน ได้แก่ (1) แนวโน้มบุคลิกภาพที่ดึงดูดต่อการเป็นพนักงานขาย (2) ความพึงพอใจในงานขาย และ (3) ระดับผลการทำงานของพนักงานขาย

Soyer และคณะ ได้มีสมมติฐานว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบกับ ผลงานของพนักงานขาย โดยให้เหตุผลว่า คนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงอาจเกิดความขัดแย้ง ในบุคลิกภาพของตนเองกับงานด้านการขายได้ อาทิเช่น การต้องการความแน่นอน การรู้จักโอนอ่อนผ่อนตาม หรือความรู้สึกยินดีที่จะช่วยเหลือหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า แม้ว่าคนที่ มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะมีความมั่นใจในตนเอง มีเสน่ห์ และมีความสามารถในการโน้มน้าวใจผู้อื่น แต่บ่อยครั้งที่ในความเป็นจริงกลับปิดบังหรือซ่อนความรู้สึกไม่ปลอดภัยและนำมาซึ่งการ ลดคุณค่าของผู้อื่น การแสวงหาประโยชน์ส่วนตนจากผู้อื่น หรือการควบคุมใช้สอยผู้อื่น รวมทั้ง การไม่เอาใจใส่หรือเพิกเฉยต่อความต้องการของลูกค้า บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะให้ความสนใจไปที่ตัวเขาเองรวมทั้งสินค้าและบริการหรือชื่อเสียงของบริษัท (Brooks, 1992 อ้างถึงใน Soyer et al., 1999)

ผลการวิจัยพบว่า คนที่ในปัจจุบันทำงานเป็นพนักงานขาย หรือเคยทำงานเป็นพนักงานขายมาก่อนจะมีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมากกว่าคนที่ไม่เคยทำงานเป็นพนักงานขายมาก่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และไม่พบสหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเองกับผลงาน

Wallace และ Baumeister (2002 อ้างถึงใน กันยารัตน์ สอาดเย็น, 2549) ศึกษาผลงานที่เพิ่มขึ้นและลดลงของคนหลงตนเองเมื่อรับรู้ถึงโอกาสในการประสบความสำเร็จ วัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้คือ ต้องการตรวจสอบว่าคุณภาพของผลงานขึ้นอยู่กับอิทธิพลร่วมระหว่างความหลงตนเองและโอกาสในการเพิ่มคุณค่าให้กับตนเองหรือไม่ โดยได้ออกแบบการทดลองออกเป็น 4 การศึกษา

การศึกษาที่ 1

ให้ผู้ร่วมการวิจัยเอาวัตถุออกมาจากรูโดยการใช้คีมหนีบออกมา และห้ามให้วัตถุหรือคีมหนีบสัมผัสขอบด้านข้างของรู (ถ้าวัตถุหรือคีมหนีบสัมผัสขอบด้านข้างของรู เสียงออกจะดังขึ้น) ในรอบแรกผู้ร่วมการวิจัยต้องเอาของออกมาให้ได้ 3 ชิ้นโดยไม่มีเสียงออก หลังจากนั้นผู้ดำเนินการทดลองบอกว่าจะให้เล่นอีกซึ่งคราวนี้จะได้เงินด้วย ผู้ร่วมการวิจัยจะถูกสุ่มเข้าเงื่อนไขหนึ่งจาก 2 เงื่อนไข คือ เงื่อนไขยากต่อการประสบความสำเร็จและเงื่อนไขที่ง่ายต่อการประสบความสำเร็จ

ผลการทดลองพบว่าผู้ร่วมการวิจัยที่มีคะแนนความหลงตนเองสูงพัฒนาผลงานของตนเองในเงื่อนไขที่ง่ายต่อการประสบความสำเร็จมากกว่าเงื่อนไขที่ง่ายต่อการประสบความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่การพัฒนาผลงานของผู้ร่วมการวิจัยที่มีคะแนนความหลงตนเองต่ำไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในสองเงื่อนไข

การศึกษาที่ 2

ผู้ดำเนินการทดลองให้ผู้ร่วมการวิจัยทำโจทย์เลข (บวก ลบ และคูณ) จำนวน 80 ข้อ ในเวลา 5 นาที ในรอบแรกและบอกว่าจะให้โจทย์ที่คล้ายกันนี้ในรอบสองซึ่งได้เงินเป็นรางวัลตอบแทน จากนั้นผู้ร่วมการวิจัยถูกสุ่มเข้าเงื่อนไขเหมือนในการศึกษาแรก

การศึกษาที่ 2 พบผลเหมือนการศึกษาแรกคือ คนหลงตนเองในระดับสูงจะพยายามอย่างมากเพื่อพิสูจน์ว่าเขาสามารถทำงานที่ยากให้ประสบความสำเร็จได้ แต่พวกเขาไม่ค่อยแสดงความสามารถมากนักในงานง่าย ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าการที่คนหลงตนเองสามารถทำงานที่ยากให้ประสบความสำเร็จได้ จะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับตนเองว่าตนเองมีความสามารถเหนือผู้อื่น

การศึกษาที่ 3

ในรอบแรกให้ผู้ร่วมการวิจัยข้างลูกดอก โดยให้ฝึกข้าง 20 ครั้ง จากนั้นให้เล่นอีกเพื่อเอาเงิน ในการศึกษานี้ Wallace และ Baumeister ได้เปลี่ยนเงื่อนไขจากงานง่ายและงานยากเป็นการทำงานภายใต้แรงกดดัน

ผลการทดลองพบว่าผู้ร่วมการวิจัยที่มีคะแนนความหลงตนเองในระดับสูงสามารถพัฒนาผลงานของตนเองภายใต้เงื่อนไขที่มีแรงกดดันมากได้มากกว่าเงื่อนไขที่มีแรงกดดันน้อย ในขณะที่ผู้ร่วมการวิจัยที่มีคะแนนความหลงตนเองในระดับต่ำสามารถพัฒนาผลงานของตนเองในเงื่อนไขที่มีแรงกดดันมากได้น้อยกว่าเงื่อนไขที่มีแรงกดดันน้อย

การศึกษาที่ 4

มีการเอาเรื่องการขี้เกียจในสังคม (social loafing) มาทดสอบพบว่า คนหลงตนเองจะแสดงผลงานของตนเองออกมาอย่างดีเมื่อรับรู้ว่าจะต้องถูกประเมินมากกว่าเมื่อรู้ว่าไม่มีภาระระบุว่าเป็นผลงานของใคร

Raskin (1980 อ้างถึงใน พรสวรรค์ ดันโชติศรีนันท์, 2547) พบว่าความหลงตนเองมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับทั้งการรายงานด้วยตนเองในเรื่องความคิดสร้างสรรค์และผลงานในการทำแบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์

Gabriel, Crite'li, และ Ee (1994 อ้างถึงใน กันยารัตน์ สอาดเย็น, 2549) พบว่าความหลงตนเองมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการรายงานความฉลาดของตนเองแต่ไม่พบสหสัมพันธ์ระหว่างความหลงตนเองกับผลงานที่เกิดขึ้นจริงในการทำแบบทดสอบทางสติปัญญา

John และ Robins (1994 อ้างถึงใน กันยารัตน์ สอาดเย็น, 2549) พบว่าผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีลักษณะหลงตนเองนั้นจะคิดว่าตนสามารถทำผลงานได้ดีกว่าผู้อื่นในงานที่ต้องใช้ทักษะ

การปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม แต่จากการประเมินจากผู้สังเกตการณ์บ่งชี้ว่าคนที่มีความหลงตนเองไม่ได้ทำผลงานดีหรือด้อยไปกว่าคนอื่นแต่อย่างใด

Robins และ John (1997 อ้างถึงใน พรสวรรค์ ดันโชติศรีนนท์, 2547) ถามผู้เข้าร่วมการทดลองเพื่อให้นำเสนอการพูดเพื่อโน้มน้าวใจต่อกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง คนที่มีคะแนนความหลงตนเองสูงจะให้คะแนนผลงานของตนเองสูงกว่าคนที่มีความหลงตนเองต่ำ แต่อย่างไรก็ตามจากการวัดเชิงประจักษ์พบว่าไม่มีความแตกต่างกันในคุณภาพของการนำเสนอทั้งจากกลุ่มที่มีคะแนนความหลงตนเองสูงและกลุ่มที่มีคะแนนความหลงตนเองต่ำ

Farwell และ Wohlwend-Lloyd (1998 อ้างถึงใน พรสวรรค์ ดันโชติศรีนนท์, 2547) ทำการศึกษาพบว่านักเรียนที่มีลักษณะหลงตนเองจะประเมินคะแนนผลการเรียนของตนเองทั้งในปัจจุบันและอนาคตมากเกินไปเกินความเป็นจริง และมากกว่าเพื่อนนักเรียนคนอื่นๆ และความหลงตนเองกับคะแนนผลการเรียนนั้นพบว่ามีสหสัมพันธ์ทางบวกระหว่างกันในการศึกษาครั้งหนึ่งแต่ไม่พบสหสัมพันธ์ระหว่างความหลงตนเองกับคะแนนผลการเรียนในการศึกษาครั้งอื่นๆ

จากการวิจัยที่ผ่านมาในอดีต อาจกล่าวได้ว่าคนที่มีความหลงตนเองนั้นในเรื่องของผลงาน คนเหล่านี้จะคิดว่าตนเองพิเศษหรือมีความสามารถมากกว่าผู้อื่น แต่เมื่อได้พิจารณาผลงานที่เกิดขึ้นจริงแล้วก็พบว่าไม่ได้ดีหรือด้อยไปกว่าผู้อื่นแต่อย่างใด โดยไม่ว่าจะบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงหรือต่ำก็ยังสามารถทำงานที่มีคุณภาพได้ไม่ต่างกัน

แต่อย่างไรก็ตามผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมักชอบการประเมินตนเองและมักอยากได้รับการยอมรับหรือชื่นชมจากผู้อื่น ดังนั้นจึงมีแนวโน้มที่จะปรับปรุงผลงานของตนให้ดีขึ้นหรือพยายามทำผลงานของตนให้โดดเด่นกว่าผู้อื่นเพื่อคงไว้ซึ่งการรับรู้ตนเองว่าเหนือกว่าผู้อื่นและจากงานวิจัยที่พบว่าคนที่มีความหลงตนเองนั้นมักจะมี ความคาดหวังต่อตนเองสูงกว่าปกติ (Farwell & Wohlwend-Lloyd, 1998) และงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานขายซึ่งเป็นอาชีพที่ต้องพบปะผู้คนเป็นจำนวนมาก ต้องอาศัยความเชื่อมั่นในตนเองรวมทั้งต้องอาศัยความทะเยอทะยานเพื่อนำไปสู่การประสบความสำเร็จในการทำยอดขาย ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าพนักงานขายที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองน่าจะมีโอกาสทำผลงานได้ดีกว่าคนอื่น ๆ ก็เป็นได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสมมติฐานข้อที่ 1 ว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้

บุคลิกภาพแบบหลงตนเองกับความพึงพอใจในงาน

Soyer และคณะ (1999) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบบุคลิกภาพแบบหลงตนเองและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับพนักงานขายใน 3 ด้านด้วยกันได้แก่ (1)

แนวโน้มบุคลิกภาพที่ดึงดูดต่อการเป็นพนักงานขาย (2) ความพึงพอใจในงานพนักงานขาย และ (3) ระดับผลการทำงานของพนักงานขาย

ผลการวิจัยพบความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเองกับความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .22 ที่ระดับ .05

จึงเห็นได้ว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองกับความพึงพอใจในงานนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจนและมีความเป็นไปได้ที่จะนำบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมาทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย ผู้วิจัยจึงสมมติฐานข้อที่สองว่า "บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้"

ทฤษฎีบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ

ทฤษฎีบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีลักษณะนิสัย (trait theories) นักทฤษฎีในแนวคิดลักษณะนิสัยมีความเห็นตรงกันว่า ลักษณะนิสัยเป็นหน่วยพื้นฐานที่สำคัญของบุคลิกภาพ โดยมีนักทฤษฎีที่มีชื่อเสียงคือ Allport, Cattell, และ Eysenck โดยมีแนวคิดดังนี้

1. แนวคิดของ Allport

มองว่า ลักษณะนิสัย (trait) หมายถึง แนวโน้มที่บุคคลจะทำพฤติกรรมในทิศทางเดียวกันต่อสิ่งเร้าที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น คนที่ซื่อายจะเจียบหรือเก็บตัวในหลายสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ Allport แบ่งประเภทของลักษณะนิสัยออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ

1. ลักษณะนิสัยทั่วไป (Common traits) โดยผู้ที่อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกันจะมีลักษณะนิสัยที่เหมือนกัน แต่ละบุคคลจะมีลักษณะนิสัยนี้มากหรือน้อยแตกต่างกัน ซึ่งสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้

2. ลักษณะนิสัยส่วนบุคคล (Individual traits) เป็นลักษณะนิสัยเฉพาะของแต่ละคนซึ่งไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ หรือเรียกได้ว่าเป็น อุปนิสัยส่วนบุคคล

2. แนวคิดของ Cattell

Cattell ก็ได้แบ่งประเภทของลักษณะนิสัยออกมามากมาย รวมทั้งประเภทของลักษณะนิสัยที่คล้ายคลึงกับของ Allport คือ ลักษณะนิสัยทั่วไป (Common traits) และ ลักษณะนิสัยที่เป็นเอกลักษณ์ (Unique traits) ซึ่งมีความหมายตรงกับลักษณะนิสัยส่วนบุคคลของ Allport

3. แนวคิดของ Eysenck

Eysenck กล่าวถึง ลักษณะนิสัยในรูปแบบของลำดับชั้น ได้แก่ ลักษณะนิสัยที่เหนือกว่า (Supertrait) หรือเรียกว่า ลักษณะแม่แบบ (Type) ที่ประกอบด้วยหลายลักษณะนิสัย ตัวอย่างเช่น บุคลิกภาพมิติการแสดงออก (Extraversion) เป็นลักษณะแม่แบบที่ประกอบด้วยลักษณะนิสัยย่อย และในแต่ละลักษณะนิสัยย่อยก็ถูกแบ่งออกเป็นค่านย่อยอีก

ทั้งนี้ผู้วิจัยในด้านบุคลิกภาพมักจะศึกษาลักษณะนิสัยหลักๆ ที่ชี้เฉพาะมากกว่าจะตรวจสอบถึงการจำแนกประเภทของลักษณะนิสัยทั่วไปที่มีจำนวนเป็นพันๆ ลักษณะนิสัย ดังนั้นจึงคิดหาวิธีการที่จะจัดการลักษณะนิสัยที่แตกต่างกันให้อยู่ในโครงสร้างที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสมเหตุสมผล นั่นก็คือ วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) และในปัจจุบันต่างก็มีความเห็นตรงกันว่า ลักษณะนิสัยสามารถจัดประเภทได้กว้างๆ เป็น 5 มิติ หรือที่เรียกว่า "Big Five" นั้นเอง

ทฤษฎีบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันพัฒนาขึ้นโดย Costa และ McCrae (1992) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) สามารถจัดประเภทลักษณะนิสัยได้กว้างๆ ออกเป็น 5 มิติ โดยเรียกว่าเป็นรูปแบบบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Five-Factor Model of Personality) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า "Big Five" ซึ่งรูปแบบบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบนี้ได้มาจากการวิเคราะห์คำคุณศัพท์ที่ใช้อธิบายบุคลิกภาพเป็นจำนวนมาก

Costa และ McCrae มองว่า Big Five เป็นบุคลิกภาพพื้นฐาน (Basic tendencies) ที่เกิดจากพื้นฐานทางชีววิทยา (Biological bases) โดยเชื่อมโยงกันผ่านยีนส์โครงสร้างของสมองและส่วนอื่นๆ ในร่างกาย บุคลิกภาพพื้นฐานเหล่านี้เป็นแนวโน้มที่บุคคลจะมีพฤติกรรมและความรู้สึกในทิศทางที่คงที่ ซึ่งไม่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมโดยตรง Costa และ McCrae เชื่อว่าลักษณะนิสัยของบุคลิกภาพเป็นผลมาจากชีววิทยามากกว่า นอกจากนี้ การเกิดบุคลิกภาพพื้นฐานก็แทบจะไม่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมเลย แต่กลับได้รับอิทธิพลมาจากช่วงชีวิตของบุคคล ทั้งมโนทัศน์แห่งตน (Self-concept) และการปรับคุณลักษณะ (Characteristics adaptations) ซึ่งรวมถึงเจตคติ เป้าหมายส่วนบุคคล ความคาดหวังในความสามารถของตน (Self-efficacy) และตัวแปรอื่นๆ ด้วย

ในปัจจุบันรูปแบบบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบหรือ Big Five ตามแนวของ Costa และ McCrae (1992) ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในจิตวิทยาบุคลิกภาพและจากความสามารถในการวัด หรือแยกแยะลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพของบุคคลได้เป็นอย่างดีอีกทั้งยังมีเครื่องมือในการวัดบุคลิกภาพที่ได้รับการพัฒนามาเป็นอย่างดีจนเป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับกันโดยทั่วไป นั่นคือ NEO PI-R (Revised NEO Personality Inventory) จึงทำให้ผู้วิจัยเลือกที่จะนำทฤษฎีบุคลิกภาพ

5 องค์ประกอบมาเป็นตัวบ่งชี้ถึงองค์ประกอบของบุคลิกภาพในแต่ละบุคคลในแง่ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานและผลการทำงาน

องค์ประกอบของบุคลิกภาพตามแนวคิดของ Costa และ McCrae

บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบตามแนวคิดของ Costa และ McCrae ประกอบด้วย 5 มิติดังนี้

1. ความไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism)

เป็นแนวโน้มที่จะมีอารมณ์ทางลบ เช่น ความกลัว (fear) ความเศร้า (sadness) ความเขินอาย (embarrassment) ความโกรธ (anger) ความรู้สึกผิด (guilt) ความรังเกียจ (disgust) และยิ่งรวมไปถึงลักษณะที่ไวต่อความโศกเศร้าทางจิตด้วย ซึ่งอาจเกิดจากอารมณ์ที่สับสนได้ไปขัดขวางการปรับตัว จึงทำให้คนที่มึลักษณะมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์จะมีแนวโน้มที่จะมีความคิดที่ไม่สมเหตุสมผล มีความสามารถที่จะควบคุมแรงกระตุ้นของตนเองไม่มากนักและยังจัดการกับความเครียดได้ไม่ดีเท่าคนอื่น ส่วนบุคคลที่มีลักษณะนี้ในระดับต่ำเป็นผู้ที่มีความมั่นคงทางอารมณ์ มีอารมณ์สงบราบเรียบ ผ่อนคลายและสามารถเผชิญกับสถานการณ์ที่เคร่งเครียดได้อย่างไม่กังวลใจ

2. การเปิดตัว (Extraversion)

เป็นลักษณะของการชอบเข้าสังคม ชอบผู้คน ชอบเข้าไปอยู่ในกลุ่มที่มีคนจำนวนมาก มีลักษณะของการขี้หยัดในสิทธิ์ของตนเอง มีความกระตือรือร้น ชอบพูดคุย ชอบเหตุการณ์ที่ตื่นเต้นเร้าใจ และมีแนวโน้มที่จะเป็นคนมีนิสัยร่าเริง มองโลกในแง่ดี ส่วนบุคคลที่มีลักษณะตรงกันข้าม จะมีลักษณะเป็นคนเก็บตัว เป็นผู้ตาม ชอบอยู่คนเดียวมากกว่า มองโลกในแง่ร้าย แต่ไม่ได้หมายความว่าไม่มีความสุข

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

เป็นลักษณะของบุคคลที่ค่อนข้างมีจินตนาการ ใฝ่หาคำรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับความงดงามทางสุนทรีย์ เช่น ศิลปะ ให้ความสนใจกับความรู้สึกภายใน ชอบความหลากหลาย ชอบใช้สติปัญญา มีการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระ มีความคิดสร้างสรรค์

บุคคลที่มีมิตินี้ในระดับสูงจะสนใจกับโลกภายในและภายนอก ชีวิตเต็มไปด้วยประสบการณ์ต่างๆมากมาย เต็มใจเปิดรับแนวความคิดที่แปลกใหม่และค่านิยมที่ไม่เป็นไปตามแบบแผน และมีประสบการณ์ทางอารมณ์ทั้งทางบวกและทางลบอย่างเฉลี่ยวฉลาด

ส่วนบุคคลที่มีมิตินี้ต่ำมีแนวโน้มที่จะมีมุมมองแบบอนุรักษ์นิยม มีพฤติกรรมที่เป็นระเบียบแบบแผน มีการตอบสนองทางอารมณ์ค่อนข้างน้อย หรือค่อนข้างที่จะไม่เปิดเผยอารมณ์ของตนเอง มีความสนใจในขอบเขตที่แคบ

4. ความเป็นมิตร (Agreeableness)

เป็นมิติที่เกี่ยวกับแนวโน้มระหว่างบุคคล บุคคลที่มีลักษณะของความเป็นมิตรจะเป็นผู้ที่มีลักษณะอ่อนโยน เป็นมิตร เป็นผู้ที่เห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น ไม่เห็นแก่ตัว มีความเห็นอกเห็นใจ และกระตือรือร้นอยากจะช่วยเหลือผู้อื่น และยังเชื่ออีกว่าผู้อื่นจะให้ความช่วยเหลือกลับมาหาตนในแบบเดียวกันด้วย ในทางตรงกันข้าม บุคคลที่เป็นปฏิปักษ์กับผู้อื่นจะเห็นแก่ตัว ช่างสงสัยในเจตนาของคนอื่น และค่อนข้างจะชอบแข่งขันมากกว่าจะร่วมมือกัน

5. การมีจิตสำนึก (Conscientiousness)

เป็นลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมแรงกระตุ้น โดยใช้ลักษณะของการมีจิตสำนึก เป็นการเรียนรู้ที่จะจัดการกับความปรารถนาของตนเองและความสามารถที่จะต้านทานแรงกระตุ้นและสิ่งล่อใจต่างๆ นอกจากนี้การควบคุมตนเองยังสามารถเชื่อมโยงไปถึงกระบวนการของการวางแผน การจัดการ และการดำเนินงานของแต่ละบุคคลด้วย

บุคคลที่มีคะแนนด้านนี้สูงจะเป็นผู้ที่มีจุดมุ่งหมาย มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า และมีความมุ่งมั่นเด็ดเดี่ยว มิตินี้เป็นความปรารถนาที่จะบรรลุผลสำเร็จในด้านบวก ผู้ที่มีคะแนนในมิติการมีจิตสำนึกสูงเป็นคนที่พิถีพิถัน มีหลักธรรมประจำใจ ตรงต่อเวลา และไว้วางใจได้ มิตินี้ยังมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางวิชาการและอาชีพ และในด้านลบอาจนำไปสู่ความเป็นระเบียบหรือพฤติกรรมบางอย่างได้ ส่วนบุคคลที่มีคะแนนในมิติการมีจิตสำนึกต่ำไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่ขาดหลักศีลธรรม แต่เป็นคนที่นำหลักธรรมไปใช้ได้น้อย และขาดชีวิตชีวาในการทำงานให้บรรลุถึงเป้าหมาย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุคลิกภาพแบบเปิดตัวกับผลงาน

Barrick และ Mount (1991 อ้างถึงใน ขวัญเรือน แสงจีน, 2546) พบว่า

1. ลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดตัวเป็นตัวทำนายที่เหมาะสมสำหรับงานที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมซึ่งพบ 2 อาชีพคือผู้จัดการและพนักงานขาย

2. ลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์และลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดตัวเป็นตัวทำนายที่เหมาะสมสำหรับประเภทงานที่มีความเชี่ยวชาญในการฝึกอบรมด้วย

Barrick และ Mount (1993) ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้จัดการจำนวน 146 คน พบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกและบุคลิกภาพแบบเปิดตัว มีความสัมพันธ์กับผลงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .25 และ .14 ตามลำดับ

Furnham (1994 อ้างถึงใน Salgado, 1997) กล่าวว่ามีความเป็นไปได้ที่ความตรงในการทำนาย (predictive validity) ของการวัดบุคลิกภาพนั้นอาจจะแปรผันโดยขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่างด้วย เช่น บุคลิกภาพแบบเปิดตัวอาจจะเป็นตัวทำนายผลการทำงานที่ดีที่สุดสำหรับอาชีพที่ต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

จากลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดตัวที่มีลักษณะชอบเข้าสังคม ชอบพูดคุย มีอารมณ์ทางบวก มีนิสัยร่าเริง และกระตือรือร้น ลักษณะเหล่านี้ น่าจะมีความสัมพันธ์และเป็นประโยชน์กับงานในลักษณะของพนักงานขาย ประกอบกับงานวิจัยของ Barrick และ Mount (1991, 1993) ที่พบว่าบุคลิกภาพแบบเปิดตัวนั้นเป็นตัวทำนายที่เหมาะสมสำหรับงานของผู้จัดการและพนักงานขาย รวมทั้งข้อคิดเห็นของ Furnham (1994) จะเห็นได้ว่าลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดตัวนั้นน่าจะ สามารถเป็นตัวทำนายที่เหมาะสมกับงานที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยเฉพาะอาชีพพนักงานขาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานข้อที่สามว่า “บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้”

บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกกับผลงาน

Barrick และ Mount (1991) พบว่าลักษณะบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์กับงานทุกประเภทและทุกอาชีพ อีกทั้งเป็นตัวทำนายผลการทำงานที่ดีในทุกประเภทงานด้วย

Willforman (1979 อ้างถึงใน ขวัญเรือน แสงจีน, 2546) พบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์กับการประกอบอาชีพ

John, Caspi, Robins, Moffitt, และ Stouthamer-Loeber (1994 อ้างถึงใน ขวัญเรือน แสงจีน, 2546) พบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายผลการปฏิบัติงานในโรงเรียนของนักเรียนอายุ 12 ปี ได้

จากการศึกษาด้วยวิธีอภิวเคราะห์ (meta-analyses) ทั้งจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน ในประเทศแตกต่างกันและใช้เกณฑ์ในการวัดแตกต่างกัน Salgado (1997) พบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึก เป็นตัวทำนายที่ดีที่สุดในการทำนายพฤติกรรมในการทำงาน

Hurtz และ Donovan (2000 อ้างถึงใน Dudley, Orvis, Lebiecki, และ Cortina, 2006) ทำอภิวเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างมิติของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับผลงาน พบว่า บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับผลงานโดยรวมเท่ากับ .24 กับผลงานในเชิงทักษะเท่ากับ .16 กับการอุทิศตนให้กับการทำงานเท่ากับ .20 และกับการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเท่ากับ .18

Salgado (1997) ศึกษาด้วยวิธีอภิวเคราะห์เฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา โดยทำการวิจัยในกลุ่มอาชีพ 5 กลุ่มอาชีพได้แก่ ตำรวจ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้จัดการ พนักงานขาย และแรงงานที่ต้องใช้ทักษะ ซึ่งผลการศึกษาบ่งชี้ว่า บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกและความมั่นคงทางอารมณ์มีความสามารถเป็นตัวทำนายในทุกๆเกณฑ์ของงานและทุกกลุ่มอาชีพ ในขณะที่บุคลิกภาพแบบเปิดตัวนั้นมีความสามารถในการทำนายได้ใน 2 อาชีพคือผู้จัดการและตำรวจ และบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์กับบุคลิกภาพแบบความเป็นมิตรมีความสามารถในการทำนายในอาชีพที่อาศัยความเชี่ยวชาญในการฝึกอบรม

จากลักษณะของบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกที่มีความสามารถในการควบคุมแรงกระตุ้น สามารถต้านทานต่อสิ่งล่อใจต่างๆ สามารถควบคุมตนเองเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย มีความปรารถนาที่จะบรรลุผลสำเร็จในด้านบวก ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้ล้วนเป็นคุณลักษณะที่น่าจะเค็ดต่อการประสบความสำเร็จในการทำงานทั้งสิ้นซึ่งน่าจะส่งผลถึงผลงานที่ออกมาด้วย อีกทั้งยังมีงานวิจัยต่างๆ ที่พบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์กับงานทุกประเภทและรวมทั้งการประกอบอาชีพ อีกทั้งยังสามารถเป็นตัวทำนายผลการปฏิบัติงานได้อีกด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานข้อที่ห้าว่า "บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้"

บุคลิกภาพแบบเปิดตัวและบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกกับความพึงพอใจในงาน

Judge, Heller, และ Mount (2002) ทำการศึกษาวิจัยด้วยวิธีอภิวเคราะห์เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความพึงพอใจในงานพบว่าบุคลิกภาพแบบ

ความไม่มั่นคงทางอารมณ์มีสหสัมพันธ์สูงสุดคือ .29 รองลงมาคือ บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์ .26 และบุคลิกภาพแบบเปิดตัว .25 โดยในงานวิจัยนี้ได้อธิบายอ้างอิงถึงงานวิจัยของ DeNeve และ Cooper (1998) ที่ว่าความมั่นคงทางอารมณ์หรือในอีกแง่หนึ่งคือการมีบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์น้อย ประกอบกับบุคลิกภาพแบบเปิดตัว ทั้งสององค์ประกอบนี้คือองค์ประกอบที่นำไปสู่บุคลิกภาพที่มีความสุข หรือที่เรียกว่า "happy personality" ได้

นอกจากนี้ในงานวิจัยของ Judge และคณะ (2002) ยังได้กล่าวอีกว่าทั้งสององค์ประกอบดังกล่าวในเมื่อสามารถทำให้เกิดความสุขในชีวิตได้ก็ย่อมสามารถที่จะเป็นหนทางที่จะนำมาซึ่งความสุขในอาชีพการงานของเขาเช่นกัน

Furnham และ Zacherl (1986) และ Tokar และ Subich (1997 อ้างถึงใน Judge, Heller, และ Mount, 2002) พบว่าบุคลิกภาพแบบเปิดตัวและแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์เป็นตัวทำนายระดับความพึงพอใจในงานได้

Tokar, Fischer, และ Subich (1998 อ้างถึงใน Judge และคณะ, 2002) รายงานในงานวิจัยเชิงคุณภาพของเขาว่า การมีความพึงพอใจในงานเป็นอย่างดีนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการมีระดับความไม่มั่นคงทางอารมณ์ต่ำและการมีระดับคะแนนสูงในบุคลิกภาพด้านการแสดงออก รวมทั้งตัวแปรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

Judge และ Bono (1999) พบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกเป็นตัวทำนายที่ดีสำหรับการวัดความพึงพอใจในงานโดยภาพรวม

จากงานวิจัยของ Judge และคณะ (2002) และ Judge และ Bono (1999) ที่กล่าวข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยเชื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกแบบเปิดตัวและการมีจิตสำนึกในการที่จะทำนายความพึงพอใจในงานได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับอาชีพพนักงานขายที่มีลักษณะของงานที่ต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว ดังนั้นบุคคลที่น่าจะทำงานในลักษณะนี้ได้ด้วยความสุขก็น่าจะเป็นคนที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดตัวนั่นเอง เนื่องจากเป็นงานที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของเขา ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานข้อที่สี่ว่า "บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถทำนายความพึงพอใจในงานได้"

นอกจากนั้นด้วยลักษณะงานของพนักงานขายที่ไม่เพียงแต่จะต้องพบปะกับผู้คน หากแต่ผู้ที่ทำงานนี้ได้อย่างมีความสุขนั้นน่าที่จะต้องเป็นคนที่มีความบุคลิกภาพที่สอดคล้องหรือเอื้อให้เกิดความเหมาะสมกับลักษณะงานอันจะนำมาซึ่งความสุขในการทำงานอยู่ด้วย อาทิเช่น ความสามารถในการควบคุมอารมณ์ การมีความมุ่งมั่น มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า อีกทั้งมีงานวิจัยจำนวนไม่น้อยที่พบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกนี้มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทาง

อาชีพ รวมทั้งสามารถทำนายความพึงพอใจในงานได้อีกด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานข้อที่หกว่า "บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายความพึงพอใจในงานได้"

ความพึงพอใจในงาน

ความพึงพอใจในงานมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน ผลงานของผู้ปฏิบัติงานที่ทำด้วยความพึงพอใจย่อมได้ผลดีกว่าผู้ปฏิบัติงานที่ทำด้วยความไม่พึงพอใจในงาน เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานที่มีความพึงพอใจในงาน จะมีความกระตือรือร้น ความใส่ใจ ความพยายาม มีความรู้สึกที่ดีต่อการทำงาน มากกว่าผู้ปฏิบัติงานที่ไม่มีความพึงพอใจในงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยลด การขาดงาน ลางาน การมาสายได้ นอกจากนี้ยังเชื่อว่าระดับความพึงพอใจในงานเป็นตัวทำนายผลการทำงานที่ดีในทุกประเภทงานด้วย

นิยามของ "ความพึงพอใจในงาน"

มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจในงานไว้ต่างๆ ดังนี้

Strauss และ Sayles (1960 อ้างถึงใน รง ภูพวงไพโรจน์, 2540) ให้ความหมายของความพึงพอใจในงานว่าหมายถึง ความรู้สึกพอใจในงานที่ทำและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานนั้นให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานหรือองค์การ บุคคลจะรู้สึกพอใจในงานที่ทำเมื่องานนั้นให้ผลประโยชน์ตอบแทนทั้งทางด้านวัตถุประสงค์และทางด้านจิตใจ ซึ่งสามารถสนองความต้องการพื้นฐานของเขาได้

Locke (1976 อ้างถึงใน สมสุข ดิลกสกุลชัย, 2534) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจในงานหมายถึง ความรู้สึกที่อยู่ในสภาวะของอารมณ์ในลักษณะเชิงบวกซึ่งเป็นผลมาจากการที่บุคคลผู้นั้นได้รับจากการทำงานหรือได้ประสบการณ์จากงานที่ทำ

Wexley และ Yuki (1977 อ้างถึงใน อภิสิทธิ์ อนันตนาถรัตน์, 2539) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจในงานหมายถึง ความรู้สึกของคนงานที่มีต่องานที่เขาทำอยู่ ทั้งนี้โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของงานที่ทำ ค่าจ้าง สภาพการทำงาน การบังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน เนื้อหาของงาน ความปลอดภัย และโอกาสก้าวหน้า

McCormic และ Illgen (1980 อ้างถึงใน นิติยา รัตนพิชิต, 2534) ให้คำจำกัดความว่า ความพึงพอใจในงานหมายถึง ทัศนคติที่คนมีต่องานของเขา

Schermerhorn (1984 อ้างถึงใน อภิสิตธี อนันตนาถรัตน์, 2539) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจในงานหมายถึง ระดับหรือขั้นของความรู้สึกในด้านบวกหรือลบของคน ที่มีต่อลักษณะต่างๆของงานรวมทั้งงานที่ได้รับมอบหมายการจัดระบบงาน และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

Feldman และ Arnold (1985 อ้างถึงใน รง ภูพวงไพโรจน์, 2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงานหมายถึง ปริมาณความรู้สึกทางบวกทั้งหมดที่แต่ละบุคคลมีต่องานของเขา

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2522 อ้างถึงใน ปัทมาภรณ์ สรรพรชัยพงษ์, 2545) ให้แนวคิดไว้ว่า ความพึงพอใจในงานหมายถึง ความรู้สึกรวมของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวก เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลตอบแทนคือ ผลที่เป็นความพึงพอใจที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและกำลังใจ สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพของการทำงานรวมทั้งส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมายขององค์การ

ธีรศักดิ์ กำภรณวัักษ์ (2529 อ้างถึงใน รง ภูพวงไพโรจน์, 2540) ให้แนวคิดไว้ว่า ความพึงพอใจในงานเป็นทัศนคติของพนักงานที่มีต่องานด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับงาน เช่น ทัศนคติต่องาน ทัศนคติต่อผู้บังคับบัญชา ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงาน ทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน พนักงานที่มีทัศนคติที่ดีจะเป็นพนักงานที่มีความพึงพอใจในการทำงานสูง พนักงานที่มีทัศนคติที่ดีในการทำงานหรือพนักงานที่มีความพึงพอใจในการทำงานสูงนี้จะเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานดี มีผลงานที่มีประสิทธิภาพ

มนูญ ตนะวัฒนา (2532 อ้างถึงใน อภิสิตธี อนันตนาถรัตน์, 2539) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจในการทำงานว่า เป็นทัศนคติทั่วไปอันเป็นผลรวมของทัศนคติ 3 ด้านคือ

1. องค์ประกอบที่เกี่ยวกับงานโดยเฉพาะ (Specific job factors)
2. ลักษณะประจำตัวของแต่ละบุคคล (Individual characteristics)
3. ความสัมพันธ์ของกลุ่มนอกเหนือจากเรื่องงาน (Group relationship outside the job)

จากความหมายของความพึงพอใจในงานเหล่านี้พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในงานหมายถึง ผลรวมของความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่องานที่ทำอยู่ บุคคลจะรู้สึกพอใจในงานที่ทำเมื่องานนั้นให้ผลประโยชน์ตอบแทนทั้งทางด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ ซึ่งสามารถสนองความต้องการพื้นฐานของเขาได้ และจะทำให้เขาเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นทุ่มเทให้กับการทำงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษา

1. อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในการทำนายผลงานและความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย
2. อิทธิพลของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบในการทำนายผลงานและความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรทำนาย มี 2 ตัวแปร ได้แก่
 - 1.1 บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง
 - 1.2 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ
2. ตัวแปรตามหรือตัวแปรเกณฑ์ มี 2 ตัวแปร ได้แก่
 - 2.1 ผลงาน
 - 2.2 ความพึงพอใจในงาน

สมมติฐานในการวิจัย

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้
2. บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้
3. บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้
4. บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้
5. บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้
6. บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง หมายถึง คะแนนที่ได้จากมาตรวัดความหลงตนเองซึ่งนางสาวชิตศุภางค์ รังสีสมบัติศิริ นางสาวนุชรัตน์ มุงคุณ นางสาวปฏิภากร นาครอด และนางสาวประพิมพา จรัลรัตนกุล (2551) พัฒนาขึ้นภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คัคณางค์ มณีศรี เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) มี 5 ระดับตั้งแต่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ ด้านอำนาจหน้าที่

ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง ด้านความเหนือกว่าผู้อื่น ด้านการชอบแสดงออก ด้านการแสวงหาประโยชน์ ด้านความทะนงตน ด้านการสมควรได้มากกว่าผู้อื่น และด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ

2. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ หมายถึง คะแนนบุคลิกภาพทั้ง 5 มิติที่ได้จากมาตรวัดบุคลิกภาพที่นางสาวขวัญเรือนแสงจีน, นางสาวนิตยา เมธาพิพัฒน์ และนางสาวศุภิตี คุวสานนท์ ได้ร่วมกันสร้างขึ้นตามแนวโครงสร้างของ NEO PI-R ของ Costa และ McCrae (1992) ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณางค์ มณีศรี เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) มี 5 ระดับตั้งแต่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านความไม่มั่นคงทางอารมณ์ ด้านการเปิดตัว ด้านการเปิดรับประสบการณ์ ด้านความเป็นมิตร และด้านการมีจิตสำนึก

3. ความพึงพอใจในงาน หมายถึง คะแนนที่ได้จากมาตรวัดความพึงพอใจในงานที่นางสาวนิตยา รัตนพิชิต ได้พัฒนาขึ้นตามแนวของ Smith และคณะ (1985) โดยลักษณะการตอบจะเป็นการเลือก "ใช่" "ไม่แน่ใจ" หรือ "ไม่ใช่" ในข้อที่ตรงกับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม

4. ผลงานของพนักงานขาย หมายถึง คะแนนที่ได้จากแต่ละมาตรวัดทั้ง 3 มาตร ได้แก่ มาตรวัดระดับผลงานขายที่ให้ผู้ร่วมการวิจัยประเมินตนเองบนสเกล 10 ช่วง จาก 1-100 นอกจากนี้ผลงานของพนักงานขายยังประกอบด้วยคะแนนที่ได้จากการประเมินผลงานของตนเอง โดยเปรียบเทียบกับพนักงานขายคนอื่นๆ และโควตaylorโดยเฉลี่ย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยลักษณะบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อผลงานและความพึงพอใจในผลงานของพนักงานขาย
2. ข้อค้นพบน่าจะนำไปใช้ในการพิจารณาสรรหาหรือคัดเลือกพนักงานขายที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานได้

บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบการวิจัย

รูปแบบของการวิจัยเป็นการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ (Correlation) และเป็นการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) ของตัวแปรตาม หรือตัวแปรเกณฑ์ 2 ตัวแปรคือ ผลงาน และความพึงพอใจในงาน โดยมีตัวแปรอิสระหรือตัวแปรทำนาย 2 ตัวแปรได้แก่ บุคลิกภาพแบบหลงตนเองและบุคลิกภาพห้ำหั่นประกอบ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นพนักงานชายจำนวน 111 คนแบ่งเป็น

- | | |
|--|-------------|
| 1. พนักงานชายอุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์ หรือสารเคมี | จำนวน 36 คน |
| 2. พนักงานชายประกันชีวิต | จำนวน 56 คน |
| 3. พนักงานชายเครื่องใช้ไฟฟ้า | จำนวน 19 คน |

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยมาตรวัดความหลงตนเอง มาตรวัดบุคลิกภาพห้ำหั่นประกอบ มาตรวัดความพึงพอใจในงาน และแบบสอบถามผลงานของพนักงานชาย

1. มาตรวัดความหลงตนเอง

ใช้มาตรวัดของนางสาวชิตศุภางค์ รังสีสมบัติศิริ นางสาวนุชารัตน์ มุงคุณ นางสาวปฏิภากร นาครอด และนางสาวประพิมพ์พา จรัลรัตนกุล (2551) ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คัคณางค์ มณีศรี มีข้อกระทงทั้งสิ้น 45 ข้อกระทง เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ดังนี้

1. ด้านอำนาจหน้าที่ (Authority) จำนวน 4 ข้อ
2. ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง (Self Sufficiency) จำนวน 7 ข้อ
3. ด้านความเหนือกว่าผู้อื่น (Superiority) จำนวน 5 ข้อ
4. ด้านการชอบแสดงคคก (Exhibitionism) จำนวน 7 ข้อ
5. ด้านการแสวงหาประโยชน์ (Exploitativeness) จำนวน 8 ข้อ

6. ด้านความทะนงตน (Vanity) จำนวน 4 ข้อ
7. ด้านการสมควรรู้ได้มากกว่าผู้อื่น (Entitlement) จำนวน 6 ข้อ
8. ด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ (Hypersensitivity) จำนวน 4 ข้อ

ดูตัวอย่างในภาคผนวก ก

2. มาตรการวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

เป็นมาตรการวัดบุคลิกภาพของผู้ร่วมการวิจัยเพื่อจำแนกลักษณะของบุคลิกภาพ 5 มิติ พัฒนาโดยนางสาวขวัญเรือนแสงจีน (2546) นางสาวนิตยา เมธาพิพัฒน์ (2546) และนางสาวศุภดี คุวสานนท์ (2546) นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศินางค์ มณีศรี มาตรการนี้สร้างขึ้นตามแนวโครงสร้างของ NEO PI R ของ Costa และ McCrae (1992) ประกอบด้วย 5 มิติ คือ ความไม่มั่นคงทางอารมณ์ การเปิดตัว การเปิดรับประสบการณ์ ความเป็นมิตร และการมีจิตสำนึก รวมจำนวน 50 ข้อกระทง มิติละ 10 ข้อกระทง ดูตัวอย่างในภาคผนวก ก

3. มาตรการวัดความพึงพอใจในงาน

เป็นมาตรการวัดความพึงพอใจในงานด้านทั่วไปหรือ Job In General (JIG) ที่นางสาวนิตยา รัตนพิชิต (2534) ได้พัฒนาขึ้นตามแนวของ Smith และคณะ (1985) โดยลักษณะการตอบจะเป็นการเลือก "ใช่" "ไม่แน่ใจ" หรือ "ไม่ใช่" ในข้อที่ตรงกับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม ดูตัวอย่างในภาคผนวก ก

4. แบบสอบถามผลงานของพนักงานขาย

ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อได้แก่

1. คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ด้านงานขาย
2. คำถามให้ผู้ร่วมการวิจัยประเมินตนเองเกี่ยวกับระดับผลงานของตนเอง เปรียบเทียบกับพนักงานขายคนอื่นๆ ซึ่งมี 5 ระดับ ได้แก่ ดีเลิศ (อยู่ในระดับ 5% แรก) ดีเยี่ยม (อยู่ในระดับ 15% แรก) ดี (อยู่ในระดับ 30% แรก) ปานกลาง (เท่ากับพนักงานขายโดยเฉลี่ย) และ ต่ำกว่าพนักงานขายโดยเฉลี่ย
3. คำถามเกี่ยวกับระดับผลงาน ให้ผู้ร่วมการวิจัยเลือกตอบเป็นสเกลเรียงลำดับ จาก 1-100 โดย 1 หมายถึงผลงานอยู่ในระดับต่ำ และ 100 หมายถึงผลงานอยู่ในระดับสูง
4. คำถามเกี่ยวกับโควตายอดขายที่ขายได้โดยเฉลี่ย คิดเป็นช่วงเปอร์เซ็นต์

5. คำถามเกี่ยวกับรายได้ โดยมีช่วงของรายได้ให้เลือกตอบเป็นช่วงๆ (รวมเงินเดือน, ค่าคอมมิชชั่น, โบนัส ฯลฯ)

ดูตัวอย่างในภาคผนวก ก

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยติดต่อขอความร่วมมือจากพนักงานชายในการตอบแบบสอบถามผ่านผู้ที่รู้จักคุ้นเคยกับพนักงานชายหรือทำงานในหน่วยงานที่มีพนักงานชาย ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามแก่พนักงานชายจำนวน 142 ฉบับ ประกอบด้วย มาตรฐานบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มาตรฐานบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ มาตรฐานวัดความพึงพอใจในงาน และแบบสอบถามข้อมูลการชาย หลังจากนั้น 3 สัปดาห์ผู้วิจัยจึงเรียกเก็บแบบสอบถามคืน ได้จำนวนแบบสอบถามคืน 120 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่มีข้อมูลสมบูรณ์จำนวน 111 ฉบับ ซึ่งจะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการหาค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) โดยใช้โปรแกรมเอสพีเอสเอส ฟอร์ วินโดวส์ (SPSS for Windows)

บทที่ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 2 สถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม

สัญลักษณ์แทนความหมายต่างๆในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

Narcis	หมายถึง บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง
Jobsat	หมายถึง ความพึงพอใจในงาน
N	หมายถึง บุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์
E	หมายถึง บุคลิกภาพแบบเปิดตัว
O	หมายถึง บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์
A	หมายถึง บุคลิกภาพแบบเป็นมิตร
C	หมายถึง บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึก
Jobexp	หมายถึง ประสบการณ์ในด้านงานขาย
Comparc	หมายถึง การประเมินผลงานของตนเองโดยเปรียบเทียบกับพนักงานขาย คนอื่น ๆ
Performance	หมายถึง ระดับผลงานของพนักงานขาย
Quota	หมายถึง โควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ (ต่อ 3 เดือน)
Income	หมายถึง รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน
N	หมายถึง จำนวนตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัย
n	หมายถึง จำนวนตัวอย่างในการวิเคราะห์กลุ่มย่อย
M	หมายถึง ค่ามัธยฐานเลขคณิตหรือค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

r	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
B	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
$SE B$	หมายถึง ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ B
β	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน
R	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์แห่งการทำนาย

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 111 คน สามารถแจกแจงสถานภาพและข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

สถานภาพและข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ($N = 111$)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ประเภทของพนักงานขาย		
พนักงานขายอุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์ หรือสารเคมี	36	32.43
พนักงานขายประกันชีวิต	56	50.45
พนักงานขายเครื่องใช้ไฟฟ้า	19	17.12
รวม	111	100.0
2. เพศ		
ชาย	36	32.43
หญิง	39	35.14
ไม่ระบุ	36	32.43
รวม	111	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	13.52
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	55	49.55
สูงกว่าปริญญาตรี	10	9.01
ไม่ระบุ	31	27.92
รวม	111	100.0
4. อายุ (ปี)		
23	1	0.90
24	3	2.70
25	1	0.90
26	6	5.41
27	2	1.80
28	5	4.50
29	6	5.41
30	2	1.80
31	1	0.90
32	3	2.70
33	5	4.50
34	5	4.50
35	4	3.60
36	5	4.50
37	3	2.70
38	3	2.70

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
39	1	0.90
40	1	0.90
41	2	1.80
42	1	0.90
43	2	1.80
44	6	5.41
45	1	0.90
47	1	0.90
48	2	1.80
49	2	1.80
50	2	1.80
52	1	0.90
53	1	0.90
ไม่ระบุ	33	29.73
รวม	111	100.0

5. ประสบการณ์ในด้านงานขาย

ต่ำกว่า 6 เดือน = 1	3	2.70
1 ปี = 2	10	9.00
2 ปี = 3	19	17.11
3 ปี = 4	13	11.71
4 ปี = 5	8	7.20
5 ปี = 6	7	6.30
6 ปี = 7	13	11.71

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7 ปี = 8	5	4.50
8 ปี - 9	4	3.60
9 ปี = 10	4	3.60
10 ปีขึ้นไป - 11	24	21.62
ไม่ระบุ	1	0.90
รวม	111	100.0
6. โควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ (ต่อ 3 เดือน)		
ต่ำกว่า 50% - 1	13	11.71
51% - 75% = 2	27	24.32
76% - 100% = 3	15	13.51
101% - 125% - 4	25	22.52
126% - 150% - 5	18	16.22
151% - 175% = 6	11	9.91
176% - 200% = 7	2	1.80
รวม	111	100.0
7. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท = 1	1	0.90
5,001 - 10,000 บาท = 2	5	4.50
10,001 - 15,000 บาท = 3	7	6.31
15,001 - 20,000 บาท = 4	7	6.31
20,001 - 25,000 บาท = 5	5	4.50
25,001 - 30,000 บาท = 6	12	10.81
30,001 - 35,000 บาท = 7	10	9.01

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
35,001 - 40,000 บาท = 8	6	5.41
40,001 - 45,000 บาท = 9	5	4.50
45,001 - 50,000 บาท = 10	3	2.70
50,001 - 55,000 บาท = 11	17	15.31
55,001 - 60,000 บาท = 12	6	5.41
60,001 - 65,000 บาท = 13	4	3.60
65,001 - 70,000 บาท = 14	3	2.70
70,001 - 75,000 บาท = 15	2	1.80
75,001 - 80,000 บาท = 16	3	2.70
80,001 - 85,000 บาท = 17	1	0.90
85,001 - 90,000 บาท = 18	0	0.00
90,001 - 95,000 บาท = 19	0	0.00
95,001 - 100,000 บาท = 20	0	0.00
มากกว่า 100,000 บาท = 21	14	12.61
รวม	111	100.0

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนเป็นพนักงานขายประกันชีวิต มีจำนวนผู้ขายและผู้หญิงใกล้เคียงกัน การศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ อายุอยู่ในช่วง 23-53 ปี ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 26-36 ปี มีประสบการณ์ด้านการขายโดยเฉลี่ย 5-6 ปี โควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ 101-125% และมีรายได้โดยเฉลี่ยประมาณ 45,000-50,000 บาท

ตอนที่ 2 สถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา

จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คะแนนที่ได้จากมาตรวัดต่างๆ และค่าสถิติพื้นฐานแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

จำนวนตัวอย่าง คะแนนต่ำสุดและสูงสุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต (M) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปร	n	คะแนน		M	SD	พิสัย คะแนน
		ต่ำสุด	สูงสุด			
1. Narcis	111	2.13	4.53	3.06	0.45	1-5
2. N	111	1.2	3.8	2.69	0.55	1-5
3. E	111	2.1	4.9	3.62	0.71	1-5
4. O	111	2.1	5	3.62	0.65	1-5
5. A	111	1.5	4.6	3.35	0.61	1-5
6. C	111	2.5	5	3.62	0.59	1-5
7. Jobsat	111	1.56	3	2.62	0.42	1-3
8. Performance	108	10	100	62.42	18.77	10-100
9. Compare	111	1	5	3.14	1.04	1-5
10. Quota	111	1	7	3.44	1.61	1-8
11. Income	111	1	21	9.84	5.60	1-21

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาค่ามัชฌิมเลขคณิตของตัวแปรที่ศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองอยู่ในระดับปานกลาง มีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในระดับค่อนข้างต่ำ มีลักษณะเปิดตัว เปิดรับประสบการณ์ มีความเป็นมิตรและมีจิตสำนึกในระดับปานกลางค่อนข้างสูง มีความพึงพอใจในงานระดับสูง และรับรู้ระดับผลงานของตนเองในระดับปานกลาง และเมื่อเปรียบเทียบผลงานตนเองกับพนักงานขายคนอื่นๆ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยรับรู้ว่ามี

ผลงานระดับปานกลางค่อนข้างดี มีโครงตายอดขยายโดยเฉลี่ยในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำและมี
รายได้ปานกลางค่อนข้างต่ำ

- เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์
ระหว่างตัวแปร ปรากฏผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (*r*) ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย (*N* = 111)

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Jobexp											
2. Compare	.10										
3. Performance	.29**	.66***									
4. Quota	-.09	.54***	.55***								
5. Income	.64***	.31***	.50***	.30***							
6. Jobsat	.30***	.19	.30**	-.27**	.11						
7. Narcis	-.13	.39***	.43***	.40***	-.05	.33***					
8. N	-.35***	-.26**	-.37***	-.14	-.29**	-.36***	-.21*				
9. E	.06	.11	.24*	-.08	.01	.59***	.36***	-.19			
10. O	.13	.14	.25*	-.09	-.02	.72***	.48***	-.18	.68***		
11. A	.08	-.09	-.01	-.23*	-.17	.45***	.16	-.10	.67***	.61***	
12. C	.11	.10	.20*	-.15	-.05	.62***	.42***	-.34***	.51***	.67***	.55***

p* < .05, สองหาง, *p* < .01, สองหาง, ****p* < .001, สองหาง.

ในงานวิจัยนี้ตัวแปรหลักตัวหนึ่งที่ศึกษาคือ ผลงานของพนักงานขายซึ่งวัดจากการให้ ตัวอย่างประเมินผลงานของตนเองบนมาตราประมาณค่า 10 ช่วงเนื่องจากมีข้อจำกัดที่ผู้วิจัยไม่สามารถให้หัวหน้างานเป็นผู้ประเมินผลงานของตัวอย่างได้ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้หาวิธีประเมินความน่าเชื่อถือของการประเมินผลงานของตัวอย่างโดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินผลงานของตัวอย่างกับโควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ การประเมินผลงานของตนเองโดยเปรียบเทียบกับพนักงานขายคนอื่นๆ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างผลงานกับโควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้เท่ากับ $.55$ ($r = .55, p < .001$) กับการประเมินผลงานของตนเองเมื่อเปรียบเทียบกับพนักงานขายคนอื่นๆ เท่ากับ $.66$ ($r = .66, p < .001$) กับรายได้โดยเฉลี่ยเท่ากับ $.50$ ($r = .50, p < .001$) ดังแสดงในตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าการประเมินผลงานของตัวอย่างในงานวิจัยนี้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับโควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ การเปรียบเทียบผลงานของตนกับพนักงานขายคนอื่นๆ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ทำให้เชื่อว่าผลงานที่ตัวอย่างประเมินตนเองไม่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับผลงานในตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับผลงานในระดับปานกลาง ($r = .43, p < .001$) บุคลิกภาพด้านมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์มีสหสัมพันธ์ทางลบกับผลงาน ($r = -.37, p < .001$) บุคลิกภาพด้านการเปิดตัว การเปิดรับประสบการณ์ และการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับผลงานแต่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r = .24, .25, \text{ และ } .20, p < .05$ ตามลำดับ)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับความพึงพอใจในงานในตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงานในระดับต่ำ ($r = .33, p < .001$) บุคลิกภาพด้านมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์มีสหสัมพันธ์ทางลบกับความพึงพอใจในงาน ($r = -.36, p < .001$) บุคลิกภาพด้านการเปิดตัวและการเป็นมิตรมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงานในระดับปานกลาง ($r = .59, \text{ และ } .45, p < .001$) บุคลิกภาพด้านการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงานในระดับปานกลางค่อนข้างสูง ($r = .62, p < .001$) บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงานในระดับค่อนข้างสูง ($r = .72, p < .001$)

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายผลงานของพนักงานชายได้

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ทำโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 4

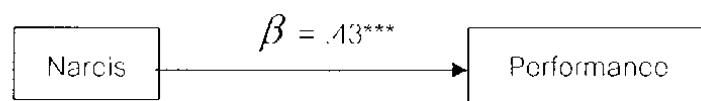
ตารางที่ 4

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของผลงานของพนักงานชายโดยมีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองเป็นตัวทำนาย ($n = 108$)

ตัวแปรทำนาย	r	B	$SE B$	β	R	R^2
					.43***	.19***
บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง	.43***	17.75	3.60	.43***		

*** $p < .001$, หนึ่งหาง.

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยนำบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมาทำนายผลงานของพนักงานชาย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรทำนายด้วยวิธี ENTER พบว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 19 ($R^2 = .19, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .43 ($p < .001$) ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในการทำนายผลงานของพนักงานชายได้ดังนี้



ภาพที่ 1 อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในการทำนายผลงานของพนักงานชาย

สมมติฐานที่ 2 บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ทำโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 5

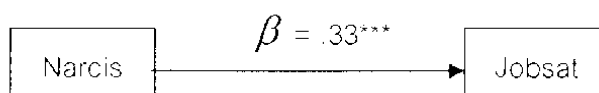
ตารางที่ 5

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายโดยมีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองเป็นตัวทำนาย ($n = 111$)

ตัวแปรทำนาย	r	B	$SE B$	β	R	R^2
					.33***	.11***
บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง	.33***	0.31	0.08	.33***		

*** $p < .001$, หนึ่งหาง.

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยนำบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมาทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรทำนายด้วยวิธี ENTER พบว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 11 ($R^2 = .11$, $p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .33 ($p < .001$) ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ดังนี้



ภาพที่ 2 อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย

สมมติฐานที่ 3 บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ทำโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 6

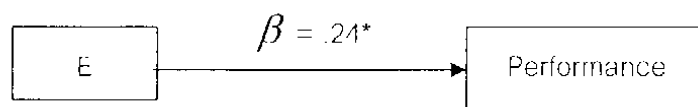
ตารางที่ 6

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของผลงานของพนักงานขายโดยมีบุคลิกภาพแบบเปิดตัวเป็นตัวทำนาย ($n = 108$)

ตัวแปรทำนาย	r	B	$SE B$	β	R	R^2
					.24*	.06*
บุคลิกภาพแบบเปิดตัว	.24**	6.35	2.51	.24*		

* $p < .05$, หนึ่งหาง. ** $p < .01$, หนึ่งหาง.

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยนำบุคลิกภาพแบบเปิดตัวมาทำนายผลงานของพนักงานขาย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรทำนายด้วยวิธี ENTER พบว่าบุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 6 ($R^2 = .06$, $p < .05$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานขายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .24 ($p < .05$) ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดตัวในการทำนายผลงานของพนักงานขายได้ดังนี้



ภาพที่ 3 อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดตัวในการทำนายผลงานของพนักงานขาย

สมมติฐานที่ 4 บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้

การทดสอบสมมติฐานที่ 4 ทำโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 7

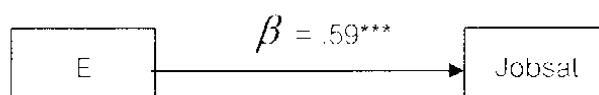
ตารางที่ 7

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายโดยมีบุคลิกภาพแบบเปิดตัวเป็นตัวทำนาย ($n = 111$)

ตัวแปรทำนาย	t	B	$SE B$	β	R	R^2
					.59***	.35***
บุคลิกภาพแบบเปิดตัว	.59***	0.35	0.05	.59***		

*** $p < .001$, หนึ่งหาง.

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยนำบุคลิกภาพแบบเปิดตัวมาทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรทำนายด้วยวิธี ENTER พบว่าบุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 35 ($R^2 = .35$, $p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .59 ($p < .001$) ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดตัวในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ดังนี้



ภาพที่ 1 อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดตัวในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย

สมมติฐานที่ 5 บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายผลงานของพนักงานชายได้

การทดสอบสมมติฐานที่ 5 ทำโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 8

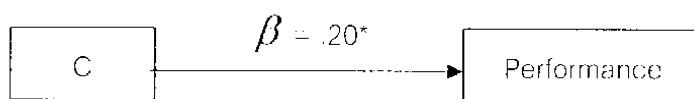
ตารางที่ 8

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของผลงานของพนักงานชายโดยมีบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกเป็นตัวทำนาย ($n = 108$)

ตัวแปรทำนาย	r	B	$SE B$	β	R	R^2
					.20*	.04*
บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึก	.20*	6.32	3.05	.20*		

* $p < .05$, หนึ่งหาง.

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยนำบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมาทำนายผลงานของพนักงานชาย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใส่ตัวแปรทำนายด้วยวิธี ENTER พบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถอธิบายความแปรปรวนผลงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 4 ($R^2 = .04$, $p < .05$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานชาย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .20 ($p < .05$) ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกในการทำนายผลงานของพนักงานชายได้ดังนี้



ภาพที่ 5 อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกในการทำนายผลงานของพนักงานชาย

สมมติฐานที่ 6 บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้

การทดสอบสมมติฐานที่ 6 ทำโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางที่ 9

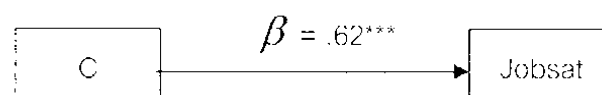
ตารางที่ 9

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายโดยมีบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกเป็นตัวทำนาย ($n = 111$)

ตัวแปรทำนาย	r	B	$SE B$	β	R	R^2
					.62***	.38***
บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึก	.62***	0.44	0.05	.62***		

*** $p < .001$, หนึ่งหาง.

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยนำบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมาทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรทำนายด้วยวิธี ENTER พบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 38 ($R^2 = .38$, $p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .62 ($p < .001$) ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดตัวในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ดังนี้



ภาพที่ 6 อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม

ข้อค้นพบที่ 1 ผลงานของพนักงานขายมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในด้านงานขาย

การวิเคราะห์เพิ่มเติมหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างผลงานของพนักงานขายกับประสบการณ์ในด้านงานขายพบว่า ผลงานของพนักงานขายมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในด้านงานขายในระดับต่ำ ($r = .29, p < .01$) ดังแสดงในตารางที่ 3

ข้อค้นพบที่ 2 บุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้ ดังแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10

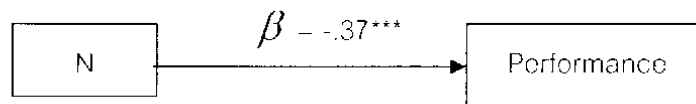
ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของผลงานของพนักงานขายโดยมีบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์เป็นตัวทำนาย ($n = 108$)

ตัวแปรทำนาย	r	B	$SE B$	β	R	R^2
					.37***	.14***
บุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์	-.37***	-12.79	3.10	-.37***		

*** $p < .001$, หนึ่งหาง.

การวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยนำบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์มาทำนายผลงานของพนักงานขาย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรทำนายด้วยวิธี ENTER พบว่าบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 14 ($R^2 = .14, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานขาย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ

-0.37 ($p < .001$) ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในการทำนายผลงานของพนักงานชายได้ดังนี้



ภาพที่ 7 อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในการทำนายผลงานของพนักงานชาย

ข้อค้นพบที่ 3 บุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ ดังแสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11

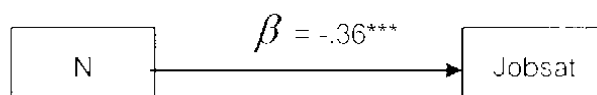
ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายโดยมีบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์เป็นตัวทำนาย ($n = 111$)

ตัวแปรทำนาย	r	B	$SE B$	β	R	R^2
					.36***	.13***
บุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์	-.36***	-0.28	0.07	-.36***		

*** $p < .001$, หนึ่งหาง.

การวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยนำบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์มาทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรทำนายด้วยวิธี ENTER พบว่าบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 13 ($R^2 = .13, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ -.36 ($p < .001$) ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพอิทธิพลของ

บุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย ได้ดังนี้



ภาพที่ 8 อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย

ข้อค้นพบที่ 4 บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถทำนายผลงานของพนักงานชายได้ ดังแสดงในตารางที่ 12

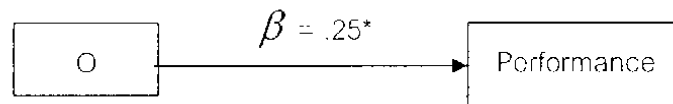
ตารางที่ 12

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของผลงานของพนักงานชายโดยมีบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์เป็นตัวทำนาย ($n = 108$)

ตัวแปรทำนาย	r	B	$SE B$	β	R	R^2
					.25*	.06*
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	.25**	6.99	2.69	.25*		

* $p < .05$, หนึ่งหาง. ** $p < .01$, หนึ่งหาง.

การวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยนำบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มาทำนายผลงานของพนักงานชาย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรทำนายด้วยวิธี ENTER พบว่าบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 6 ($R^2 = .06$, $p < .05$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .25 ($p < .05$) ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ในการทำนายผลงานของพนักงานชายได้ดังนี้



ภาพที่ 9 อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ในการทำนายผลงานของพนักงานขาย

ข้อค้นพบที่ 5 บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้ ดังแสดงในตารางที่ 13

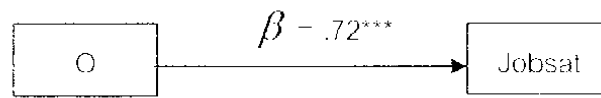
ตารางที่ 13

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานขายโดยมีบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์เป็นตัวทำนาย ($n = 111$)

ตัวแปรทำนาย	r	B	$SE B$	β	R	R^2
					.72***	.52***
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	.72***	0.46	0.04	.72***		

*** $p < .001$, หนึ่งหาง.

การวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยนำบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มาทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรทำนายด้วยวิธี ENTER พบว่าบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 52 ($R^2 = .52$, $p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .72 ($p < .001$) ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้ดังนี้



ภาพที่ 10 อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ในการทำนาย
ความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย

เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกแบบเป็นมิตรและผลงานไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงไม่ได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ข้อค้นพบที่ 6 บุคลิกภาพแบบเป็นมิตรสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14

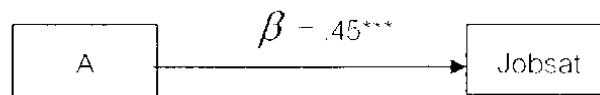
ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายโดยมีบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรเป็นตัวทำนาย ($n = 111$)

ตัวแปรทำนาย	r	B	$SE B$	β	R	R^2
					.45***	.20***
บุคลิกภาพแบบเป็นมิตร	.45***	0.31	0.06	.45***		

*** $p < .001$, หนึ่งหาง.

การวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยนำบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรมาทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรทำนายด้วยวิธี FNTFR พบว่าบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 20 ($R^2 = .20$, $p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β)

เท่ากับ .45 ($p < .001$) ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ดังนี้



ภาพที่ 11 อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย

ตารางที่ 15

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการวิเคราะห์
1	บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายผลงานของพนักงานชายได้	สนับสนุนสมมติฐาน $R^2 = .19, p < .001$ $\beta = .43, p < .001$
2	บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้	สนับสนุนสมมติฐาน $R^2 = .11, p < .001$ $\beta = .33, p < .001$
3	บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถทำนายผลงานของพนักงานชายได้	สนับสนุนสมมติฐาน $R^2 = .06, p < .05$ $\beta = .24, p < .05$
4	บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้	สนับสนุนสมมติฐาน $R^2 = .35, p < .001$ $\beta = .59, p < .001$

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการวิเคราะห์
5	บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้	สนับสนุนสมมติฐาน $R^2 = .04, p < .05$ $\beta = .20, p < .05$
6	บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้	สนับสนุนสมมติฐาน $R^2 = .38, p < .001$ $\beta = .62, p < .001$

ตารางที่ 16

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม

ข้อที่	ข้อค้นพบ	ค่าสถิติ
1	ระดับผลงานของพนักงานขายมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในด้านงานขาย	$r(108) = .29, p < .01$, สองหาง
2	ระดับผลงานของพนักงานขายมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการประเมินผลงานของตนเองโดยเปรียบเทียบกับพนักงานขายคนอื่นๆ	$r(108) = .66, p < .001$, สองหาง
3	ระดับผลงานของพนักงานขายมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับโควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ (ต่อ 3 เดือน)	$r(108) = .55, p < .001$, สองหาง
4	ระดับผลงานของพนักงานขายมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	$r(108) = .50, p < .001$, สองหาง
5	บุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้	$R^2 = .14, p < .001$ $\beta = -.37, p < .001$
6	บุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้	$R^2 = .13, p < .001$ $\beta = -.36, p < .001$

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อค้นพบ	ค่าสถิติ
7	บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถทำนาย ผลงานของพนักงานขายได้	$R^2 = .06, p < .05$ $\beta = .25, p < .05$
8	บุคลิกภาพแรงแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถทำนาย ความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้	$R^2 = .52, p < .001$ $\beta = .12, p < .001$
9	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกแบบเป็นมิตร และผลงานไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงไม่ได้ทำ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	$r(108) = -.01, p = .91,$ สองหาง
10	บุคลิกภาพแรงแบบเป็นมิตรสามารถทำนายความ พึงพอใจในงานของพนักงานขายได้	$R^2 = .20, p < .001$ $\beta = .45, p < .001$

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 เนื่องจากบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 19 ($R^2 = .19, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายการผลงานของพนักงานขายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .43 ($p < .001$)

นอกจากนั้นผลงานวิจัยยังพบว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับดัชนีผลงานอีก 2 ด้านได้แก่ การประเมินผลงานตนเองโดยเปรียบเทียบกับพนักงานขายคนอื่นๆ ($r = .39, p < .001$) และโควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ ($r = .40, p < .001$) แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเองกับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน อาจเป็นไปได้ว่าดัชนีผลงานในงานวิจัยนี้ไม่จำเป็นจะทำให้ผู้ร่วมการวิจัยประเมินผลงานตนเอง การให้ประเมินผลงานตนเองโดยเปรียบเทียบกับพนักงานขายคนอื่นๆ และโควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้เป็นดัชนีผลงานตามการรับรู้ผลงานของผู้ร่วมการวิจัยที่ให้ผู้ร่วมการวิจัยประเมินตนเอง จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นข้อจำกัดที่ทำให้ไม่สามารถระบุชี้ชัดได้ว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจะประสบความสำเร็จในงานขายหรือไม่ แต่จากการที่ตัวแปรผลงานทั้ง 3 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ทำให้กล่าวได้ว่ามีแนวโน้มที่น่าจะเป็นเช่นนั้นได้ ทั้งนี้ในงานวิจัยต่อไปจะต้องหาวิธีการประเมินผลงานที่ให้หัวหน้างานหรือผู้เกี่ยวข้องเป็นผู้ประเมิน

การที่บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้สามารถอธิบายได้ 2 ประเด็น ประเด็นแรกคือลักษณะของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองส่งเสริมให้พนักงานขายประสบความสำเร็จ ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมักมีการแสดงตนที่ดี ขอบการแข่งขันเปิดตัวและกล้าแสดงออก ประกอบกับความเชื่อที่ว่าตนมีดีกว่าผู้อื่นทำให้มีความเชื่อมั่นในตนเอง อาจทำให้พนักงานขายที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถชักชวนให้ลูกค้าคล้อยตามได้ คุณสมบัติเหล่านี้ทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จในอาชีพมากกว่า ประเด็นที่สองการ

พิจารณาว่าผลงานในงานวิจัยนี้เป็นผลงานตามการรับรู้ของพนักงานชายเองก็อาจจะอธิบายตามแนวคิดบุคลิกภาพได้ว่าคนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงมีแนวโน้มที่จะรับรู้ระดับผลงานของตนเองสูงเป็นเพราะว่าคนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีลักษณะของการให้ความสำคัญกับตนเองเป็นอย่างมาก มักจะมองว่าตนเองเป็นคนที่มีความเหนือกว่า หรือดีกว่าผู้อื่น ดังนั้นจึงสมควรจะได้รับมากกว่าผู้อื่น หรือเป็นที่ชื่นชมมากกว่าผู้อื่น ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าคนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงจะมีการรับรู้ระดับผลงานของตนเองในระดับสูงตามไปด้วย

ดังเช่นงานวิจัยของ John และ Robins (1994) พบว่าผู้ร่วมการทดลองที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงมักคิดว่าตนทำผลงานดีกว่าผู้อื่น แต่เมื่อวัดตามจริงแล้วผลงานของผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองนั้นไม่ได้ดีหรือด้อยไปกว่าผู้อื่น หรืองานวิจัยของ Gabriel และคณะ (1994) ที่พบว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงมีการประเมินระดับสติปัญญาของตนเกินความเป็นจริง โดยบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการรายงานตนเองเกี่ยวกับสติปัญญา แต่ไม่พบสหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเองกับผลงานที่เกิดขึ้นจริงในการทดสอบทางสติปัญญา

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยข้อนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Soyer และคณะ (1999) ที่พบว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองไม่มีความสัมพันธ์กับผลงานของพนักงานชาย

สมมติฐานที่ 2 บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ 2 เนื่องจากบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 11 ($R^2 = .11, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .33 ($p < .001$)

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Soyer และคณะ (1999) ที่พบสหสัมพันธ์ทางบวกระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเองกับความพึงพอใจในงานของพนักงานชาย ($r = .22, p < .05$)

ที่เป็นเช่นนี้อธิบายได้ว่าอาชีพในด้านงานขายนั้น สำหรับคนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองน่าจะถือว่าเป็นงานที่ตอบสนองของความต้องการของพวกเขาได้เป็นอย่างดีโดยในงานวิจัยของ Soyer และคณะ (1999) ตั้งข้อสังเกตว่าสาเหตุที่ทำให้คนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีความพึงพอใจในงานด้านการขายสูงนั้น เป็นเหตุผลเดียวกับสิ่งที่ดึงดูดพวกเขาให้เข้ามาสู่การขายนั่นเอง

กล่าวคือ งานขายเป็นงานที่บุคคลได้ใช้ความเป็นตัวของตัวเอง แสดงอิทธิพลเหนือผู้อื่นในเชิงของการชักจูงโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำตาม

การได้ใช้ทักษะในการจัดตารางการทำงาน และวางกลยุทธ์ในด้านการขายเป็นสิ่งที่ช่วยให้คนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองได้มีโอกาสใช้ความเป็นมืออาชีพในการจัดการต่อสภาวะแรงกดดันกับการได้เพิ่มความสำเร็จให้ตนเอง อีกทั้งจากการวัดผลการทำงานเชิงประจักษ์ พบว่าบทบาทในด้านงานขายยังช่วยให้คนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองได้มีโอกาสเติมเต็มช่องว่างระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงกับจินตนาการ ความเพ้อฝันของตน ได้อีกด้วย

ในขณะที่เดียวกันภาพลักษณ์ของคนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองก็ไม่ได้หมายความว่า เป็นคนไม่มีศีลธรรมหรือชอบเอาเปรียบผู้อื่น เพียงแต่สิ่งที่มีความสำคัญต่อตัวเขาก็คือการได้สนองตอบความต้องการส่วนบุคคลของเขา มากกว่าที่จะสนองตอบความต้องการของผู้อื่นหรือลูกค้า และเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งสิ่งที่เขาต้องการ ในการจูงใจให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์พวกเขาก็จำต้องพูดในสิ่งที่อาจไม่ได้ให้ข้อเท็จจริงครบถ้วน เห็นแต่ด้านดีของผลิตภัณฑ์หรือแสวงหาประโยชน์จากลูกค้าของเขา ซึ่งก็คือธรรมชาติของอาชีพพนักงานขายนั่นเอง พวกเขาจะไม่รู้สึกรู้ว่าพวกเขาต้องแสดงความรับผิดชอบหรือรู้สึกผิดต่อลูกค้าของเขา เพราะถ้าพวกเขาไม่แสวงหาประโยชน์จากสถานการณ์เช่นนี้บางทีก็อาจจะกลายเป็นการปล่อยโอกาสให้กับพนักงานขายคนอื่น ๆ ที่มีความกล้าได้กล้าเสียมากกว่าเขาก็เป็นได้

ในงานวิจัยครั้งนี้ยังได้นำบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมาทำนายความพึงพอใจในงานซึ่งก็พบว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้นั้นหมายความว่า การมีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูงจะสามารถทำนายได้ว่าพนักงานขายจะมีความพึงพอใจในงานด้านการขายที่ตนทำอยู่สูงเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ด้วยลักษณะของงานด้านการขายที่มีเอื้อให้คนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองได้มีโอกาสปลดปล่อยความเป็นตัวของตัวเอง ได้สามารถแสวงหาประโยชน์จากผู้อื่น เป็นอาชีพที่มีการให้ผลตอบแทนพิเศษตามปริมาณการขายในลักษณะของเปอร์เซ็นต์ตามยอดขาย ดังนั้นการขายได้ในปริมาณที่มาก ทำให้ได้รายได้ปริมาณมากตามไปด้วยจึงเป็นเหมือนการสร้างการยอมรับให้กับตนเอง ทำให้เกิดการรับรู้ตนเองว่าเป็นคนที่มีความสามารถ มีศักยภาพ และสมควรจะเป็นที่ยอมรับจากผู้อื่น ลักษณะการให้ค่าตอบแทนเช่นนี้ยังเป็นการสร้างเงื่อนไขให้เกิดความความทะยานอยาก เกิดแรงจูงใจ เกิดความท้าทายที่จะทำผลงานให้ได้ตามเป้า เพื่อจะได้รับผลตอบแทนที่มากขึ้น ดังนั้นคนที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจึงมีความพึงพอใจกับงานในลักษณะนี้ที่ช่วยเติมเต็มและตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้นั่นเอง

สมมติฐานที่ 3 บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ 3 เนื่องจากตัวแปรบุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 6 ($R^2 = .06, p < .05$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานขาย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .24 ($p < .05$)

จะเห็นได้ว่าลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดตัวนั้นมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ระดับผลงานของพนักงานขาย อีกทั้งยังสามารถเป็นตัวทำนายการรับรู้ระดับผลงานของพนักงานขายได้ ทั้งนี้อธิบายตามแนวคิดบุคลิกภาพได้ว่าเนื่องจากบุคลิกภาพแบบเปิดตัวนั้นมีลักษณะของการชอบเข้าสังคม ชอบผู้คน ชอบเข้าไปอยู่ในกลุ่มที่มีคนจำนวนมาก มีความกระตือรือร้น ชอบพูดคุย ชอบเหตุการณ์ที่ตื่นเต้นท้าทาย ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นต่ออาชีพพนักงานขาย นอกจากนี้บุคลิกภาพแบบเปิดตัวยังมีลักษณะของการมองโลกในแง่ดี ซึ่งถือว่าเป็นคุณลักษณะที่จำเป็นต่อการอยู่รอดและปริมาณการขายของพนักงานขาย ดังที่งานวิจัยของ Seligman และ Schulman (1986) ซึ่งทำการศึกษาร่วมกับพนักงานขายประกันชีวิตพบว่าพนักงานขายที่อธิบายสถานการณ์ด้วยการมองโลกในแง่ดีมีระดับการอยู่รอดในการทำงานมากกว่าพนักงานขายที่อธิบายสถานการณ์ด้วยการมองโลกในแง่ร้าย อีกทั้งพนักงานขายที่มองโลกในแง่ดียังขายได้มากกว่าพนักงานขายที่มองโลกในแง่ร้ายอีกด้วย ดังนั้นการที่อาชีพพนักงานขายต้องพบเจอกับอุปสรรค ความผิดหวัง ความท้อแท้ ความสิ้นหวัง ถ้าหากคนที่จะมาประกอบอาชีพพนักงานขายเป็นคนมองโลกในแง่ร้ายเสียแล้วย่อมไม่สามารถที่จะปฏิบัติงานได้อย่างแน่นอน เนื่องจากไม่มีมุมมองที่ดีหรือมีคำอธิบายที่ดีต่อเหตุการณ์ที่ตนเองเผชิญในการทำงาน แต่ถ้าหากเป็นคนชอบพูด ชอบคุย เป็นคนเปิดตัว กระตือรือร้น อีกทั้งยังเป็นคนมองโลกในแง่ดีก็ย่อมจะทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น สามารถหาลูกค้าได้มาก ทำยอดขายได้มาก ทำให้ผลงานมีประสิทธิภาพและนำไปสู่ความก้าวหน้าในการทำงานและระดับค่าตอบแทนที่สูงมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Barrick และ Mount (1991) ที่พบว่าลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดตัวเป็นตัวทำนายที่เหมาะสมสำหรับงานที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมซึ่งพบ 2 อาชีพคือผู้จัดการและพนักงานขาย

สมมติฐานที่ 4 บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ 4 เนื่องจากตัวแปรบุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 35 ($R^2 = .35$, $p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .59 ($p < .001$)

การที่บุคลิกภาพแบบเปิดตัวมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงานของพนักงานขายอีกทั้งยังมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้ด้วยนั้นอธิบายได้ว่าเนื่องจากลักษณะของคนที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดตัวที่ชอบเข้าสังคม ชอบผู้คน มีความกระตือรือร้น ชอบพูดคุย ชอบความท้าทาย และมีแนวโน้มที่จะเป็นคนมีนิสัยร่าเริง มองโลกในแง่ดี เหล่านี้ทำให้การทำงานในลักษณะของพนักงานขายทำได้ง่ายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อพูดคุยกับลูกค้า การพูดโน้มน้าวใจลูกค้าให้เกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ ดังนั้นเมื่อการทำงานง่ายขึ้น ลักษณะงานมีความสอดคล้องกับลักษณะบุคลิกภาพของเขาก็ทำให้การทำงานสำหรับเขาแล้วเป็นสิ่งที่สนุกและเพลิดเพลินมากกว่าจะเป็นงานที่ซ้ำซากและน่าเบื่อหน่าย ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีกับการทำงาน และทำให้เกิดความพึงใจในงานนั่นเอง

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Judge, Heller, และ Mount (2002) ที่ทำการศึกษาวิจัยด้วยวิธีอภิวเคราะห์เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความพึงพอใจในงานพบว่าบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์มีสหสัมพันธ์สูงสุดคือ .29 รองลงมาคือ บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์ .26 และบุคลิกภาพแบบเปิดตัว .25 โดยในงานวิจัยนี้ได้อธิบายอ้างอิงถึงงานวิจัยของ DeNeve และ Cooper (1998) ที่ว่าความไม่มั่นคงทางอารมณ์ (หรือในอีกแง่หนึ่งคือการมีบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ต่ำ) ประกอบกับบุคลิกภาพแบบเปิดตัว ทั้งสององค์ประกอบนี้คือองค์ประกอบที่นำไปสู่บุคลิกภาพที่มีความสุขหรือที่เรียกว่า "happy personality" ได้

นอกจากนั้นผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Furnham และ Zacherl (1986) และงานวิจัยของ Tokar และ Subich (1997) ที่พบว่าบุคลิกภาพแบบเปิดตัวและมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์เป็นตัวทำนายระดับความพึงพอใจในงานได้และยังสอดคล้องกับที่ Tokar, Fischer, และ Subich (1998) รายงานในงานวิจัยเชิงคุณภาพของเขาว่า การมีความพึงพอใจในงานเป็นอย่างดีนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการมีระดับความไม่มั่นคงทางอารมณ์ต่ำและการมีระดับคะแนนสูงในบุคลิกภาพแบบเปิดตัวรวมทั้งตัวแปรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

สมมติฐานที่ 5 บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ 5 เนื่องจากตัวแปรบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 4 ($R^2 = .04, p < .05$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานขาย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .20 ($p < .05$)

ผลการวิจัยแสดงว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับผลงานของพนักงานขาย อีกทั้งยังมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานขายได้อีกด้วย ทั้งนี้อธิบายได้ว่าเนื่องจากบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกนั้นมีลักษณะที่สามารถควบคุมแรงกระตุ้นได้ดี มีลักษณะของการเรียนรู้ที่จะจัดการกับความปรารถนาของตนเอง มีความรับผิดชอบ มีวินัยในตนเอง อีกทั้งยังเป็นคนที่มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า มีความมุ่งมั่นในการทำงาน ดังนั้นจึงเอื้อต่อการทำงานในด้านงานขายที่จะต้องอาศัยความมุ่งมั่นเป็นอย่างสูง มีความปรารถนาอย่างแรงกล้าเพื่อที่จะขายให้ประสบความสำเร็จ ต้องเผชิญกับแรงกดดันและความผิดหวังต่างๆมากมาย ดังนั้นนอกจากจะมีความมุ่งมั่น มีแรงปรารถนา มีแรงผลักดันแล้วก็ต้องสามารถที่จะควบคุมและจัดการแรงผลักดันเหล่านั้นให้ได้เพื่อให้ถึงจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้นพนักงานขายที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสูงจึงมีโอกาสที่จะทำผลงานได้มากและนำไปสู่ผลงานที่มีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Barrick และ Mount (1991) ที่พบว่าลักษณะบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกเป็นตัวทำนายผลการทำงานที่ดีในงานทุกประเภทและทุกอาชีพและยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Salgado (1997) ที่ทำอภิวเคราะห์ทั้งจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน ในประเทศแตกต่างกันและใช้เกณฑ์ในการวัดแตกต่างกัน ทำให้ได้ข้อค้นพบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึก เป็นตัวทำนายที่ดีที่สุดในการทำนายพฤติกรรมในการทำงานและจากการศึกษาของ Salgado (1997) ศึกษาด้วยวิธีอภิวเคราะห์เฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา โดยทำการวิจัยในกลุ่มอาชีพ 5 กลุ่มอาชีพได้แก่ ตำรวจ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้จัดการ พนักงานขาย และแรงงานที่ต้องใช้ทักษะ ซึ่งผลการศึกษาบ่งชี้ว่า บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกและมีความมุ่งมั่นทางอารมณ์สามารถเป็นตัวทำนายในทุกๆเกณฑ์ของงานและทุกกลุ่มอาชีพ ในขณะที่บุคลิกภาพแบบเปิดตัวนั้นมีความสามารถในการทำนายได้ใน 2 อาชีพคือผู้จัดการและตำรวจ และบุคลิกภาพแบบเปิดตัวนั้นมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรมีความสามารถในการทำนายอาชีพที่อาศัยความเชี่ยวชาญในการฝึกอบรม

นอกจากนี้ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Hurtz และ Donovan's (2000) ซึ่งทำการศึกษาวิเคราะห์เพื่อทดสอบมิติของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับผลงานใน 4 เกณฑ์การวัด พบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกกับผลงานโดยรวมมีสหสัมพันธ์กัน .24 กับผลงานในเชิงทักษะมีสหสัมพันธ์กัน .16 การอุทิศตนให้กับการทำงานมีสหสัมพันธ์กัน .20 และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมีสหสัมพันธ์กัน .18

สมมติฐานที่ 6 บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายความพึงพอใจในผลงานของพนักงานชายได้

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ 6 เนื่องจากตัวแปรบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 38 ($R^2 = .38, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .62 ($p < .001$)

ผลการวิจัยแสดงว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในผลงานของพนักงานชาย อีกทั้งยังมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในผลงานของพนักงานชายได้ ทั้งนี้เนื่องจากความเป็นคนที่มีลักษณะที่สามารถควบคุมแรงกระตุ้นได้ดี มีลักษณะของการเรียนรู้ที่จะจัดการกับความปรารถนาของตนเอง อีกทั้งยังเป็นคนที่มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า มีความมุ่งมั่นในการทำงาน ซึ่งเอื้อต่อการทำงานในด้านงานชายได้ดี ทำให้เขามีความสามารถที่จะจัดการงานได้เป็นอย่างดี มีลักษณะของการวางแผนการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการนัดพบลูกค้า การวางแผนการขาย ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จในการทำงาน ประกอบกับงานพนักงานชายก็ต้องอาศัยความรับผิดชอบทั้งต่อตัวลูกค้าและต่อตนเอง เมื่อคนที่มีบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกเป็นคนมีระเบียบ มีความรับผิดชอบที่จะสามารถจัดการสิ่งต่างๆ เหล่านี้ให้เป็นไปอย่างเรียบร้อย ประกอบกับการให้ความสำคัญกับการทำงาน ความมุ่งมั่นปรารถนาอย่างแรงกล้าในตัวเขาจึงทำให้การทำงานในด้านงานชายประสบความสำเร็จและทำให้เขาเกิดความเชื่อมั่นว่าเขาทำได้และอยากที่จะทำงานนั้นต่อไป ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เขาเกิดความพึงพอใจกับงานในด้านงานชายนั่นเอง

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Judge, Heller, และ Mount (2002) ทำการศึกษาวิจัยด้วยการวิเคราะห์ด้วยวิธีอภิวเคราะห์เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความพึงพอใจในงานพบว่าบุคลิกภาพแบบความไม่มั่นคงทางอารมณ์มีสหสัมพันธ์สูงสุดคือ .29 รองลงมาคือ บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์ .26 และ

- บุคลิกภาพแบบเปิดตัว .25 โดยในงานวิจัยนี้ได้อธิบายอ้างอิงถึงงานวิจัยของ DeNeve และ Cooper (1998) ที่ว่าความมั่นคงทางอารมณ์หรือในอีกแง่หนึ่งคือการมีบุคลิกภาพแบบความไม่มั่นคงทางอารมณ์น้อย ประกอบกับบุคลิกภาพแบบเปิดตัว ทั้งสององค์ประกอบนี้คือองค์ประกอบที่นำไปสู่บุคลิกภาพที่มีความสุข หรือที่เรียกว่า "happy personality" ได้นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษา Judge และคณะ (1999) พบว่าบุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกเป็นตัวทำนายที่ดีที่สุดสำหรับการวัดความพึงพอใจในงานโดยภาพรวม

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมสามารถอภิปรายได้ดังนี้

- **ข้อค้นพบที่ 1** ผลงานของพนักงานขายมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในด้านงานขาย การประเมินผลงานของตนเองโดยเปรียบเทียบกับพนักงานขายคนอื่นๆ โควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ (ต่อ 3 เดือน) และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่าผลงานของพนักงานขาย มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับ ประสิทธิภาพในด้านงานขาย การประเมินผลงานของตนเองโดยเปรียบเทียบกับพนักงานขายคนอื่นๆ โควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ (ต่อ 3 เดือน) และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .29 .66 .55 และ .50 ตามลำดับ และล้วนมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งหมายความว่าผลงานของพนักงานขายมีความแปรผันไปในทิศทางเดียวกันกับตัวแปรอีก 4 ตัวแปร กล่าวคือ

1. ประสิทธิภาพในด้านงานขาย กล่าวคือ คนที่มีประสิทธิภาพด้านงานขายสูงมีแนวโน้มที่จะมีผลงานในระดับสูงด้วย

2. การประเมินผลงานของตนเองโดยเปรียบเทียบกับพนักงานขายคนอื่นๆ กล่าวคือ ผู้ที่ประเมินผลงานของตนเองโดยเปรียบเทียบกับพนักงานคนอื่นๆ ในระดับสูงมีแนวโน้มที่จะรับรู้ระดับผลงานของตนเองสูงไปด้วย

3. โควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ (ต่อ 3 เดือน) กล่าวคือ ผู้ที่มีโควตายอดขายในระดับสูงมีแนวโน้มที่จะรับรู้ผลงานของตนเองในระดับสูงด้วย

4. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน กล่าวคือ ผลงานกับรายได้เป็นสิ่งที่ไปในทิศทางเดียวกัน ผลที่ปรากฏเช่นนี้น่าจะสอดคล้องกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น กล่าวคือ การประเมินระดับผลงานของตนเองนั้นหมายถึงการรับรู้ระดับผลงานของตนเอง การที่จะบอกว่าระดับผลงานของตนเองสูงได้ ก็หมายถึงการมีความสามารถที่จะเป็นพนักงานขายที่เก่งได้นั้นก็คือ การมีความสามารถในการทำยอดขายได้สูง ซึ่งก็พบว่า ระดับผลงานมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับโควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ (ต่อ 3 เดือน) และเมื่อสามารถขายได้ในปริมาณที่มากก็ย่อมทำให้มีโอกาสได้ค่าตอบแทนสูงขึ้นตามปริมาณการขายที่ขายได้ ดังนั้นค่าตอบแทนหรือรายได้ที่ได้รับจึงควรที่จะมีความสัมพันธ์กับระดับผลงานด้วย ซึ่งก็พบว่าระดับผลงานมีความสัมพันธ์ไปใน

ทิศทางเดียวกันกับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน และในส่วนของประสบการณ์ด้านงานขายก็เช่นกัน ระดับผลงานที่สูงได้ก็น่าจะต้องอาศัยประสบการณ์การทำงานที่สั่งสมมาจึงทำให้เกิดความเชี่ยวชาญในการทำงาน ดังนั้นจึงสอดคล้องกับที่พบความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลงานกับประสบการณ์ในด้านงานขาย

ข้อค้นพบที่ 2 บุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถทำนายการรับรู้ระดับผลงานของพนักงานขายได้

จากผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่า ตัวแปรบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 14 ($R^2 = .14, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานขาย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ $-.37$ ($p < .001$) แสดงว่าบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์มีน้ำหนักในการทำนายการรับรู้ระดับผลงานของพนักงานขายได้ในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ การมีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในระดับต่ำจะทำให้พนักงานขายมีผลงานอยู่ในระดับสูง

ข้อค้นพบนี้อธิบายตามแนวคิดบุคลิกภาพได้ว่าการมีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ต่ำนั้นมีส่วนในการทำนายผลงานเพราะผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์สูงนั้นมีแนวโน้มที่จะมีอาการทางลบ เช่น ความกลัว ความเศร้า ความเขินอาย ความโกรธ ความรู้สึกผิดได้ง่าย มีความสามารถในการควบคุมแรงกระตุ้นของตนเองได้ไม่มากนัก และยังจัดการกับความเครียดได้ไม่ดีเท่าคนอื่น ๆ ตรงข้ามกับคนที่มีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ต่ำซึ่งจะเป็นผู้ที่มีความมั่นคงทางอารมณ์ มีอารมณ์สงบราบเรียบ ผ่อนคลายและสามารถเผชิญกับสถานการณ์ที่เคร่งเครียดได้อย่างไม่กังวลใจ ซึ่งเมื่อพิจารณาอาชีพพนักงานขายที่จะต้องพบเจอกับสถานการณ์ที่กดดันมากมาย พบเจอกับความผิดหวัง ท้อแท้ ถ้าเป็นผู้ที่มีความไวต่ออารมณ์ทางลบสูงด้วยแล้วก็จะส่งผลต่อการปรับตัวและไม่สามารถทำงานในสภาวะเช่นนั้นได้ ดังนั้นการมีลักษณะบุคลิกภาพด้านนี้ต่ำก็ย่อมหมายถึงการมีสภาวะอารมณ์ที่มั่นคง และสามารถเผชิญกับสถานการณ์ที่มีความเครียดได้สูงและมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการทำงานด้านการขายสูงขึ้นและนำมาสู่ระดับผลงานที่สูงนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Salgado (1997) ในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ซึ่งผลการศึกษานี้ชี้ว่าบุคลิกภาพแบบการมี

จิตสำนึกและความมั่นคงทางอารมณ์ มีความสามารถเป็นตัวทำนายในทุกๆเกณฑ์ของงานและทุกกลุ่มอาชีพซึ่งได้แก่ ตำรวจ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้จัดการ พนักงานขาย และแรงงานที่ต้องใช้ทักษะ

ข้อค้นพบที่ 3 บุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้

ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่า ตัวแปรบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 13 ($R^2 = .13, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ $-.36$ ($p < .001$) แสดงว่าบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์มีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้ในทิศทางตรงกันข้ามกล่าวคือ การมีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในระดับต่ำจะทำให้มีความพึงพอใจในงานของพนักงานขายอยู่ในระดับสูง

ข้อค้นพบข้อที่ 3 นี้เป็นไปในลักษณะที่คู่ขนานกับผลการวิจัยสมมติฐานที่ 4 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคลิกภาพแบบเปิดตัวและบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์นั้นน่าจะมีความเกี่ยวพันกันโดยทั้งสองตัวแปรต่างก็มีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้เช่นกันเพียงแต่เป็นในทิศทางตรงกันข้าม

ในส่วนของบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายนั้นอาจอธิบายได้ว่าเนื่องจากคนที่มีบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในระดับต่ำจะมีความมั่นคงทางอารมณ์และสามารถเผชิญกับสถานการณ์ที่กดดันได้อย่างไม่กังวลใจ ดังนั้นจึงสามารถรับมือกับสภาวะการทำงานในด้านงานขายได้ คือถึงแม้จะต้องเผชิญกับแรงกดดันจากงานขาย ความกดดันของเวลาหรือการทำยอดขายได้ตามเป้าหมายเพียงใด ก็เชื่อว่าสิ่งเหล่านี้จะไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางอารมณ์กับคนที่มีบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในระดับต่ำนี้ได้มากนัก อีกทั้งด้วยลักษณะที่ตรงกันข้ามกับคนที่มีบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในระดับสูง คนที่มีบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์ในระดับต่ำจะไม่ไวต่ออารมณ์ทางลบ และมีแนวโน้มที่จะไม่นำพาตัวเองไปสู่สภาวะที่ต้องเผชิญกับอารมณ์ทางลบซึ่งสุดท้ายแล้วจะนำพาให้เกิดการลดระดับความพึงพอใจต่อสิ่งที่ตนเองทำอยู่นั่นเอง

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Judge, Heller, และ Mount (2002) ที่ทำการศึกษาวินิจฉัยด้วยการทำคิกวิเคราะห์ เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความพึงพอใจในงานพบว่าบุคลิกภาพแบบมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์มีสหสัมพันธ์สูงสุดคือ -.29 รองลงมาคือ บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกมีสหสัมพันธ์ .26 และบุคลิกภาพแบบเปิดตัว .25 โดยในงานวิจัยนี้ได้อธิบายอ้างอิงถึงงานวิจัยของ DeNeve และ Cooper (1998) ที่ว่าความมั่นคงทางอารมณ์ (หรือในอีกแง่หนึ่งคือการมีบุคลิกภาพมีแบบความไม่มั่นคงทางอารมณ์ต่ำ) ประกอบกับบุคลิกภาพแบบเปิดตัว ทั้งสององค์ประกอบนี้คือองค์ประกอบที่นำไปสู่บุคลิกภาพที่มีความสุขหรือที่เรียกว่า "happy personality" ได้

Tokar, Fischer, และ Subich (1998) รายงานในงานวิจัยเชิงคุณภาพของเขาว่า การมีความพึงพอใจในงานเป็นอย่างดีนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการมีระดับความไม่มั่นคงทางอารมณ์ต่ำ และการมีระดับคะแนนสูงในบุคลิกภาพด้านการแสดงออกรวมทั้งตัวแปรอื่นๆที่เกี่ยวข้องซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Furnham และ Zacherl (1986) และงานวิจัยของ Tokar และ Subich (1997) ที่พบว่าบุคลิกภาพแบบเปิดตัวและมีความไม่มั่นคงทางอารมณ์เป็นตัวทำนายระดับความพึงพอใจในงานได้

ข้อค้นพบที่ 4 บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้

ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่า ตัวแปรบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 6 ($R^2 = .06, p < .05$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานขาย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .25 ($p < .05$)

การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อธิบายได้ว่าคนที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์จะมีลักษณะที่ค่อนข้างมีจินตนาการ ให้ความสนใจกับความรู้สึกภายใน ชอบใช้สติปัญญา มีการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระ ซึ่งถ้าเปรียบกับลักษณะของงานด้านการขายซึ่งมีลักษณะของการบังคับบัญชาน้อย ส่วนใหญ่จะมีการทำงานอย่างอิสระ ดังนั้นคนที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์จึงมีโอกาสที่จะได้ทำงานอย่างอิสระและได้ใช้ความรู้และสติปัญญาของตนเองอย่างเต็มที่ มีโอกาสในการถ่ายทอดความรู้สึกในการสื่อสารจูงใจให้ลูกค้าเชื่อและซื้อผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าคนที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์จะสามารถสร้างผลงานที่ดีและนำไปสู่การรับรู้ระดับผลงานที่ดีของตนได้ แต่อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยของ Salgado (1997) พบว่าบุคลิกภาพแบบ

เปิดรับประสบการณ์เป็นตัวทำนายที่ดีต่ออาชีพที่ต้องใช้ทักษะในการฝึกอบรมแต่ยังไม่มีการวิจัยใดบ่งชี้ว่าเป็นตัวทำนายที่ดีในอาชีพพนักงานขาย

ข้อค้นพบที่ 5 บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้

ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่า ตัวแปรบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 52 ($R^2 = .52$, $p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .72 ($p < .001$)

การที่ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้อธิบายได้ว่างานด้านการขายอาจจะเป็นงานที่ถือได้ว่ามีความท้าทายและไม่ซ้ำซากจำเจ เนื่องจากจะได้พบปะพูดคุยกับลูกค้าหรือผู้คนที่แตกต่างกันอยู่เสมอ ดังนั้นสำหรับคนที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์อาจจะถือว่าเป็นโอกาสที่พวกเขาจะได้พบกับอะไรที่หลากหลาย มีโอกาสได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์จากภายนอก ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการจูงใจลูกค้า ได้พบกับผู้คนแปลกๆใหม่ๆ ดังนั้นพวกเขาจึงน่าจะมีความพึงพอใจกับการทำงานในลักษณะเช่นนี้ก็ว่าได้

อย่างไรก็ตามในงานวิจัยของ Deneve และ Cooper (1998) กล่าวว่าลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์นั้นอาจจะเรียกได้ว่าเปรียบเสมือนดาบสองคมก็ว่าได้ในอันที่จะส่งผลให้บุคคลเกิดความรู้สึกทั้งทางบวกและทางลบอย่างลึกซึ้ง และในงานวิจัยของ Judge, Heller, และ Mount (2002) กล่าวว่าบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ดูเหมือนว่าจะไม่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับความพึงพอใจในงานแต่อย่างใด

ข้อค้นพบที่ 6 บุคลิกภาพแบบเป็นมิตรสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้

ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่า ตัวแปรบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้ร้อยละ 20 ($R^2 = .20$, $p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .45 ($p < .001$)

คนที่มีบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรนั้นมีลักษณะที่คล้ายกับบุคลิกภาพแบบเปิดตัวซึ่งเป็นบุคลิกภาพที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กล่าวคือ จะเป็นผู้ที่มีลักษณะอ่อนโยน เป็นมิตร เห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น ไม่เห็นแก่ตัว เห็นอกเห็นใจผู้อื่น อย่างไรก็ตามในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยคือ อาชีพพนักงานขาย ซึ่งจริงๆ แล้วควรที่จะมีลักษณะของการแข่งขันมากกว่าจะเป็นการช่วยเหลือ ร่วมมือร่วมใจกัน หรืออาจจะค่อนข้างออกไปในทางเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ตรงข้ามกับบุคลิกภาพแบบเป็นมิตร แต่ก็อาจอธิบายได้ว่า เกิดจากการที่สังคมไทยเราเป็นสังคมที่ช่วยเหลือ มีน้ำใจซึ่งกันและกัน เป็นสังคมแบบรวมกลุ่มมากกว่าที่จะอยู่อย่างโดดเดี่ยว แม้ว่าปัจจุบันจะมีลักษณะของความเป็นปัจเจกชนมากขึ้นก็ตาม แต่ลักษณะของการขอความช่วยเหลือผู้อื่น หรือมีน้ำใจให้แก่กันและกันก็ยังคงดำรงอยู่ และการประกอบอาชีพพนักงานขายก็เป็นอาชีพที่ได้พบปะผู้คน ต้องใช้ทักษะการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นซึ่งคนที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดตัวและบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรย่อมได้เปรียบเพราะมีทักษะด้านนี้อยู่แล้วดังที่งานวิจัยของ Salgado (1997) ทำการศึกษาวิจัยพบว่าบุคลิกภาพแบบเปิดตัวและบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรเป็นตัวทำนายที่ดีในอาชีพที่จำเป็นต้องใช้การมีปฏิสัมพันธ์ในเรื่องของการทำงานโดยตรง ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าบุคลิกภาพแบบเป็นมิตรจะสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้

สรุปภาพรวมของผลการวิจัยครั้งนี้จะพบว่าเมื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองและบุคลิกภาพห้ำหั่นประกอบในการทำนายผลงานและความพึงพอใจในงานของพนักงานขายจะพบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองเป็นตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายผลงานได้อย่างมีน้ำหนักมากกว่าบุคลิกภาพห้ำหั่นประกอบ แต่บุคลิกภาพแบบแบบเปิดรับประสบการณ์เป็นตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายความพึงพอใจในงานได้ดีที่สุด โดยบุคลิกภาพแบบหลงตนเองทำนายความพึงพอใจในงานได้น้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในการทำนายผลงานและความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบในการทำนายผลงานและความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย

สมมติฐานในการวิจัย

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้
2. บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้
3. บุคลิกภาพแบบการแสดงออกสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้
4. บุคลิกภาพแบบการแสดงออกสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้
5. บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายผลงานของพนักงานขายได้
6. บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานขายได้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นพนักงานขายจำนวน 111 คนแบ่งเป็น

- | | | | |
|--|-------|----|----|
| 1. พนักงานขายอุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์ หรือสารเคมี | จำนวน | 36 | คน |
| 2. พนักงานขายประกันชีวิต | จำนวน | 56 | คน |
| 3. พนักงานขายเครื่องใช้ไฟฟ้า | จำนวน | 19 | คน |

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. มาตรวัดความหลงตนเอง

ใช้มาตรวัดของนางสาวชิตศุภางค์ รังสีสมบัติศิริ นางสาวนุชารัตน์ มุ่งคุณ นางสาวปฏิภากร นาครอด และนางสาวประพิมพา จรัสรัตนกุล (2551) ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คัคณางค์ มณีศรี มีข้อกระทงทั้งสิ้น 45 ข้อกระทง เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) มี 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ดังนี้

1. ด้านอำนาจหน้าที่ (Authority) จำนวน 4 ข้อ
2. ด้านความสามารถในการพึ่งตนเอง (Self-Sufficiency) จำนวน 7 ข้อ
3. ด้านความเหนือกว่าผู้อื่น (Superiority) จำนวน 5 ข้อ
4. ด้านการชอบแสดงออก (Exhibitionism) จำนวน 7 ข้อ
5. ด้านการแสวงหาประโยชน์ (Exploitativeness) จำนวน 8 ข้อ
6. ด้านความทะนงตน (Vanity) จำนวน 4 ข้อ
7. ด้านการสมควรได้มากกว่าผู้อื่น (Entitlement) จำนวน 6 ข้อ
8. ด้านการหวั่นไหวมากกว่าปกติ (Hypersensitivity) จำนวน 4 ข้อ

2. มาตรวัดบุคลิกภาพ

เป็นมาตรวัดที่ใช้วัดบุคลิกภาพของผู้ร่วมการวิจัยเพื่อจำแนกลักษณะของบุคลิกภาพ 5 มิติ โดยเป็นมาตรที่นางสาวขวัญเรือนแสงจีน, นางสาวนิตยา เมธาพิพัฒน์ และนางสาวศุภมาตี คุรสานนท์ ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คัคณางค์ มณีศรี ซึ่งได้ร่วมกันสร้างขึ้นตามแนวโครงสร้างของ NEO PI-R ของ Costa และ McCrae (1992) ประกอบด้วย 5 มิติ คือ ความไม่มั่นคงทางอารมณ์ การเปิดตัว การเปิดรับประสบการณ์ ความเป็นมิตร และการมีจิตสำนึก รวมจำนวน 50 ข้อกระทง มิติละ 10 ข้อกระทง

3. มาตรวัดความพึงพอใจในงาน

เป็นมาตรวัดความพึงพอใจในงานด้านทั่วไปหรือ Job in General (JIG) ที่นางสาวนิตยารัตนพิชิต ได้พัฒนาขึ้นตามแนวของ Smith และคณะ (1985) โดยลักษณะการตอบจะเป็นการเลือก "ใช่" "ไม่แน่ใจ" หรือ "ไม่ใช่" ในข้อที่ตรงกับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม

4. แบบสอบถามผลงานของพนักงานขาย

ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อได้แก่

1. คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ด้านงานขาย
2. คำถามให้ผู้ร่วมการวิจัยประเมินตนเองเกี่ยวกับระดับผลงานของตนเอง เปรียบเทียบกับพนักงานขายคนอื่น ๆ ซึ่งมี 5 ระดับ ได้แก่ ดีเลิศ (อยู่ในระดับ 5% แรก) ดีเยี่ยม (อยู่ในระดับ 15% แรก) ดี (อยู่ในระดับ 30% แรก) ปานกลาง (เท่ากับพนักงานขายโดยเฉลี่ย) และ ต่ำกว่าพนักงานขายโดยเฉลี่ย
3. คำถามเกี่ยวกับระดับผลงาน ให้ผู้ร่วมการวิจัยเลือกตอบเป็นสเกล 10 ช่วง คะแนน เรียงลำดับจาก 1-100 โดย 1 หมายถึงผลงานอยู่ในระดับต่ำ และ 100 หมายถึงผลงานอยู่ในระดับสูง
4. คำถามเกี่ยวกับโควตายอดขายที่ขายได้โดยเฉลี่ย คิดเป็นช่วงเปอร์เซ็นต์
5. คำถามเกี่ยวกับรายได้ โดยมีช่วงของรายได้ให้เลือกตอบเป็นช่วงๆ (รวมเงินเดือน ค่าคอมมิชชั่น โบนัส ฯลฯ)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยติดต่อขอความร่วมมือจากพนักงานขายในการตอบแบบสอบถามผ่านผู้ที่รู้จักคุ้นเคยกับพนักงานขายหรือทำงานในหน่วยงานที่มีพนักงานขาย ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามแก่พนักงานขายจำนวน 142 ฉบับ ประกอบด้วย มาตรฐานบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มาตรฐานบุคลิกภาพหน้าองค์กรประกอบ มาตรฐานความพึงพอใจในงาน และแบบสอบถามข้อมูลการขาย หลังจากนั้น 3 สัปดาห์ผู้วิจัยจึงเรียกเก็บแบบสอบถามคืน ได้จำนวนแบบสอบถามคืน 120 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่มีข้อมูลสมบูรณ์จำนวน 111 ฉบับ ซึ่งจะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการหาค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) และ วิธีการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) โดยใช้โปรแกรมเอสพีเอสเอส ฟอว์ วินโดวส์ (SPSS for Windows)

ผลการวิจัย

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 19 ($R^2 = .19, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .43 ($p < .001$)

2. บุคลิกภาพแบบหลงตนเองสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 11 ($R^2 = .11, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .33 ($p < .001$)

3. บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 6 ($R^2 = .06, p < .05$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานชาย ได้ต่ำกว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .24 ($p < .05$)

4. บุคลิกภาพแบบเปิดตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 35 ($R^2 = .35, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .59 ($p < .001$)

5. บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 4 ($R^2 = .04, p < .05$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานชาย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .20 ($p < .05$)

6. บุคลิกภาพแบบการมีจิตสำนึกสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 38 ($R^2 = .38, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .62 ($p < .001$)

7. ผลงานของพนักงานชาย มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในด้านงานขาย การประเมินผลงานของตนเองโดยเปรียบเทียบกับพนักงานชายคนอื่นๆ โควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ (ต่อ 3 เดือน) และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ($r = .29, .66, .55$ และ $.50$ ตามลำดับ, $p < .001$)

8. บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 14 ($R^2 = .14, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานชาย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ .37 ($p < .001$)

9. บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 13 ($R^2 = .13, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ $-.36 (p < .001)$

10. บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 6 ($R^2 = .06, p < .05$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายผลงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ $.25 (p < .05)$

11. บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 52 ($R^2 = .52, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ $.72 (p < .001)$

12. บุคลิกภาพแบบเป็นมิตรสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้ร้อยละ 20 ($R^2 = .20, p < .001$) โดยมีน้ำหนักในการทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานชายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ $.45 (p < .001)$

ข้อเสนอแนะ

1. ผลงานในการวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดที่เป็นการประเมินผลงานของพนักงานชายโดยให้เจ้าตัวประเมินตนเอง ซึ่งบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมีอิทธิพลต่อการรับรู้ตนเองในทางบวก ดังนั้นงานวิจัยต่อไปควรให้ผลงานที่เป็นการประเมินโดยผู้บังคับบัญชาหรือผู้เกี่ยวข้องเพื่อควบคุมอิทธิพลของการรับรู้ตนเองของพนักงานชาย

2. การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณภาพได้เพียง 111 คน ดังนั้นถ้าเป็นไปได้ควรมีการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างให้มากกว่านี้

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กันยารัตน์ สอาดเย็น. (2549). อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ลักษณะของเป้าหมายและ
ความท้าทายของงานต่อแรงจูงใจในกิจกรรมและผลงาน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหา
บัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ขวัญเรือน แสงจีน. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและความตั้งใจทางกายภาพกับ
สถานภาพทางสังคม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะ
จิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุฬาลักษณ์ เซารัสสุวรรณกิจ. (2549). พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์และการแสวงหาการสัมผัสของ
นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี: การศึกษาตามแนวรูปแบบบูรณาการของการเปลี่ยน
พฤติกรรม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิตยา เมธาพิพัฒน์. (2546). ความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพและเพศในการตีความหมายสิ่ง
ชี้แนะอารมณ์ที่ไม่ใช่วาจา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม
คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิตยา รัตนพิชิต. (2534). การทำนายความพึงพอใจในงานของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการภาคพื้น
บริษัทการบินไทย จำกัด ด้วยคะแนนการกำกับและการแสดงออกของตน. วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปัทมาภรณ์ สรรพรชัยพงษ์. (2545). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในการทำงานกับความพึงพอใจในงาน ของพยาบาลประจำการงานผู้ป่วยใน โรงพยาบาลชุมชน ภาคกลาง*. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรสวรรค์ ดันโชติศรีนนท์. (2547). *อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองต่อความตั้งใจดูแลแบบโรแมนติก*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภดี คุวสานนท์. (2546). *อิทธิพลของบุคลิกภาพ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และอารมณ์ต่อการพยายามควบคุมอารมณ์*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รง ภู่วงไพโรจน์. (2540). *ผลกระทบของปัจจัยส่วนบุคคล และคุณลักษณะของงานที่มีต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรที่ทำงานด้านคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมสุข ตีลกสกุลชัย. (2534). *การเปรียบเทียบเจตคติต่อวิชาชีพการพยาบาล และความพึงพอใจในงานของพยาบาลโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ที่มีอายุ ตำแหน่ง และระดับการศึกษาต่างกัน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อภิสิทธิ์ อนันตนาถรัตน์. (2539). *ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้บังคับบัญชาตามการรับรู้ของผู้ใต้บังคับบัญชา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1993). Autonomy as a moderator of the relationships between the big five personality dimensions and job performance. *Journal of Applied Psychology, 78*, 111-118.

Dudley, N. M., Orvis, K. A., Lebioccki, J. E., & Cortina, J. M. (2006). A meta-analytic investigation of conscientiousness in the prediction of job performance: Examining the intercorrelations and the incrementa. *Journal of Applied Psychology, 91*, 40-51.

Judge, T. A., Heller, D., & Mount, M. K. (2002). Five-factor model of personality and job satisfaction: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology, 87*, 530-541.

Salgado, J. F. (1997). The five factor model of personality and job performance in the european community. *Journal of Applied Psychology, 82*, 30-43.

Seligman, M. E. P., & Schulman, P. (1986). Explanatory style as a predictor of productivity and quitting among life insurance sales agent. *Journal of Personality and Social Psychology, 50*, 832-838.

Soyor, R. B., Rovenpor, J. H., & Kopelman, R. E. (1999). Narcissism and achievement motivation as related to three facets of the sales role: Attraction, satisfaction, and performance. *Journal of Business and Psychology, 14*, 285-304.

Tokar, D. M., & Dsubich, L. M. (1997). Relative contributions of congruence and personality dimensions to job satisfaction. *Journal of Vocational Behavior, 50*, 482-491.

- Wallace, H. M., & Baumeister, R. F. (2002). The performance of narcissists rises and falls with perceived opportunity for glory. *Journal of Personality and Social Psychology, 82*, 819-834.

Witt, L. A. (2002). The interactive effects of extraversion and conscientiousness on performance. *Journal of Management, 28*, 835-851.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสำรวจความคิดเห็น

--	--	--

สำหรับผู้วิจัย

แบบสำรวจชุดนี้ใช้เป็นข้อมูลของการวิจัยในวิชา Senior Project ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ แบบสำรวจบุคลิกภาพ(1) แบบสำรวจบุคลิกภาพ(2) ข้อมูลการทำงานและแบบสำรวจความรู้สึกที่มีต่องาน ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน กรุณาตอบคำถามให้ครบทุกข้อ และเลือกคำตอบที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด โดยผู้วิจัยรับรองว่าข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะเป็นความลับและจะไม่มีผลกระทบใดๆต่อตัวท่านทั้งสิ้น

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

นายจรัสพงศ์ ศรีภพ

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 1 แบบสำรวจบุคลิกภาพ (1)

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว โปรดกรอกข้อมูลลงในช่องว่าง และ เขียนเครื่องหมาย / ลงในช่อง

ที่เหมาะสม

1.1 อายุ.....ปี

1.2 ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 สูงกว่าปริญญาตรี

1.3 เพศ หญิง ชาย

ตอนที่ 2 คำชี้แจง ขอให้ท่านอ่านข้อความ และเขียนวงกลม ล้อมรอบตัวเลข 1,2,3,4, หรือ 5 ในช่องทางขวามือที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ตัวอย่างมาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง

ข้อ	ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ทั้งข้างพอดๆกัน	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
		1	2	3	4	5
1	ฉันมองว่าตัวเองเป็นผู้นำที่ดี	1	2	3	4	5
20	ฉันกล้าทำทุกอย่างเวลาอยู่ต่อหน้าคนอื่น	1	2	3	4	5
37	ฉันคิดว่าในชีวิตฉันยังขาดบางอย่างที่ฉันสมควรจะได้รับ	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 2 แบบสำรวจบุคลิกภาพ (2)

ตัวอย่างมาตรวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ข้อ	ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ทั้งข้างพอดๆกัน	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
		1	2	3	4	5
7	ฉันรู้สึกสนุกเมื่อได้พบปะกับคนมากมาย	1	2	3	4	5
33	ฉันคิดว่าความรู้สึกหรืออารมณ์ที่ฉันมีเป็นสิ่งสำคัญในชีวิต	1	2	3	4	5
43	ฉันชอบลองทำกิจกรรมใหม่ๆ ที่มีความหลากหลาย	1	2	3	4	5

4. โควตาโดยเฉลี่ยที่ขายได้ (ต่อ 3 เดือน)

- ขายได้ต่ำกว่า 50% จากเป้า
 ขายได้ระหว่าง 51%-75% จากเป้า
 ขายได้ระหว่าง 76%-100% จากเป้า
 ขายได้ระหว่าง 101%-125% จากเป้า
 ขายได้ระหว่าง 126%-150% จากเป้า
 ขายได้ระหว่าง 151%-175% จากเป้า
 ขายได้ระหว่าง 176%-200% จากเป้า
 ขายได้มากกว่า 200% จากเป้า

5. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน เช่น เงินเดือน + ค่าคอมมิชชั่น + โบนัส + ฯลฯ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,001-10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 10,001-15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001-20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001-25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 25,001-30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001-35,000 บาท | <input type="checkbox"/> 35,001-40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 40,001-45,000 บาท | <input type="checkbox"/> 45,001-50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 50,001-55,000 บาท | <input type="checkbox"/> 55,001-60,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 60,001-65,000 บาท | <input type="checkbox"/> 65,001-70,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 70,001-75,000 บาท | <input type="checkbox"/> 75,001-80,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 80,001-85,000 บาท | <input type="checkbox"/> 85,001-90,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 90,001-95,000 บาท | <input type="checkbox"/> 95,001-100,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 100,000 บาท | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

ตัวอย่างมาตรวัดความพึงพอใจในงาน

ข้อ	ข้อความ	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่
3	ข้าพเจ้าคิดว่างานนี้เป็นงานที่ดีในระดับอุดมคติ			
8	งานของข้าพเจ้าจัดว่าดีต่อกว่างานอื่นๆ			
16	ข้าพเจ้ารู้สึกสนุกเพลิดเพลินกับการทำงาน			