

(ก)

ชื่อโครงการวิจัย : ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายในเขตฝั่งธนบุรี

(RELATIONSHIP OF MOTIVATION FACTORS TOWARD SALE PEOPLE'S
PERFORMANCE IN THONBURI AREA)

ชื่อผู้วิจัย : เบลญจวรรณ อูซุงพงศ์อมร

คณะบริหารธุรกิจ: สาขาการตลาด

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแรงจูงใจขององค์กรธุรกิจ ลักษณะทั่วไป ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ปัจจัยแรงจูงใจศึกษาตามแนวคิดทฤษฎีของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานขายอุตสาหกรรมในเขตฝั่งธนบุรีตามบัญชีรายชื่อแยกตามเขต ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) รวบรวมจำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน คือ ลักษณะทั่วไปของพนักงานขาย สภาพแรงจูงใจขององค์กรธุรกิจ และผลการปฏิบัติงานตามเป้าหมายการขายในปีที่ผ่านมา ความคิดเห็นต่อปัจจัยแรงจูงใจ และปัญหาอุปสรรคและความสำเร็จ การปฏิบัติงานของพนักงานขาย ทำการทดสอบเครื่องมือความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นได้สัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) .9084 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ไคร้สแควร์ (Chi-Square test) และ สเปียร์แมนคอร์ริเลชัน (Spearman Correlation) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในรูปผลตอบแทนเป็นค่านายหน้ามากที่สุด และส่วนใหญ่มีวิธีการจ่ายเป็นเปอร์เซ็นต์ต่อชิ้นการขาย รองลงมาคือ การจ่ายผลตอบแทนในรูปโบนัส และจูงใจโดยให้ ค่าน้ำมันออกปฏิบัติงาน ค่าเดินทาง และค่าที่พัก ตามลำดับ สภาพการจูงใจภายในขององค์กรธุรกิจ พบว่า ความมั่นคงในการทำงานเป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากที่สุด รองลงมาคือ การยกย่องชมเชยจากหัวหน้างาน ความรู้สึกอยู่ในองค์กรมีชื่อเสียง และการสร้างความท้าทายในการทำงานตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน เงินเดือนทัศนคติของพนักงานขายที่มีต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และปัจจัยแรงจูงใจตามแนวคิดทฤษฎีของเฮร์ซเบิร์ก มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ ด้านการปฏิบัติงานที่ได้รับความสำเร็จตามเป้าหมาย ความรวดเร็วผิดพลาดน้อย และการปฏิบัติในงานที่รับผิดชอบมีความสำเร็จอยู่เสมอ ปัจจัยการยอมรับนับถือ ด้านการยอมรับผลงานจากผู้บังคับบัญชา และการได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานในความสามารถ การได้รับเลือกให้เป็นผู้ปฏิบัติงานที่ยากซับซ้อน ปัจจัยลักษณะงาน ด้านการให้ความรับผิดชอบที่เหมาะสมกับความสามารถของพนักงานขาย การได้ให้พนักงานขายได้รับเป้าหมายที่ท้าทายความสามารถ และการให้ใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ ปัจจัยความรับผิดชอบ ด้านการให้โอกาสในหน้าที่รับผิดชอบอย่างเหมาะสม การให้อำนาจที่เพียงพอกับงานที่รับผิดชอบอยู่ปัจจุบัน ความพอใจกับการได้รับมอบงานที่เพิ่มขึ้น ปัจจัยนโยบายและการบริหารงาน ด้านการให้พนักงานขายได้เข้าใจหลักการและเป้าหมายในงานกับบริษัท ระบบการทำงานมีการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบชัดเจนพอควร ปัจจัยการควบคุมบังคับบัญชา ด้านการที่ผู้บังคับบัญชาปกครองด้วยเหตุผลและความยุติธรรม การให้คำปรึกษาและได้รับคำแนะนำจากผู้บังคับบัญชาเสมอ การให้หลักการแนวปฏิบัติในงานแล้วปล่อยให้ปฏิบัติโดยไม่ควบคุมทำให้รู้สึกเป็นอิสระ ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความสัมพันธ์อันดีใน

(ข)

หน่วยงานและความร่วมมือประสานงานและความสัมพันธ์พนักงานขายกับเพื่อนร่วมงานฝ่ายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ปัจจัยเงินเดือนและรายได้ ด้านความพอใจในเงินเดือน ผลตอบแทนปัจจุบัน เงินเดือนที่ได้รับเหมาะสมกับปริมาณงานและหน้าที่รับผิดชอบอยู่ ปัจจัยสถานภาพ ด้านความภูมิใจหรือพอใจกับตำแหน่งปัจจุบันที่ดำรงอยู่ ปัจจัยความมั่นคง ด้านงานปัจจุบันที่มีความมั่นคง มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และพบว่า ปัจจัยความก้าวหน้า ปัจจัยโอกาสเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน ปัจจัยสภาพการทำงาน ปัจจัยความเป็นส่วนตัวหรือความเป็นอิสระในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

งานวิจัยนี้เป็นแนวทางการประยุกต์ด้านสรรหาคัดเลือกพนักงานขาย และเป็นแนวทางต่อการ ประยุกต์ใช้ในการบริหารงานขาย และองค์กรธุรกิจในตลาดสินค้าอุตสาหกรรม

(A)

ABSTRACT:

This study was conducted with the objective to study the sales incentive of the business organization, the general characteristics, and factors of incentive related to the result of sales performance. Factors of incentive are considered in accordance with Herzberg's Theory. The representative sample in this study was a group of industrial salesmen in the Thonburi vicinity divided into districts by using the simple random sampling of 400 salesmen. The study tool was by questionnaire composed of 4 parts, namely, general characteristics of salesmen, the condition of incentive of the business organization and the result of the past year sales target, salesmen's view as to the factors of incentive, and the problem and success of sales performance by testing the accuracy tool of Coefficient of Alpha of 0.9084. The statistics used in this analysis is percentage, method of average, Chi-Square, and Spearman Correlation with a significant level of 0.05 or better.

The study found that the sample received best incentive in form of commission and the majority was paid in percentage of sales scale. The sample with lower incentive received the compensation in the form of a bonus, gasoline spending, traveling expense, and rental allowances respectively. Within the organization itself the study found that the best incentive was in the form of security of job, the admiration from the superior, the reputation of the organization, and the challenge of the job respectively.

By testing the hypothesis the study found that age, education, experience of work, salary, and attitude toward organization have relation with the salesmen's performance. Herzberg's theory, in terms of relation of incentive to salesmen's performance, found that factors of success toward quick sales target, few mistakes, achievement of job, recognition from the superior, acceptance of sales ability from the associate, assignments of difficult job, characteristics of job, assignments of right man to the right job, challenge of job, ability to use the best of salesmen's knowledge, opportunity to take the appropriate responsibility, opportunity to delegate sufficient authority, satisfaction of additional assignment of work, understanding target of the organization's policy and administration of work, clear responsibility of job, clear channel of command, a reasonable and just superior, frequent consultation and recommendation from the superior, free to delegate authority to the subordinate to handle the job, good human relations within and without the organization, factors of salary income satisfaction, present income remuneration is in line with the ability and responsibility of the salesman, the state of pride and satisfaction toward present job, security of job are related to the performance of salesmen, while opportunity of job advancement in the organization, condition of work, factor of privacy and freedom of work are not related to the performance of the salesmen.

This study can be applied as a guide line in the selection process of salesmen and sales administration in the business organization