

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการค้าบริการมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น โดยทุกองค์กรต่างก็มีเป้าหมายเดียวกันคือ การทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ จึงทำให้องค์กรต่างๆพยายามที่จะใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีใหม่ๆ และมีการนำระบบควบคุมมาตรฐานต่างๆมาใช้กับองค์กร เพื่อให้องค์กรมีความน่าเชื่อถือในระบบการทำงานขององค์กรมากขึ้น แต่สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่องค์กรจะให้ความสำคัญด้วยนั่นคือ ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ซึ่งประกอบด้วยการจัดการเกี่ยวกับบุคลากรขององค์กรซึ่งเป็นพนักงานที่มีส่วนร่วมสร้างประสิทธิภาพ ซึ่งถือได้ว่าเป็นทรัพยากรอันสำคัญของธุรกิจ เพราะเป็นผู้นำเอาทรัพยากรอื่นๆมาประกอบการและดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (เอก บุญเจือ, 2548: 15) ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

ธุรกิจบ้านจัดสรรถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ การแพทย์ การศึกษาที่สำคัญทางภาคเหนือ จึงทำให้มีประชากรจากต่างถิ่นเข้ามาอาศัยในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น โดยสังเกตได้จากการเพิ่มขึ้นของโครงการบ้านจัดสรรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตลาดธุรกิจของบ้านจัดสรรสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับตามแต่ประเภทของลูกค้า ได้แก่ ตลาดระดับสูง จะมีราคาตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ตลาดระดับกลาง จะมีราคาตั้งแต่ 5 ล้านบาท และตลาดระดับต่ำ จะมีราคาตั้งแต่ 2 ล้านบาทลงมา (ธุรกิจบ้านจัดสรร : ออนไลน์) ซึ่งปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีโครงการบ้านจัดสรรทั้งหมด 121 โครงการ (บัญชีผู้ขออนุญาตทำการจัดสรรที่ดิน สำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่, 2554) จึงทำให้แต่ละโครงการนำกลยุทธ์ต่างๆมาแข่งขันกันอย่างรุนแรงและกลยุทธ์อีกสิ่งหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการทำธุรกิจนี้ก็คือ พนักงานขาย ซึ่งถือได้ว่ามีหน้าที่ในการขายผลิตภัณฑ์รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี โดยการติดต่อและปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งในแง่ของการส่งเสริมการตลาด การขายโดยใช้พนักงานขายจัดเป็นเครื่องมือของการส่งเสริมการตลาดที่ดีที่สุด (เอก บุญเจือ, 2548 : 167) และจากการให้สัมภาษณ์ของคุณชาญวิจักขณ์ แก้วประภา โปรเจกต์ไคเรกเตอร์ บริษัท ปันนา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ทำให้ทราบว่าโครงการบ้านจัดสรรนั้นจะมีพนักงานขายประจำโครงการเพียง 2-3 คนเท่านั้น ทั้งนี้ก็เพื่อลดต้นทุนการบริหารจัดการทรัพยากร และนอกจากนี้ในแต่ละโครงการก็

มักจะถูกระบายตัวออกไปตามแหล่งที่ก่อสร้างจึงทำให้ไม่จำเป็นต้องมีพนักงานขายในจำนวนมาก โดยในแต่ละโครงการจะมีอัตราการหมุนเวียนของพนักงานขายอยู่บ่อยครั้ง ทำให้ต้องมีการจัดหาพนักงานขายใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยทั่วไปพนักงานขายในองค์กรจะมีทั้งพนักงานขายเก่าและพนักงานขายใหม่ปะปนกันไป และพนักงานขายที่เข้ามาใหม่นั้นมักจะถูกฝึกอบรมทางการขาย ระบบการดำเนินงานภายในองค์กร เทคนิคและกลยุทธ์เพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจนนำไปสู่การซื้อขาย สำหรับพนักงานขายที่ทำงานภายในองค์กรมานานบางคนก็มักจะใช้ความเคยชินในการทำงานซึ่งปราศจากแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งที่พนักงานขายมีหน้าที่สร้างยอดขายให้กับองค์กรจึงควรจะต้องได้รับการจูงใจมากเป็นพิเศษกว่าบุคลากรอื่นๆ ในบริษัท (อรชร มณีสงฆ์, 2545 : 121)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ซึ่งจะทำการศึกษาพนักงานขายบ้านจัดสรรในเชียงใหม่ ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะทำให้ผู้บริหารได้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของพนักงานขายอย่างแท้จริง ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนและเสริมสร้างประสิทธิภาพของพนักงานขายให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มศักยภาพ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีกับองค์กรต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการทำงานของปฏิบัติงานของพนักงานขายบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลให้ผู้ประกอบการไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงเสริมสร้างกำลังใจและแรงจูงใจในการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามเป้าหมายเพื่อประโยชน์ต่อบริษัท

นิยามศัพท์

พนักงานขาย หมายถึง พนักงานขายที่ปฏิบัติงานในโครงการบ้านจัดสรรที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันของจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 121 โครงการ

ปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) เป็นปัจจัยที่กระตุ้นทำให้เกิดความพอใจในงาน เป็นตัวสนับสนุนให้บุคคลทำงานเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความสำเร็จในการทำงาน ความเจริญเติบโตในงาน ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า การได้รับการยอมรับนับถือ และปัจจัยอนามัย (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่ป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจในงาน เป็นแรงจูงใจภายนอกที่เกิดจากสภาวะแวดล้อมในการทำงาน ได้แก่ ตำแหน่งงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์กับบุคคลในแผนกอื่น การบังคับบัญชา นโยบายและการบริหารของบริษัท สภาพการทำงาน ความมั่นคงในการทำงาน ค่าตอบแทน ความเป็นอยู่ส่วนตัว ตามทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two – Factor Theory)

บ้านจัดสรร หมายถึง ธุรกิจบ้านจัดสรรที่ขายที่ดินเปล่าและขายที่ดินพร้อมบ้านดำเนินการในรูปแบบนิติบุคคลและได้รับใบอนุญาตจัดสรรจากกรมที่ดินซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 121 โครงการ ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบของบ้านจัดสรรดังนี้

1. บ้านเดี่ยว หมายถึง บ้านที่ปลูกสร้างเพียงหลังเดียวบนเนื้อที่ได้กำหนดไว้ รูปแบบจะแตกต่างกันตามทีแต่ละโครงการจะกำหนด ซึ่งจะมีทั้งที่เป็นบ้านชั้นเดียวและสองชั้น เนื้อที่ของบ้านแบบนี้จะอยู่ระหว่าง 40 – 100 ตารางวา องค์กรประกอบของบ้านแบบนี้จะประกอบด้วย ห้องรับแขก ห้องนอน ห้องน้ำ และห้องครัว
2. บ้านแฝด จะมีลักษณะเหมือนบ้านเดี่ยว เพียงแต่ผนังด้านหนึ่งจะติดกับบ้านที่เป็นคู่แฝด นั่นคือ บ้านแฝดแต่ละหลังจะมีพื้นที่รอบตัวบ้านเพียง 3 ด้าน การจัดองค์ประกอบภายในตัวบ้าน และบริเวณบ้านจะคล้ายกับบ้านเดี่ยว แต่ขนาดเนื้อที่ที่บ้านจะน้อยกว่าบ้านเดี่ยว บ้านประเภทนี้จะมีเนื้อที่บริเวณบ้านประมาณ 20 – 30 ตารางวา
3. บ้านแถว หรือที่เรียกว่าทาวน์เฮ้าส์ คือ บ้านที่สร้างติดกันเป็นแถว โดยมีเนื้อที่บ้านเหลือเพียงด้านหน้าและด้านหลังเท่านั้น (หรือบางครั้งอาจจะเหลือเพียงด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้น) ลักษณะรูปแบบจะดูเหมือนอาคารพาณิชย์ (ตึกแถว) ผสมกับบ้านเดี่ยวเพียงแต่จะดูน่าอยู่อาศัยมากกว่าอาคารพาณิชย์ เพราะมักจะมีการตกแต่งตัวอาคารให้ดูเหมือนบ้านพักอาศัย ส่วนองค์ประกอบตัวบ้านภายในส่วนใหญ่จะคล้ายอาคารพาณิชย์ คือมักจะปล่อยให้พื้นที่โล่ง (นอกจากบริเวณที่จัดเป็นห้องนอน) เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยสามารถจัดประโยชน์การใช้สอยพื้นที่ตามความจำเป็นของแต่ละครัวเรือน บ้านแถวแบบนี้จะมี 1-2 ชั้น และมีขนาดเนื้อที่ประมาณ 10 – 25 ตารางวา