

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย  
บริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด

ผู้เขียน

นายวิสุทธิ เผ่าเหลืองทอง

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์

**บทคัดย่อ**

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด โดยศึกษาจากประชากรทั้งหมดคือ พนักงานขายบริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด จำนวน 105 ราย โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ T-test และสถิติ F-test

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานขายของบริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับชั้นปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด เข้าทำงานกับบริษัทฯ ครั้งแรกในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานขาย/ขายตรง โดยมีประสบการณ์ในการเป็นพนักงานขาย 1-3 ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน (เฉพาะเงินเดือน) มากกว่า 35,000 บาท โดยส่วนใหญ่ทำหน้าที่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานขายมากที่สุด และส่วนใหญ่เลือกทำงานกับบริษัทเพราะความมั่นคง

ในการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการทำงานตามทฤษฎีแรงจูงใจของเฟรดเดอริก เฮิร์ซเบิร์ก (Frederick Herzberg) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยด้วยกันสรุปได้ดังนี้คือ

ปัจจัยค่าจ้าง ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยค่าจ้างที่ทำให้พนักงานอยากทำงานกับบริษัทต่อไป ที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดได้แก่เรื่อง เงินเดือน โบนัสประจำปี ความรู้สึกมั่นคงขององค์กร การเลื่อนขั้นเงินเดือนและความรู้สึกมั่นคงในการทำงาน ตามลำดับค่าเฉลี่ย ส่วนปัจจัยอื่นๆ ให้มีความสำคัญในระดับมาก ทั้งนี้พบว่าพนักงานขายบางส่วนที่ยังไม่พึงพอใจในปัจจัยค่าจ้าง ได้แก่

ด้านนโยบายและการบริหารงาน ในปัจจัยย่อยเรื่อง การบริหารงานที่มีความเป็นธรรม และด้านวิธีการ  
บังคับบัญชา ในปัจจัยย่อยเรื่องความยุติธรรมในการบริหารงานจากผู้บังคับบัญชา

ปัจจัยจูงใจ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยจูงใจทุกปัจจัยมีความสำคัญต่อพนักงานขายของ  
บริษัทในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านความสำเร็จในการทำงาน โดยเฉพาะปัจจัยย่อยเรื่อง  
ความสำเร็จของงานในหน้าที่ มีความสำคัญต่อการจูงใจในระดับมากที่สุด

ทั้งนี้จากการเปรียบเทียบระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจพบว่าพนักงาน  
ขายยังไม่พึงพอใจต่อปัจจัยจูงใจที่จะช่วยให้มีความพยายามเพิ่มขึ้นในการทำภารกิจใดภารกิจหนึ่ง  
ให้บรรลุเป้าหมาย เนื่องจากมีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญอย่างมีนัยทางสถิติที่  
ระดับ 0.05 โดยในด้านที่มีระดับความแตกต่างคือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ในปัจจัยย่อยเรื่อง  
ความสำเร็จของงานในหน้าที่ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือจากคนอื่นรอบข้าง ในปัจจัยย่อยเรื่อง  
การยกย่องชมเชยจากผู้บริหาร ด้านความรับผิดชอบ ในปัจจัยย่อยในเรื่องการให้อิสระในการทำงาน  
ด้าน โอกาสในการเจริญเติบโตในสายงาน ในปัจจัยย่อยเรื่องการส่งเสริมให้มีความรู้ความชำนาญ  
ด้านการฝึกอบรมหรือศึกษาต่อ เรื่องการส่งเสริมให้มีความรู้ความชำนาญด้านการดูงานนอกสถานที่  
หรือ ต่างประเทศ และเรื่องการส่งเสริมให้มีความรู้ความชำนาญ ด้านการหมุนเวียนงาน

ทั้งนี้ผลการศึกษาพบว่าพนักงานขายที่มีเพศและอายุที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อ  
ปัจจัยจูงใจที่บริษัทมอบให้ในระดับที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**Independent Study Title** Motivation Factors of Salesman of The Concrete Products and Aggregate Company Limited

**Author** Mr. Wisut Phaoluangthong

**Degree** Master of Business Administration (Marketing)

**Independent Study Advisor** Associate Professor Orachorn Maneesong

### **Abstract**

This study aimed to examine motivation factors of salesman of the concrete products and aggregate company Limited. The data was collected by distributing questionnaires to all 105 salesmen of the concrete products and aggregate company limited and analyzed by descriptive statistics, frequency, percentage, means, standard deviation, inferential statistic, t-test, and f-test.

The study found that the majority of salesman of the concrete products and aggregate company Limited were men, ages between 30-40 years old, single, the highest level of education was bachelor's degree, first enter in the company working as a sale coordinating officer/sale representative. Most of them have work experience as a salesman for 1-3 years, have fixed income (salary only) more than 35,000 bath per month, working as sale coordinating officer and choose to work in the company because of job security.

This study based on Frederick Herzberg's Motivation-Maintenance Theory which divided into 2 factors and the result as follow.

Maintenance Factors, the result of the study found that the most maintenance factors affecting salesman to continue working in the company were monthly salaries, bonus, organization security, rising monthly salaries and job security, respectively by means and considered other maintenance factors at the high level of importance. In addition, some of salesmen were not satisfy in maintenance factors on sub-factor of policies and Task

administration in fairness administration and sub-factor of techniques of command ship in justice administration of manager.

Motivation factors, the result of the study found that salesman considered every motivation factors are at high level of importance except an aspect of success, especially in sub-factor of aspect of success in task which was the highest level of importance of motivation factors.

The results of comparing the level of importance and the level of satisfaction found that salesman still not satisfy toward motivation factors that help achieve any goal missions because of level of satisfaction is less than level of importance at 0.05 significantly in statistic level which the different aspects of significant statistic level were sub-factor of aspect of success in task, sub-factor of recognition from people appreciated by manager, sub-factor of freedom in assigned responsibility toward operation and sub-factor of personal advancement in training or continuing in higher education, field visits both domestic and/or overseas, and job rotation.

Moreover, the result found that the different gender and age of salesman was considered differently on maintenance factors at 0.05 significantly in statistic level.