

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางการพาณิชย์ อุตสาหกรรม และการคมนาคม เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของจังหวัดภาคเหนือตอนบน โดยจำนวนผู้มาท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2548 จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือน 3,997,776 คน แยกเป็นนักท่องเที่ยว 3,708,795 คน และนักท่องเที่ยว 288,981 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2549) และจากข้อมูลอัตราการเติบโตของประชากรซึ่งสัมพันธ์กับการวางผังขยายผังเมืองรวมเมืองเชียงใหม่ ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3 จะเห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่มีการเติบโตและมีการขยายของเมืองอย่างมาก (สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองเชียงใหม่, 2551:ออนไลน์) แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การใช้จ่ายด้านสถานที่พักผ่อน ด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ด้านอาหารและเครื่องดื่มและด้านบันเทิงยังคงเป็นหมวดค่าใช้จ่ายที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ในปี พ.ศ.2547 คิดเป็นร้อยละ 34.87 ส่วนในปี พ.ศ. 2548 คิดเป็นร้อยละ 37.29 (กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)

จากการที่ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ ทำให้สถานบันเทิงประเภทผับและกัตาคารที่เปิดกิจการในจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (สรรพสามิตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่, 2549) ส่งผลถึงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มสูงขึ้นตาม (กรมพัฒนาธุรกิจและสรรพสามิตจังหวัด, 2550) ทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีบริษัทนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างสนใจเข้ามาลงทุน เป็นจำนวนมาก และขนาดของตลาดในเชิงปริมาณการบริโภคและยอดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เทียบได้เป็นอันดับ 2 รองจากกรุงเทพฯ ส่วนอันดับ 3 อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามลำดับ(กรมศุลกากร, 2550) ซึ่งบริษัทที่เข้ามาทำการตลาดและกระจายสินค้ารวมถึงจ้างพนักงานส่งเสริมการขายประจำตามสถานบันเทิงประเภทผับและกัตาคาร ได้แก่บริษัท เพอร์นอต ริคาร์ด ประเทศไทย บริษัทไทยเอเชียแปซิฟิก บริษัทบาร์คาร์ดี ประเทศไทย จำกัด บริษัทไทยเบฟเวอเรจ บริษัทคิอาจิโอ โมเอ็ด เฮนเนสซี่ บริษัทสิงห์คอร์เปอเรชั่น บริษัทซาน มิเกล เบียร์ ประเทศไทย จำกัด บริษัทสยามไวเนอร์ จำกัด(Marketeer Magazine, 2550:22) สำหรับตลาดวิสกี้นำเข้า มี บริษัท คิอาจิโอ โมเอ็ด เฮนเนสซี่ เป็นผู้นำ มีส่วนครองตลาด ร้อยละ 45 และมี

บริษัทเพอร์นอต ริคาร์ด ประเทศไทย เป็นผู้ทำชิง โดยมีส่วนครองตลาด ร้อยละ 40 และมีบริษัทบาร์ คาคีประเทศไทย จำกัด เป็นผู้ตาม โดยมีส่วนครองตลาด ร้อยละ 15 สำหรับตลาดเบียร์มี บริษัทไทยเบฟ เวอเรจ เป็นผู้นำ มีส่วนครองตลาด ร้อยละ 45 และมีบริษัทสิงห์คอร์เปอเรชั่นเป็นผู้ทำชิง โดยมีส่วน ครองตลาด ร้อยละ 40 บริษัทไทยเอเชียแปซิฟิกและบริษัทซาน มิเกล เบียร์ ประเทศไทย เป็นผู้ตาม โดย มีส่วนครองตลาด ร้อยละ 10 และร้อยละ 5 ตามลำดับ (กรมศุลกากรและกรมสรรพสามิต, 2550)

สถานการณ์การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย หลังจากที่รัฐบาลออกร่าง กฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ปี พ.ศ.2551 กฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภค กระทรวงสาธารณสุขและองค์การอาหารและยา ส่งผลให้เกิดการจำกัดการโฆษณาส่งเสริม การขาย การจัดจำหน่ายและการบริโภค การขึ้นอัตราภาษีนำเข้า สุราต่างประเทศ การจำกัดเวลาการจัด จำหน่ายและห้ามการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึง การรณรงค์เมาไม่ขับของกระทรวงสาธารณสุข สสส.(สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้าง เสริมสุขภาพ) ร่วมกับกรมตำรวจ โดยการเข้มงวด ตั้งด่านตรวจจับหรือการใช้เครื่องเป่าลมหายใจเพื่อ ตรวจหาระดับแอลกอฮอล์ในร่างกายของผู้ขับขี่ยานพาหนะ(สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ, 2544) จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น ธุรกิจในอุตสาหกรรมจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นำเข้าจากต่างประเทศรวมถึงอุตสาหกรรมที่ผลิตเองเพื่อจำหน่ายในประเทศจึงต้องมีแข่งขันกันสูงขึ้น เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ สถานการณ์ดังกล่าวผลให้ผู้ประกอบธุรกิจเปลี่ยนมาแข่งขัน โดยการหา โอกาสทางการตลาดใหม่ โดยการมุ่งการตลาดเพื่อตอบสนองสังคมแทน (Corporate Social Responsibility) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ และเน้นการทำตลาดทางตรงมากขึ้น โดยมุ่งสู่ตลาดคน กลางและตลาดผู้บริโภค เป็นผลให้เกิดการขยายการจ้างงานของฝ่ายขาย ได้แก่ หน่วยรถกระจายสินค้า พนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์ พนักงานส่งเสริมการขายตามห้างค้าปลีกสมัยใหม่(โมเดิร์นเทรด)และ ร้านอาหารสถานบริการ สถานบันเทิง (สำนักงานแรงงานและประกันสังคม, 2549) ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ของแต่ละบริษัท จะเป็นที่ยอมรับและขายได้จึงขึ้นอยู่กับความสามารถของพนักงานขาย และพนักงานส่งเสริมการขาย พนักงานหน่วยรถกระจายสินค้า พนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์ ที่ทำงานอยู่ ตามสถานที่ดังกล่าว ซึ่งพนักงานเหล่านี้มีหน้าที่สำคัญในการเสนอ สรรพคุณสินค้าและข้อมูลใหม่ๆ รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับพ่อค้าคนกลางและผู้บริโภคโดยตรง ตลอดถึงการขาย รับใบสั่ง ซื่อ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนกลางทางการค้าและผู้บริโภค และมีหน้าที่เก็บข้อมูลการขาย สินค้าของของบริษัทและคู่แข่งกัน ตลอดจนจนถึงการรวบรวมข้อมูลความเคลื่อนไหวทางด้านการตลาด ของคู่แข่งกัน

ในปัจจุบันจึงพบว่า เป็นเรื่องปกติที่พนักงานที่ทำงานดีจะถูกบริษัทคู่แข่งชักชวนให้ย้ายไปทำงานด้วย ในอุตสาหกรรมจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์พนักงานขายระดับต่างๆ มีการโยกย้ายบริษัทกันบ่อย จนทำให้บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ประสบปัญหาขาดแคลนพนักงานที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ ทำให้บริษัทต่างๆ ต้องหาวิธีการจูงใจพนักงานดังกล่าวข้างต้นมาทำงานในบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์มากขึ้นและพยายามจะรักษานักงานดังกล่าวให้อยู่กับบริษัทต่อไป (ชวลิต ว่องสุวรรณเลิศ, 2551: สัมภาษณ์)

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของพนักงานขายต่อปัจจัยจูงใจในการทำงานในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น ที่อาจจะมึประโยชน์แก่เจ้าของกิจการและ บริษัทผู้จ้างงาน ในการนำไปใช้กำหนดปัจจัยจูงใจพนักงานขาย เพื่อใช้ในการรักษาและจูงใจพนักงานขายของตนที่เหมาะสมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไปตลอดจนนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดภายในองค์กร เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของบริษัท ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานขายในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของพนักงานขายต่อปัจจัยจูงใจในการทำงานในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญของปัจจัยจูงใจและระดับความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการทำงานของพนักงานขายในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น ที่อาจจะมึประโยชน์แก่เจ้าของกิจการและบริษัทผู้จ้างงาน ในการนำไปใช้กำหนดปัจจัยจูงใจพนักงานขาย เพื่อใช้ในการรักษาและจูงใจพนักงานขายของตนที่เหมาะสมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไปตลอดจนนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดภายในองค์กร เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการตลาด ต่อไป

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเกิดจากปัจจัยจูงใจและปัจจัยอนามัยที่บุคคลได้รับการตอบสนองในทางบวก ซึ่งช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในงาน สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและช่วยทำให้บุคคลเปลี่ยนเจตคติจากการไม่อยากทำงานมาสู่ความพร้อมในการทำงาน

พนักงานขาย หมายถึง พนักงานขายหรือพนักงานส่งเสริมการขาย (Sales Representative) พนักงานหน่วยรถกระจายสินค้า (Merchandiser) พนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์ (Product Consultant, Pretty Girl) ซึ่งทำงานในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ เขตการขาย ในจังหวัดเชียงใหม่ จากบริษัท 8 บริษัท โดยทำงานอยู่ในแผนกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี โลตัส คาร์ฟูร์ ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต และทำงานอยู่ในร้านอาหารสถานบันเทิง ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีก

ปัจจัยจูงใจในการทำงาน หมายถึง ปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พอใจในการทำงานและเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นการทำงานหรือเป็นปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ที่ทำให้แรงจูงใจในการทำงานเกิดขึ้นตลอดเวลา ตามทฤษฎีสองปัจจัยของ เฟรดเดอริค เฮิร์ซเบิร์ก โดยปัจจัยจูงใจได้แก่ ลักษณะและขอบเขตของงาน ความสำเร็จของงาน ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและโอกาสก้าวหน้า การยอมรับ และปัจจัยค้ำจุน ได้แก่ เงินเดือนค่าตอบแทน โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สถานะของอาชีพ นโยบายและการบริหารงาน สภาพการทำงาน ความเป็นอยู่ส่วนตัว ความมั่นคงในการทำงาน วิธีการปกครองของผู้บังคับบัญชา

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ธุรกิจที่มีกิจกรรมหรือกระบวนการผลิตในการแปรรูป วัตถุดิบ จากธัญพืช ผลไม้ ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ มอลต์ ข้าวโพด ข้าวไรย์ น้ำผึ้งและน้ำ จากการหมักและกลั่นให้กลายเป็นเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของปริมาณแอลกอฮอล์ ที่สามารถบริโภคได้ ได้แก่ ไวน์ เบียร์ วิสกี้ บรั่นดี ยิน วอดก้า เหล้าขาว รัม วิดีเยวเพื่อจำหน่าย และกระจายสินค้าไปยังผู้ดื่ม หรือผู้บริโภค โดยอาศัยวิธีการตลาดและโลจิสติก โดยบริษัทที่อยู่อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ได้แก่ บริษัทเพอร์นอต ริคาร์ด ประเทศไทย บริษัทไดอาจิโอ โมเอ็ท เฮนเนสซี่ บริษัทไทยเบฟเวอร์เรจ บริษัทไทยเอเชียแปซิฟิก บริษัทสยามไวน์เนอร์รี่ บริษัทสิงห์พัฒนา บริษัทบาเคดี ประเทศไทย จำกัด จำบริษัทเบียร์ซานมิเกล สาขาเชียงใหม่