

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับระดับความพึงพอใจของพนักงานขายต่อปัจจัยจูงใจในการทำงานในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากประชากรทั้งหมด ได้แก่ พนักงานขายหรือพนักงานส่งเสริมการขาย พนักงานหน่วยรถกระจายสินค้า และพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์ ที่ทำงานในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ จากบริษัท 8 บริษัท ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 320 คน โดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุ 21-25 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ส่วนมากมีประสบการณ์ทำงาน ต่ำกว่า 1 ปี รายได้ต่อเดือน (เฉพาะเงินเดือน) ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีรายได้รวม (เงินเดือนคอมมิชชั่น เงินรางวัลพิเศษ เบี้ยเลี้ยง ค่าเช่ารถ ค่าน้ำมัน ฯลฯ) ต่ำกว่า 20,00 บาท ประเภทของสถานที่ทำงานในปัจจุบันคือ ร้านอาหาร/สวนอาหาร

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการทำงานตามทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Two Factors Theory: Frederick Herzberg) โดยปัจจัยที่เป็นปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors or Motivation) ในการศึกษาได้แก่ ด้านผลสำเร็จในการทำงาน ด้านการยอมรับยกย่อง และชมเชยจากผู้อื่น ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านลักษณะของงานที่ทำ ด้านโอกาสในการเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน และด้านความรับผิดชอบ ผลการศึกษาพบว่า สำหรับพนักงานขายกลุ่มนี้ปัจจัยที่มีความพึงพอใจได้แก่ ปัจจัยด้านผลสำเร็จในการทำงาน โดยมีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เช่นกัน

สำหรับปัจจัยอนามัย (Hygiene Factors) ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ นโยบายของบริษัท การบังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน ชีวิตส่วนตัว สภาพการทำงาน และตำแหน่ง ผลการศึกษาพบว่าพนักงานขายกลุ่มนี้มีความพึงพอใจในปัจจัยอนามัยทุกปัจจัย โดยพบว่าทุกปัจจัยมีค่าระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านค่าตอบแทนที่มีค่าระดับความสำคัญของปัจจัยในระดับปานกลาง

อย่างไรก็ตามทั้งปัจจัยจูงใจในการทำงานและปัจจัยอนามัยที่มีผลในระดับสำคัญมากในการจูงใจ และบริษัทต่างๆในอุตสาหกรรมเครื่องแอลกอฮอล์ได้ทำมาได้ดีแล้ว จนพนักงานขายให้ความสำคัญและได้รับความพึงพอใจ ประกอบด้วย ปัจจัยจูงใจด้านผลสำเร็จในงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ทำ และปัจจัยอนามัยด้านชีวิตส่วนตัว ด้านนโยบายการบริหาร ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน ด้านสภาพการทำงาน ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านการบังคับบัญชา

This independent study aimed to examine the level of sales employee satisfaction towards motivation factors in working within alcohol beverage industries in Chiang Mai Province. This study was conducted based on population consisted of 320 salespersons; sales van and product coordinators (PC) from 8 alcohol industrial companies in Chiang Mai. Data collection was gathered by the questionnaires. Frequencies, percentages and means were applied in data analysis.

The findings indicated that most respondents were single female aged between 21 – 25 years, holding Bachelor's degree and domiciling in the northern region. Most of them had working experience less than 1 year. Their based salary was lower than 10,000 baht while the total incomes (in which salary, commission, special reward, perdiem, allowances for car rent and fuel, and etc. were included) were lower than 20,000 baht. Type of business that they worked was identified to restaurant.

This study was conducted under the theory of the motivation factors, called the Two Factors Theory of Frederick Herzberg. Hereafter were shown the Motivational Factors or Motivation to be used in this study: Achievement, Recognition, Advancement, Work-itself, and Possibility in getting promoted, and Responsibility. The results of this study showed that this group of sale employees satisfied with Achievement factor due to the high rank found from its importance level and level of employee satisfaction towards it.

In Hygiene factors, in which policy, chain of command, interpersonal relations with supervisors, interpersonal relations with peers, wage and fridge benefit, working security, personal life, working conditions and position were included, the respondents ranked the highest level of importance to almost all factors, except for the wage and fridge benefit factor which was ranked in moderate level of importance.

In summary, both Motivation factors and Hygiene factors could highly affect motivation of sales employees in working at the alcoholic beverage industries in high level. Furthermore, it could be assumed that the beverage industrial companies could successfully motivate their employees to work since the sales employees ranked the importance and satisfaction towards the following factors at high level: Achievement, Recognition, Work itself and Personal life, Administrative Policy, Interpersonal relations with peers and supervisors, working conditions, working security, and authority.