

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบ้านจัดสรร  
ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาว ชลิตา ตั้งสุภาพ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานขายบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ 39 โครงการ รวมทั้งสิ้น 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวแบบทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่าเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 - 29 ปี สถานภาพโสด มีภูมิลำเนาที่เชียงใหม่ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ระยะเวลาการทำงานในโครงการบ้านจัดสรรระหว่าง 3 - 4 ปี มีรายได้ต่อเดือนที่ได้รับ (เฉพาะเงินเดือน) 7,501-10,000 บาท และมีรายได้อื่นๆ ต่อเดือนที่ได้รับ (ค่าล่วงเวลา ค่าเบี้ยขยัน ค่าโทรศัพท์ ค่าคอมมิชชัน) ต่ำกว่า 10,000 บาทและระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการทำงานตามทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Two Factor Theory : Frederick Herzberg) โดยปัจจัยที่เป็นปัจจัยจูงใจที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในงานหรือปัจจัยอนามัย ในการศึกษาได้แก่ ด้านนโยบายการบริหารของบริษัท ด้านการบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านตำแหน่งงาน ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านชีวิตส่วนตัว ด้านสภาพการทำงาน และด้านค่าตอบแทน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับ

มาก ยกเว้น ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ด้านนโยบายการบริหารของบริษัท และที่มีค่าระดับ  
ความสำคัญของปัจจัยในระดับปานกลาง

สำหรับปัจจัยตัวกระตุ้นในการทำงานหรือปัจจัยจูงใจ ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ด้าน  
ความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้าน  
ลักษณะงานที่ทำ ด้านโอกาสในการเจริญเติบโต และ ด้านความรับผิดชอบ ผลการศึกษาพบว่า  
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านการได้รับการยอมรับ ด้านลักษณะ  
งานที่ทำ ด้านโอกาสในการเจริญเติบโต และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ที่มีค่าระดับ  
ความสำคัญของปัจจัยในระดับปานกลาง

<b>Independent Study Title</b>	Motivation Factors Influencing Salespersons of Housing Projects in Chiang Mai Province
<b>Author</b>	Miss Chalita Thangsupap
<b>Degree</b>	Master of Business Administration (Marketing)
<b>Independent Study Advisor</b>	Associate Professor Orachorn Maneesong

### ABSTRACT

This independent research aimed to study Motivation Factors Influencing Salespersons of Real Estate Projects in Chiang Mai Province. This study was conducted based on population consisted of 200 salespersons from 8 Real Estate Projects in Chiang Mai Province. All data were compiled by the description statistics and inferential statistic that were consist of frequency value, percentage, average and using one-way ANOVA least significant different (LSD) test.

The results of study as follows The general information of salesperson who answered the questionnaire found out that most of respondents were female in the age of 20-29 years. Their marital status were single, Place of birth were Chiang Mai province, Bachelor degree education, Working duration was 3-4 years with Average salary was 7,501-10,000 baht and extra income (OT Allowance and commission) was lower 10,000 baht and between 10,000 to 15,000 baht.

This study was conducted under the theory of the motivation factors, called the Two Factors Theory of Frederick Herzberg. Hereafter were shown the Hygiene Factors to be used in this study: Company Policy and Administration Compensation, Supervision, Interpersonal Relations with supervisors, Interpersonal Relations with peers, Working Conditions position, Job Security, Personal life, Working Condition and Compensation were included, the respondents ranked the highest level of importance to almost all factors, except for the Interpersonal

Relations with supervisors, Company Policy and Administration Compensation, and Compensation factor which was ranked in moderate level of importance.

In Motivational Factor or Motivation, in Achievement, Recognition, Advancement, Work-itself, Possibility of Growth and Responsibility. The respondents ranked the highest level of importance to almost all factors, except for the Achievement, Recognition, Work-itself and Possibility of Growth factor which was ranked in moderate level of importance.