

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ **อำนาจการพยากรณ์ของการรับรู้กลยุทธ์การใช้อำนาจ
ของผู้นำและบุคลิกภาพต่อความพึงพอใจในงานของ
พนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัด
เชียงใหม่**

ผู้เขียน **นางสาวนิติธร เชื้อนเพชร**

ปริญญา **วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
(จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ)**

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ **ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ ตั้งกิตติภาภรณ์**

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาอำนาจพยากรณ์ของการรับรู้กลยุทธ์การใช้อำนาจของผู้นำต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อศึกษาอำนาจพยากรณ์ของบุคลิกภาพต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ (3) เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การใช้อำนาจของผู้นำและบุคลิกภาพระหว่างพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความพึงพอใจในงานสูงและต่ำ

รูปแบบการศึกษาเป็นลักษณะงานวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 183 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยเครื่องมือ 4 ชนิด คือ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปทางประชากร แบบสอบถามการรับรู้กลยุทธ์การใช้อำนาจของผู้นำ แบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI แบบสอบถามความพึงพอใจในงาน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม (t-test) ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1. การรับรู้กลยุทธ์การใช้อำนาจของผู้นำมีอำนาจพยากรณ์ความพึงพอใจในงานของพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ได้แก่ การรับรู้กลยุทธ์การใช้ความเชี่ยวชาญ ($\beta = .391, t = 5.469, p < 0.01$) และการรับรู้กลยุทธ์การใช้บุคคลอ้างอิง ($\beta = .164, t = 2.302, p < 0.05$) โดยทั้ง 2 องค์ประกอบสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจในงานได้ร้อยละ 22.3 ($\text{Adj } R^2 = .223$)

2. บุคลิกภาพมีอำนาจพยากรณ์ความพึงพอใจในงานของพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ บุคลิกภาพมิติที่ 1 ด้านเปิดเผยต่อสังคม ($\beta = .384, t = 4.645, p < 0.01$) และบุคลิกภาพมิติที่ 2 ด้านอารมณ์ห้วนเหว ($\beta = -.274, t = -3.319, p < 0.01$) โดยทั้ง 2 ตัวแปรสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจในงานได้ร้อยละ 10.2 ($\text{Adj } R^2 = .102$)

3. พนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความพึงพอใจในงานสูงรับรู้กลยุทธ์การใช้อำนาจของผู้นำด้านการให้รางวัล ($t = -5.74, p < 0.01$) กลยุทธ์ด้านการใช้ตำแหน่ง ($t = -4.17, p < 0.01$) กลยุทธ์ด้านการใช้ความเชี่ยวชาญ ($t = -5.61, p < 0.01$) และกลยุทธ์ด้านการใช้บุคคลอ้างอิง ($t = -3.65, p < 0.01$) สูงกว่าพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความพึงพอใจในงานต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. พนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความพึงพอใจในงานสูงมีบุคลิกภาพมิติที่ 1 ด้านเปิดเผยต่อสังคม ($t = -3.24, p < 0.01$) สูงกว่าพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความพึงพอใจในงานต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

Independent Study Title	Predictive Power of Perceived Leadership Power Strategies and Personality to Job Satisfaction of Reservation and Airline Ticketing Officers in Chiang Mai
Author	Miss Nitithon Khuenphet
Degree	Master of Science (Industrial and Organization Psychology)
Independent Study Advisor	Asst. Prof. Dr. Jiraporn Tangkittipaporn

ABSTRACT

The purposes of this study were (1) to study the predictive power of perceived leadership power strategies to job satisfaction of reservation and airline ticketing officers in Chiang Mai. (2) to study the predictive power of personality to job satisfaction of reservation and airline ticketing officers in Chiang Mai. (3) to comparatively study the difference of perceived leadership power strategies, personality between low and high job satisfaction of reservation and airline ticketing officers in Chiang Mai.

The survey research design was used. The samples were 183 the reservation and airline ticketing officers in Chiang Mai province. The research instruments consisted of 4 scales: (1) demographic data scale, (2) perceived leadership power strategies scale, (3) MPI test, (4) job satisfaction scale. The multiple regressions and the t-test were employed to analyze the data by using SPSS for Window. The major findings were as follows:

1. The perceived leadership power strategies significantly predicting job satisfaction of the reservation and airline ticketing officers in Chiang Mai were as follows: (1) the perceived expert power strategy ($\beta = .391, t = 5.469, p < 0.01$) and (2) The perceived reference power strategy ($\beta = .164, t = 2.302, p < 0.05$). These predictive variables accounted for 22.3 % (Adj $R^2 = .223$).

2. Personality significantly predicting job satisfaction of the reservation and airline ticketing officers in Chiang Mai were as follows: (1) personality - extraversion scale ($\beta = .384, t = 4.645, p < 0.01$) (2) personality - neuroticism scale ($\beta = -.274, t = -3.319, p < 0.01$). The predictive variables accounted for 10.2 % (Adj $R^2 = .102$).

3. High job satisfaction of the reservation and airline ticketing officers in Chiang Mai reported higher perceived (1) reward power strategy ($t = -5.74, p < 0.01$); (2) perceived legitimate power strategy ($t = -4.17, p < 0.01$); (3) perceived expert power strategy ($t = -5.61, p < 0.01$); and (4) perceived reference power strategy ($t = -3.65, p < 0.01$) than those low job satisfaction of the reservation and airline ticketing officers in Chiang Mai.

4. High job satisfaction of the reservation and airline ticketing officers in Chiang Mai reported higher personality - extraversion scale ($t = -3.24, p < 0.01$) than those low job satisfaction of the reservation and airline ticketing officers in Chiang Mai.