



ศึกษาการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงานขาย

แผนก สุรา บุหรี่และช็อคโกแลต

กรณีศึกษา บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด

Study of the motivation for the sales of liquor tobacco and chocolate

Case study : King Power Duty Free co.,ltd.

นางสาวชญญารัตน์ ลิ้มโชสกุล

**รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น**

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2554

ศึกษาการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงานขาย

แผนก สุรา บุหรี่และช็อคโกแลต

กรณีศึกษา บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด

Study of the motivation for the sales of liquor tobacco and chocolate

Case study : King Power Duty Free co.,ltd.

นางสาวธัญญารัตน์

ลิมโซสกุล

รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2554

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการสอบ

(อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

.....กรรมการสอบและอาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์จิรา คำทา)

.....กรรมการสอบ

(อาจารย์วรรณพล ศุภสกุลดำรงค์)

ลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น



หัวข้อ	ศึกษาการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงานขายแผนก สุรา บุหรี่ และ ซ็อกโกแลต
	กรณีศึกษา : บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ฟรี จำกัด
หน่วยกิต	1
ผู้เขียน	นางสาวชญาวรัตน์ ลิ้มโชสกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์จิรภา คำทา
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจญี่ปุ่น
คณะ	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2554

บทคัดย่อ

รายงานฉบับนี้เป็นการศึกษาการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงานขาย แผนก สุรา บุหรี่ และซ็อกโกแลต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานขาย โดยนำทฤษฎีลำดับความต้องการของอับลาฮัม มาสโลว์ มาใช้ในการศึกษาเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหา

จากการศึกษาพบว่าพนักงานยังขาดแรงจูงใจในการทำงานตามทฤษฎีของอับลาฮัม มาสโลว์ ผู้ศึกษาจึงได้เสนอแนะวิธีการสร้างแรงจูงใจ สำหรับพนักงาน ได้แก่ จัดหาที่พักให้ฟรี ช่วยเหลือค่าเทอมบุตร เป็นต้น

TNI

คำสำคัญ : ทฤษฎีลำดับความต้องการ / แรงจูงใจ / สิ่งต่อใจ / แรงขับ / สวัสดิการ

TITLE	Study of the motivation for the sales of liquor tobacco and chocolate Case study : King Power Duty Free co.,ltd.
CREDITS	1
CANDIDATE	Ms.Thanyarat Limchosakul
ADVISOR	Jirapa Khamta
PROGRAM	Bachelor of business administration
FIELD OF STUDY	Business administration (Japanese)
FACULTY	Business administration
B.E.	2011

Abstract

This report is study of the motivation for the sales of liquor tobacco and chocolate. The purpose is study of the motivation for the sales. The main theory is Maslow's Hierarchy of needs by Abraham Maslow which is used for solve the solutions.

As a result, the staff without motivation to work in the theory's Abraham Maslow. Researcher will offer how to build motivation for staff such as Housing for free, Tuition free, etc.

Keyword: Maslow's hierarchy of needs / Motivation / Incentives / Drives / Welfare

บทสรุป

ชื่อรายงาน	ศึกษาการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงานขายแผนก สุรา บุหรี่ และ ช็อคโกแลต Study of the motivation for the sales of liquor tobacco and chocolate Case study : King Power Duty Free co.,ltd.
ผู้เขียน	นางสาวชญาวรัตน์ ลิ้มโชสกุล
คณะวิชา	บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจญี่ปุ่น
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์จิรภา คำทา
พนักงานที่ปรึกษา	นางสาวรัตนชนันท์ อัสวินะกุล
ชื่อบริษัท	คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด
ประเภทธุรกิจ/สินค้า	ดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกปลอดอากรในประเทศไทย

งานที่ปฏิบัติ

บริการและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าขณะทำการเลือกซื้อสินค้า พร้อมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ของการซื้อสินค้าปลอดอากรเพื่อเดินทางไปยังประเทศต่างๆ จากนั้นทำการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าตามขั้นตอนการขาย

ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานและประโยชน์ที่ได้รับ

ได้รับความรู้ในกระบวนการทำงานตามขั้นตอนที่มีระบบ และทำงานอย่างรอบคอบ เนื่องจากมีกฎข้อบังคับค่อนข้างมาก และสามารถอธิบายขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบได้อีก ทั้งยังได้ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เข้าใจหลักการทำงานขององค์กร ได้เรียนรู้สิ่งต่างๆ จากปัญหาที่เกิดขึ้น และเรียนรู้ที่จะหาวิธีทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น และบริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด ที่ได้เปิดโอกาสให้ข้าพเจ้าได้เข้ามาฝึกงานตั้งแต่วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2555 ถึง วันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 และได้มอบความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่มีค่าเกี่ยวกับงานทางด้านการขาย และให้ความสนับสนุนข้อมูลอย่างมากในรายงานฉบับนี้ ที่ทำให้สำเร็จได้ด้วยความอุปการะคุณจาก นางสาวจินดา เสนพริก นางสาว รัตนชนันท์ อัสวินะกุล และ นางปรียารัตน์ รักษาสุวรรณรวมถึงบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ให้คำแนะนำประสบการณ์ให้ข้าพเจ้าเข้าใจชีวิตการทำงาน และให้ความดูแลข้าพเจ้าด้วยความอบอุ่นในฐานะส่วนหนึ่งของหน่วยงาน

ขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

นางสาวชญารัตน์ ลิ้มโชสกุล
คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
พ.ศ. 2554

TNI

THAI - JAPANESE INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
บทสรุป	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
รายการตาราง	ช
รายการรูปประกอบ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	1
1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ	3
1.3 รูปแบบการจัดการองค์กร	10
1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่ได้รับมอบหมาย	13
1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา	14
1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	14
1.7 วัตถุประสงค์การเรียนรู้หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน	14
1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับการปฏิบัติงาน	14
1.9 นิยามศัพท์	14
บทที่ 2 ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	16
2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	16
2.1.1 ทฤษฎีลำดับความต้องการ Abraham Maslow	16
2.1.2 ทฤษฎีการจูงใจ ERG	18
2.1.3 ทฤษฎีจูงใจไฟล์สมฤทธิ McClelland	18
2.1.4 ทฤษฎีสองปัจจัย Herzberg	19
2.1.5 ทฤษฎีต้องการจากการเรียนรู้	20
2.1.6 ทฤษฎี X และทฤษฎี Y McGregor	21
2.1.7 สิ่งล่อใจ	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	
2.1.8 ลักษณะพื้นฐานของการขายที่สำคัญ	22
2.1.9 บุคลิกภาพของพนักงานขาย	23
2.1.10 ขั้นตอนการขาย	23
2.1.11 พฤติกรรมของผู้บริโภค	24
2.2 เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	24
2.2.1 เครื่องคิดเงิน POS	24
บทที่ 3 แผนงานปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน	25
3.1 แผนงานการฝึกงาน	25
3.2 รายละเอียดงานที่นักศึกษาปฏิบัติในการฝึกงาน	25
3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน	32
บทที่ 4 แผนการดำเนินงาน ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน	37
4.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน	37
4.2 แนวทางแก้ไขเพื่อตอบสนองความต้องการแต่ละขั้นตามทฤษฎีลำดับความต้องการ	39
บทที่ 5 บทสรุป	
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	41
5.2 แนวทางแก้ไข	41
5.3 ข้อเสนอแนะ	44
เอกสารอ้างอิง	45
ภาคผนวก	46
ประวัติผู้วิจัย	60

รายการตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1.1 รอบการทำงาน	14
ตารางที่ 3.1 แผนการปฏิบัติงาน	25
ตารางที่ 3.2 การนำของเหลว สเปรย์ และเจลขึ้นเครื่องบิน	29
ตารางที่ 3.3 ข้อจำกัดในการซื้อสินค้าประเภทสุราและบุหรี่	31
ตารางที่ 3.4 ตารางทาร์เก็ตประจำเดือน	35
ตารางที่ 4.1 แผนการดำเนินงาน	37
ตารางที่ 5.1 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหา	43

THAI

TNI

NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

รายการรูปประกอบ

รูป	หน้า
ภาพที่ 1.1 โลโก้ บริษัท คิงเพาเวอร์ ดีวตี้ ฟรี จำกัด	1
ภาพที่ 1.2 แผนที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	1
ภาพที่ 1.3 ร้านค้าปลอดอากรในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	4
ภาพที่ 1.4 แผนกสินค้าประเภทแอลกอฮอล์	4
ภาพที่ 1.5 แผนกสินค้าประเภทช็อคโกแลตและขนม	4
ภาพที่ 1.6 ร้านค้าปลอดอากรประเภทสินค้าไทย	4
ภาพที่ 1.7 คิง เพาเวอร์ คอมเพล็กซ์ ถนนรางน้ำ	5
ภาพที่ 1.8 เคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้า ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	5
ภาพที่ 1.9 โรงแรม พูลแมน คิง เพาเวอร์	6
ภาพที่ 1.10 โรงละครอักษรา	6
ภาพที่ 1.11 ภัตตาคาร รามายณะ	7
ภาพที่ 1.12 คิง เพาเวอร์เข้าเป็นผู้ถือหุ้นรายเดียวของสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้	8
ภาพที่ 1.13 มูลนิธิ คิง เพาเวอร์	9
ภาพที่ 1.14 แผนผัง 9 สายงานหลัก	11
ภาพที่ 2.1 แผนแสดงลำดับความต้องการจากทฤษฎีของ อับราฮัม มาสโลว์	16
ภาพที่ 2.2 แผนภาพแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค	24
ภาพที่ 3.1 ภาพจำลองห่วงโซีปถือคบรรจุภัณฑ์ส่วนตัว และห่วงปิดผนึกสินค้าที่ซื้อจาก คิง เพาเวอร์	27
ภาพที่ 3.2 ห่วงโซีปถือคบรรจุภัณฑ์ส่วนตัว	28
ภาพที่ 3.3 ห่วงปิดผนึกบรรจุสินค้าที่ซื้อจาก คิง เพาเวอร์	28
ภาพที่ 3.4 แผนผังขั้นตอนการทำงาน	32
ภาพที่ 3.5 ด้านหลังเครื่องคิดเลข มีเลขเงิน 13 สกุลเงินติดอยู่	33
ภาพที่ 3.6 ใบเสร็จที่ออกให้แก่ลูกค้า	34
ภาพที่ 3.7 ใบเสร็จที่ออกให้แก่ลูกค้า โดยมีการระบุเกี่ยวกับกระเป๋าของแถมจากการซื้อสินค้า	34



บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อบริษัท บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด



KING OF DUTY FREE

ภาพที่ 1.1 โลโก้ บริษัท คิงเพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด

ที่ตั้ง

999 หมู่ที่ 10 ถนน บางนา-ตราด ตำบล ราชاتهวะ อำเภอ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 10540 (ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ)

โทรศัพท์

02-1348888



ภาพที่ 1.2 แผนที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ความเป็นมาของบริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด

กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ ได้ดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกปลอดอากรในประเทศไทยครั้งแรก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 จนถึงปัจจุบันปี พ.ศ. 2554 นับเป็นเวลา 22 ปี

พ.ศ. 2532

ดำเนินธุรกิจร้านค้าจำหน่ายสินค้าปลอดอากรในเมืองแห่งแรกของประเทศไทย ณ อาคารมหาทุนพลาซ่า ถนนเพลินจิต โดยร่วมทุนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริหารกิจการในนามของบริษัท ททท. สินค้าปลอดอากร จำกัด หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทคิง เพาเวอร์ ก็ได้รับสัมปทานดำเนินกิจการร้านค้าปลอดอากร ณ สนามบินโปเชนตง กรุงเทพมหานคร ประเทศกัมพูชา, สนามบินไคตัก ประเทศฮ่องกง รวมถึงได้สัมปทานจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก บริเวณกำแพงเมืองจีน โดยร่วมทุนกับกรมป่าไม้จีน

พ.ศ. 2536

บริษัท คิง เพาเวอร์ แท็กซี่ฟรี จำกัด ได้รับอนุญาตจาก บมจ. ท่าอากาศยานไทย ให้เป็นผู้จำหน่ายสินค้าไทยและของที่ระลึก ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ, เชียงใหม่, หาดใหญ่ และภูเก็ต

พ.ศ. 2540

บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ฟรี จำกัด ได้รับอนุญาตเพิ่มเติมจาก บมจ. ท่าอากาศยานไทย ให้เป็นผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าปลอดอากร ณ ท่าอากาศยานทั้ง 4 แห่ง และในปีเดียวกัน บริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ยังได้เข้าดำเนินการร้านค้าปลอดอากรในเมืองแห่งที่สอง คือ ที่อาคารเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ (อาคารเซ็นทรัลเวิลด์พลาซ่าในปัจจุบัน)

พ.ศ. 2547

บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ฟรี จำกัด ได้รับอนุญาตจาก บมจ. ท่าอากาศยานไทย ให้เป็นผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าปลอดอากร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นเวลา 10 ปี นอกจากนี้ บริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ยังได้รับความไว้วางใจจากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ คัดเลือกให้เป็นผู้เช่าที่ดินขนาด 31 ไร่ ริมถนนศรีอยุธยา-ถนนรางน้ำ และได้พัฒนาเป็นโครงการคิง เพาเวอร์ คอมเพล็กซ์ ในปัจจุบัน

พ.ศ. 2548

บริษัท คิง เพาเวอร์ สุวรรณภูมิ จำกัด ได้รับอนุญาตจาก บมจ. ท่าอากาศยานไทย ให้เป็นผู้ประกอบการกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ภายในอาคารผู้โดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นเวลา 10 ปี

พ.ศ. 2549

ปิดทำการร้านค้าปลอดอากรในเมือง ณ อาคารมหาทุนพลาซ่า ถนนเพลินจิต และอาคารเซ็นทรัลเวิลด์ โดยมาเปิดให้บริการเพียงแห่งเดียว ณ คิง เพาเวอร์ คอมเพล็กซ์ ถนนรางน้ำ ในปีเดียวกันยังได้เปิดให้บริการร้านค้าปลอดอากร และพื้นที่กิจกรรมเชิงพาณิชย์ ภายในอาคาร

ผู้โดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สำหรับโครงการคิง เพาเวอร์ คอมเพล็กซ์ ได้ทยอยเปิดให้บริการในแต่ละส่วน

พ.ศ. 2551

โรงละครอักษราอันอลังการ ภายในพื้นที่ของคิง เพาเวอร์ คอมเพล็กซ์ ถนนรางน้ำเปิดอย่างเป็นทางการ และ มีการแสดงรอบปฐมฤกษ์ 2-3 เดือนหลังจากนั้น

พ.ศ. 2552

กลุ่มบริษัทคิง เพาเวอร์ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในการพระราชทานตราตั้งครุฑ (ตราตั้งครุฑ หรือพระครุฑพ่าห์ เชื่อว่าเป็นพาหนะของพระวิศณุ) และได้ทำพิธีอัญเชิญองค์ครุฑขึ้นประดิษฐาน ณ อาคารสำนักงานคิง เพาเวอร์ คอมเพล็กซ์ ซึ่งตราตั้งครุฑนี้ได้กลายเป็นสัญลักษณ์อันทรงเกียรติ ที่คณะผู้บริหาร และพนักงานมีความความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง

พ.ศ. 2553

กลุ่มบริษัทคิง เพาเวอร์เข้าเป็นผู้ถือหุ้นรายเดียวของสโมสรฟุตบอลเอสเตอร์ ซิตี้ รวมถึงก่อตั้งบริษัท เอเชีย ฟุตบอล แมเนจเม้นต์ จำกัด โดยมีคุณอัยยวัฒน์ รัชศรีอักษร ดำรงตำแหน่งกรรมการบริหารตลอดจนให้การสนับสนุนทีมเอสเตอร์ ซิตี้ ด้วยการเป็นสปอนเซอร์บนเสื้อทีมเป็นระยะเวลา 3 ปี

บริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทในเครือของกลุ่มบริษัทคิง เพาเวอร์ ได้รับอนุญาตจาก บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ให้ดำเนินกิจการจำหน่ายสินค้าปลอดอากรบนเครื่องบิน

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการหรือการให้บริการหลักขององค์กร

กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ ดำเนินธุรกิจด้านร้านค้าปลีกปลอดอากรในประเทศไทยนอกจากธุรกิจการจำหน่ายสินค้าปลอดอากรที่เป็นธุรกิจหลักของบริษัทแล้ว ยังมีบริษัทในเครืออื่นๆ ที่ไม่ได้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าปลอดอากร แต่ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน รวมไปถึงหน่วยงานที่ไม่ได้ประกอบกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ สามารถแยกให้เห็นถึงลักษณะของกลุ่มธุรกิจ และการดำเนินกิจการของแต่ละบริษัทได้ 5 กลุ่มด้วยกัน ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจ Travel Retail & Services

1.1 บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ฟรี จำกัด (KPD)

ดำเนินธุรกิจร้านค้าปลอดอากรในสนามบินจำหน่ายสินค้าปลอดอากรในอาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เชียงใหม่ หาดใหญ่และภูเก็ต



ภาพที่ 1.3 ร้านค้าปลอดอากรในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ



ภาพที่ 1.4 แผนกสินค้าประเภทแอลกอฮอล์



ภาพที่ 1.5 แผนกสินค้าประเภทช็อคโกแลตและขนม

1.2 บริษัท คิง เพาเวอร์ แท็กซี่ฟรี จำกัด (KPT)

ดำเนินธุรกิจร้านค้าปลอดภาษี จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกและสินค้าไทย ในอาคารผู้โดยสารภายในประเทศ และอาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ



ภาพที่ 1.6 ร้านค้าปลอดอากรประเภทสินค้าไทย

1.3 บริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (KPI)

1.3.1 ดำเนินธุรกิจร้านค้าปลอดอากรในเมืองจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีและปลอดอากร ปัจจุบันเปิดให้บริการ ณ คิง เพาเวอร์คอมเพล็กซ์ ถนนรางน้ำ



ภาพที่ 1.7 คิง เพาเวอร์ คอมเพล็กซ์ ถนนรางน้ำ

1.3.2 ดำเนินธุรกิจป้ายตู้ไฟโฆษณา (Light Box) ภายในอาคารผู้โดยสารในประเทศและระหว่างประเทศ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานภูเก็ต

1.4 บริษัท คิง เพาเวอร์ มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด (KPM)

ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดหาสินค้าเพื่อจำหน่ายบนเครื่องบินของสายการบินไทย

1.5 บริษัท คิง เพาเวอร์ สุวรรณภูมิ จำกัด (KPS)

ดำเนินธุรกิจบริหารและจัดการพื้นที่กิจกรรมเชิงพาณิชย์ ณ อาคารผู้โดยสารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ภายใต้สัญญาสัมปทานบริษัทมหาชนจำกัด ท่าอากาศยานไทย เป็นระยะเวลานาน 10 ปี เริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2549

1.6 บริษัท คิง เพาเวอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (KPDC)

ดำเนินการให้บริการเคาน์เตอร์จ่ายสินค้า (Pick Up Counter) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ



ภาพที่ 1.8 เคาน์เตอร์จ่ายสินค้า ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

2. กลุ่มธุรกิจ Hospitalities & Entertainment

2.1 บริษัท คิง เพาเวอร์ โฮเทล แอนด์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด (KPH)

ดำเนินธุรกิจบริหาร และจัดการธุรกิจโรงแรมพูลแมน คิง เพาเวอร์ กรุงเทพ ตั้งอยู่ในโครงการคิง เพาเวอร์ คอมเพล็กซ์ ถนนรางน้ำ



ภาพที่ 1.9 โรงแรม พูลแมน คิง เพาเวอร์

2.2 บริษัท คิง เพาเวอร์ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (KPE)

ดำเนินธุรกิจบริหาร โรงละครอัศวรา คิง เพาเวอร์ และร้านอาหารภัตตาคาร ทั้งที่คิง เพาเวอร์ คอมเพล็กซ์ ถนนรางน้ำ และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ



ภาพที่ 1.10 โรงละครอัศวรา



ภาพที่ 1.11 ภัตตาคาร รามายณะ

2.3 VR Museum

พิพิธภัณฑ์ขนาดเล็ก จัดแสดงพระเครื่องและพระบูชาเก่าแก่ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับกรมศิลปากรทุกองค์ ตั้งอยู่ ณ บริเวณควานแอเทริยม คิง เพาเวอร์ คอมเพล็กซ์ ถนนรางน้ำ

3. กลุ่มธุรกิจ House Brand

3.1 VR

ผลิตภัณฑ์ที่ได้สร้างสรรค์จากแรงบันดาลใจของภูมิปัญญางานศิลป์ที่เพิ่มคุณค่าการใช้ชีวิตสุนทรีย์ ด้วยดีไซน์ร่วมสมัยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

3.2 VR no.8

ผลิตภัณฑ์ของฝาก “วัฒนธรรมใต้ลูกเล่น” โดยสร้างสรรค์ของฝากทุกชิ้นด้วยลูกเล่นใหม่ๆ ที่อารมณ์ดี ผสมผสานเข้ากับเรื่องราววัฒนธรรมที่เป็นร่องรอยการเดินทางจากสถานที่ต่างๆ ทั่วเอเชีย เพื่อให้ของฝากทุกชิ้นเป็นตัวแทนของความประทับใจและรอยยิ้ม

3.3 Heart Made

ผลิตภัณฑ์อาหารบรรจุกล่องพร้อมรับประทาน (Package Food) ที่มีการควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ กระบวนการผลิต แม้แต่บรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ได้รสชาติที่ดีและได้มาตรฐานการผลิต เพราะผู้ที่ซื้อสินค้าและผู้รับสินค้า ไม่เพียงแต่ได้รับตัวผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามกระบวนการปกติเท่านั้น หากแต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการใส่ใจเต็มเปี่ยมในทุกขั้นตอนของการผลิตสินค้า

4. กลุ่ม Sport

4.1 สมาคมกีฬาโปโลแห่งประเทศไทย

ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2547 เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกีฬาขี่ม้าโปโลให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ด้วยการจัดการแข่งขัน และ/หรือ สนับสนุนการจัดการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงพัฒนาฝีมือและทักษะการเล่นของนักกีฬาขี่ม้าโปโลชาวไทยเป็นนักกีฬาชุดทีมชาติไทย จำนวน 6 คน

4.2 บริษัท วีแอนด์เอ โฮลดิ้ง จำกัด

ดำเนินกิจการใน 2 ส่วน ได้แก่

1. สโมสร VR Sport Club ตั้งอยู่เลขที่ 88/1-8,11-12 หมู่ที่ 9 ตำบลเปิ้ง อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบไปด้วยคลับเฮาส์ สนามโปโล VRSC และสนามกอล์ฟ 18 หลุม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ อาทิ สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ที่แม้ว่าจะไม่ได้เปิดให้บริการแก่สาธารณชน แต่ก็ได้มีโอกาสใช้เป็นสถานที่จัดงานสาธารณะที่เป็นงานใหญ่ๆหลายงาน อาทิ การแข่งขันขี่ม้าโปโลชิงถ้วยพระราชทาน, การแข่งขันกีฬาขี่ม้าโปโลในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ เป็นต้น
2. สนามโปโล สยาม โปโล ปาร์ค ตั้งอยู่เลขที่ 100/3 หมู่ที่ 9 ตำบลโป่ง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี สำหรับเล่นกีฬาขี่ม้าโปโลแห่งประเทศไทย

4.3 สโมสรฟุตบอล เลสเตอร์ ซิตี้

สโมสรฟุตบอลเก่าแก่ของอังกฤษ ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1884 ได้สร้างเกียรติประวัติมากมายแก่วงการฟุตบอลอังกฤษ รวมถึงการสร้างนักเตะระดับตำนานของวงการฟุตบอลอาชีพอีกด้วย โดยในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 2010 กลุ่มบริษัทคิง เพาเวอร์ได้เข้าเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยมีคุณอัยวัฒน์ รักศรีอักษร ดำรงตำแหน่งกรรมการบริหารสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้



ภาพที่ 1.12 คิง เพาเวอร์เข้าเป็นผู้ถือหุ้นรายเดียวของสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้

5. กลุ่ม Foundation

มูลนิธิ คิง เพาเวอร์

องค์กรการกุศลที่ได้รับการจดทะเบียนจากกระทรวงมหาดไทยเมื่อปี พ.ศ. 2547 เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และให้การช่วยเหลือด้านการศึกษาแก่เด็กและเยาวชนทั่วไป รวมถึงร่วมมือกับองค์กรการกุศลอื่นๆ เพื่อดำเนินการด้านสาธารณประโยชน์ร่วมกันปัจจุบันมูลนิธิคิง เพาเวอร์ได้รับการประกาศกำหนดให้เป็นองค์กรหรือสถานสาธารณกุศลลำดับที่ 684 ตามประกาศกระทรวงการคลัง ตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2552

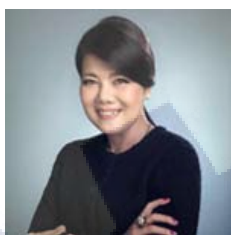


ภาพที่ 1.13 มูลนิธิ คิง เพาเวอร์

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร



วิชัย รักศรีอักษร
ประธานกรรมการ



เอมอร์ รักศรีอักษร
รองประธานกรรมการบริหาร
และประธานเจ้าหน้าที่การเงิน



ชูชาน วิลเลน
รองกรรมการผู้อำนวยการอาวุโส



จุลจิตต์ บุญเขต
รองประธานกรรมการบริหาร



สมบัติร์ เดชาพานิชกุล
รองประธานกรรมการบริหาร



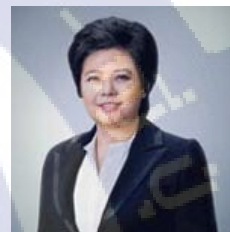
อังคณา อนันตชัย
รองกรรมการ
ผู้อำนวยการสายงานบัญชี



พิชัย พิทักษ์ชัยสุข
รองกรรมการผู้อำนวยการ
สายงานจัดซื้อสินค้างานพัฒนาองค์กร



สัฒดา รุณพานิชกุล
รองกรรมการผู้อำนวยการสาย
บริหารงานบุคคล



ศิริพร อารยะชาตุร
รองกรรมการผู้อำนวยการ
สายงานปฏิบัติการ



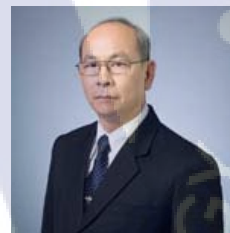
จินติต เจริญสุตใจ
รองกรรมการผู้อำนวยการสาย
งานธุรกิจเชิงพาณิชย์ (ท่าอากาศยาน)



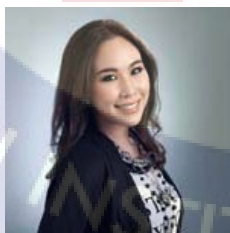
สมจิตร เดชะเอี่ยมอมร
รอง กรรมการผู้อำนวยการสาย
งานเทคโนโลยีสารสนเทศและงานพัฒนาบุคลากร



มาร์ค เบกาสาท
ผู้จัดการใหญ่โฮเทล เมเนจเม้นท์



วินิจ ยังสุรกานต์
รองกรรมการผู้อำนวยการสาย
งานกฎหมายและบริหารงานทั่วไป



วรมาศ รักศรีอักษร
รองกรรมการผู้อำนวยการสายงานการตลาด



กิติมา จันทรประสิทธิ์
รองกรรมการผู้อำนวยการสายงานการเงิน

ด้วยบุคลากรที่มีอยู่ประมาณ 6,000 คน บริษัทฯ ได้มีการกำหนดสายงานหน้าที่รับผิดชอบอย่างชัดเจนใน 9 สายงานหลัก อันได้แก่



ภาพที่ 1.14 แผนผัง 9 สายงานหลักขององค์กร

วิสัยทัศน์

กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ เป็นบริษัทชั้นนำในธุรกิจค้าปลีกที่พร้อม และสามารถให้บริการในธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจท่องเที่ยว ได้ดีที่สุดในระดับสากล

ค่านิยมหลักขององค์กร (KPG Core Value) = (KPIGC)

Knowledgeable (รอบรู้)

พนักงานทุกคนจะต้องมีใจใฝ่ศึกษา เพื่อให้รู้จริง รู้ลึก และก้าวทันโลก หรือ ความคิดใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา และสามารถนำความรู้เหล่านั้น มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวันและหน้าที่การงานของตน

Professional (มืออาชีพ)

พนักงานจะทำงานอย่างมืออาชีพและมีหลักเกณฑ์โดยใช้ทักษะที่มีอยู่ หรือ พัฒนาให้เกิดทักษะสำหรับงาน ในหน้าที่ความรับผิดชอบของตนได้อย่างสมบูรณ์

Integrity (สัตย์ซื่อ ถื่อมั่น)

พนักงานจะต้องมีจิตสำนึกที่ยึดมั่นในหลักการของความซื่อสัตย์ สุจริตต่อหน้าที่ ไม่ประพฤติผิดจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพของตน

Growth (เจริญก้าวหน้า)

พนักงานจะต้องมีความมุ่งมั่นที่จะเจริญเติบโตก้าวหน้า และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยมีพื้นฐานของความซื่อสัตย์ และมีคุณธรรม

Contemporary Thai (ธำรงความเป็นไทย)

พนักงานจะต้องมีสำนึกในคุณค่าของความเป็นไทย และสิ่งดีๆ ของไทยที่มีอยู่รวมทั้งจะต้องร่วมกันรักษาส่งเสริม ด้วยการนำมาใช้ปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และการทำงาน จนซึมซับเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน เช่น การยิ้มแย้มแจ่มใส ด้วยมิตรไมตรีจิตด้วยความจริงใจความสุภาพอ่อนน้อม การไหว้ การให้เกียรติผู้อื่น ฯลฯ

นโยบายคุณภาพ

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ และการบริการที่ดี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ตำแหน่ง : พนักงานขาย (Sales) แผนก สุรา บุหรี่ และช็อคโกแลต (LT/PT)

(LT : Liquor & Tobacco / PT : Package Food & Toy)

หน้าที่ :

1. ขายสินค้าและให้บริการลูกค้า ดังนี้
 - 1.1 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้า และกฎข้อบังคับต่างๆในการซื้อสินค้าปลอดอากร
 - 1.2 แนะนำสินค้าที่ลูกค้าต้องการซื้อ พร้อมทั้งแนะนำข้อดีของสินค้าชนิดอื่นๆ ด้วย
 - 1.3 บอกโปรโมชั่นของสินค้าต่างๆ แก่ลูกค้า
 - 1.4 ทำการขาย ด้วยการใช้เครื่องคิดเงิน POS (POINT OF SALE) ซึ่งเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สำหรับทำการบันทึกข้อมูลการขาย ณ จุดขาย
 - 1.5 การคำนวณเงินเป็นสกุลที่ลูกค้าต้องการทราบ เนื่องจากราคาที่ติดอยู่ที่ตัวสินค้าเป็นราคาไทย
 - 1.6 ตอบคำถามต่างๆ ที่ลูกค้าอยากทราบ เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงิน สามารถจ่ายเงินสกุลใดได้บ้าง
 - 1.7 การให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการเดินทาง กฎข้อบังคับในการซื้อของปลอดอากรต่างๆ และแผนที่ในท่าอากาศยาน
 - 1.8 ตรวจสอบข้อมูลการเดินทางลูกค้า (ป้องกันลูกค้าถูกยึดสินค้าในภายหลัง)
2. การเช็คสต็อกสินค้า
 - 2.1 เช็คสต็อกจำนวนสินค้าทั้งหน้าร้านและในห้องสต็อกร้านทุกวันก่อนเริ่มงาน
 - 2.2 เมื่อแวร์เข้าที่นำสินค้ามาส่ง จะต้องตรวจสอบว่ารหัสสินค้าตรงหรือไม่ จำนวนครบหรือไม่
 - 2.3 เมื่อทำการขายจะมีการตัดสต็อก โดยจะต้องมาลงว่าขายอะไรไปบ้างในรอบการทำงานนั้น และไปตัดจำนวนจากในสต็อกออกตามจำนวนที่ขายไป
3. ปิดบิล

รวมยอดขายที่ตนเองขายได้ในรอบการทำงานนั้น โดยแบ่งตามแผนกสินค้าด้วย

1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

1. นาง สุจินดา เสนพริก
ตำแหน่ง : Supervisor Sale
2. นางสาว รัตน์ชนันท์ อัสวินะกุล
ตำแหน่ง : Sale Executive
3. นาง ปรียารัตน์ รักษาสุวรรณ
ตำแหน่ง : Sale Executive

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

2 เมษายน - 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2555

โดยมีรอบในการทำงานดังนี้

รอบเช้า (A)	06.30 – 15.30 น.
รอบบ่าย (B)	13.30 – 22.30 น.
รอบดึก (C)	21.30 – 06.30 น.

ตารางที่ 1.1 รอบการทำงาน

1.7 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน

เพื่อศึกษาการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงาน

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับการปฏิบัติงาน

1. เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับการขายสินค้าที่องค์กรกำหนด
2. เพื่อทราบเป้าหมายในการทำงานของพนักงาน
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงาน

1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง สิ่งซึ่งควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ อันเกิดจากความต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drives) หรือ ความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจจะเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้

สิ่งล่อใจ (Incentives) หมายถึง สิ่งชักนำบุคคลให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ถือเป็นแรงจูงใจภายนอก

แรงขับ (Drives) หมายถึง แรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางกาย และสิ่งเร้าจากภายในตัวบุคคล ความต้องการ และแรงขับมักเกิดควบคู่กัน คือ เมื่อเกิดความต้องการแล้วความต้องการนั้นๆ ไปผลักดันให้เกิดพฤติกรรม เราเรียกว่า เป็นแรงขับ

สวัสดิการ (welfare) หมายถึง บริการหรือกิจกรรมใดๆ ที่บริษัทจัดให้มีขึ้นเพื่อให้พนักงานที่ปฏิบัติงานในองค์กรนั้นๆ ได้รับความสะดวกสบายในการทำงาน หรือประโยชน์อื่นๆ นอกจากเงินเดือนที่ได้รับอยู่ประจำ

การบริการ (Service) หมายถึง การให้ ☐ ความช ☐ วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ ☐ ของ ☐ คน

การบริการที่ดี ☐ รับบริการก็จะได ☐ รับความประทับใจและชื่นชมมอง ☐ กรซึ่งเป ☐ นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอัน

ความพึงพอใจของผู้บริโภค (Customer Satisfaction) หมายถึง ผู้บริโภครับรู้ในสินค้าและบริการที่ตนได้รับดีเกินความคาดหมาย ทำให้เกิดความพึงพอใจ



TNI

บทที่ 2

ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1.1 ทฤษฎีลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory)

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งกำหนดโดย อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) มาสโลว์มองว่าความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้น จากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป



ภาพที่ 2.1 แผนแสดงลำดับความต้องการจากทฤษฎีของ อับราฮัม มาสโลว์

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs)

เป็นความต้องการลำดับต่ำสุดและเป็นพื้นฐานของชีวิต เป็นแรงผลักดันทางชีวภาพ เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)

ความต้องการสภาพแวดล้อม ที่ปลอดภัยจากอันตรายทั้งทางกายและจิตใจ ความมั่นคงในงาน ในชีวิตและสุขภาพ การสนองความต้องการนี้ต่อพนักงานทำได้หลายอย่าง เช่น การประกันชีวิต และสุขภาพ กฎระเบียบข้อบังคับที่ยุติธรรม การให้มีสภาพแรงงาน ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs)

เป็นความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เช่น ความต้องการให้และได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการได้รับการยอมรับ การต้องการได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs)

เมื่อความต้องการทางสังคมได้รับการตอบสนองแล้ว คนเราจะต้องสร้างสถานภาพของตัวเองให้สูงเด่น มีความภูมิใจและสร้างการนับถือตนเอง ชื่นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นใจในตัวเองแลเกียรติยศ ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ ยศ ตำแหน่ง ระดับเงินเดือนที่สูงงานที่ทำหาย ได้รับการยกย่องจากผู้อื่น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงาน โอกาสแห่งความก้าวหน้าในงานอาชีพ

5. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Needs)

เป็นความต้องการระดับสูงสุด คือต้องการจะเต็มเต็มศักยภาพของตนเอง ต้องการความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาสูงสุดของตัวเอง ความเจริญก้าวหน้า การพัฒนาทักษะความสามารถให้ถึงขีดสุดยอด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจและการคิดสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ การก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอาชีพและการทำงาน

จากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์สามารถแบ่งความต้องการออกได้เป็น 2 ระดับ คือ

1. ความต้องการในระดับต่ำ (Lower order needs) ประกอบด้วยความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง และความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ
2. ความต้องการในระดับสูง (Higher order needs) ประกอบด้วย ความต้องการการยกย่องและความต้องการความสำเร็จในชีวิต

2.1.2 ทฤษฎีการจูงใจ ERG

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดย แอลเดอร์เฟอร์ แต่ไม่คำนึงถึงขั้นความต้องการว่า ความต้องการใดเกิดขึ้นก่อนหรือหลัง และความต้องการหลายๆอย่างอาจเกิดขึ้นพร้อมกันได้ ความต้องการตามทฤษฎี ERG จะมีน้อยกว่าความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1. ความต้องการเพื่อความอยู่รอด (Existence needs) (E)

เป็นความต้องการพื้นฐานของร่างกายเพื่อให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น เป็นความต้องการในระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรมสูงสุด ประกอบด้วยความต้องการทางร่างกายบวกด้วยความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคงตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารสามารถตอบสนองความต้องการในด้านนี้ได้ด้วยการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีสวัสดิการที่ดี มีเงินโบนัส รวมถึงทำให้ผู้ได้บังคับบัญชา รู้สึกมั่นคงปลอดภัยจากการทำงาน ได้รับความยุติธรรม มีการทำสัญญาว่าจ้างการทำงาน เป็นต้น

2. ความต้องการมีสัมพันธภาพ (Relatedness needs) (R)

เป็นความต้องการที่จะให้และได้รับไมตรีจิตจากบุคคลที่แวดล้อม เป็นความต้องการที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมน้อยลง ประกอบด้วยความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลภายนอกด้วย เช่น การจัดกิจกรรมที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม เป็นต้น

3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth needs) (G)

เป็นความต้องการในระดับสูงสุดของบุคคลซึ่งมีความเป็นรูปธรรมต่ำสุดประกอบด้วยความต้องการการยกย่องบวกด้วยความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเองให้เจริญก้าวหน้าด้วยการพิจารณาเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง หรือมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานกว้างขึ้น โดยมีหน้าที่การงานสูงขึ้น อันเป็นโอกาสที่พนักงานจะก้าวไปสู่ความสำเร็จ

2.1.3 ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ McClelland

ทฤษฎีของแมคคลีแลนด์ เน้นอธิบายการจูงใจของบุคคลที่กระทำการเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จมิได้หวังรางวัลตอบแทนจากการกระทำของเขา ซึ่งความต้องการความสำเร็จนี้ในแง่ของการทำงานหมายถึงความต้องการที่จะทำงานให้ดีที่สุดและทำให้สำเร็จผลตามที่ตั้งใจไว้ เมื่อคนทำอะไรสำเร็จได้ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ทำงานอื่นสำเร็จต่อไป หากองค์กรใดที่มีพนักงานที่แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จำนวนมากก็จะเจริญรุ่งเรืองและเติบโตเร็วซึ่งเขาเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคลได้ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement)(nAch)

เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่างๆให้เต็มที่และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ จากการวิจัยของ McClelland พบว่า บุคคลที่ต้องการความสำเร็จ (nAch) สูง จะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงานของตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง และกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว

2. ความต้องการความผูกพัน (Need for Affiliation)(nAff)

เป็นความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลอื่น บุคคลที่ต้องการความผูกพันสูงจะชอบสถานการณ์การร่วมมือมากกว่าสถานการณ์การแข่งขัน โดยจะพยายามสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

3. ความต้องการอำนาจ (Need for power)(nPower)

เป็นความต้องการอำนาจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูงจะแสวงหาวิถีทางเพื่อให้ตนมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับหรือยกย่องต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่นและจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักต้องการจะทำงานในลักษณะ 3 ประการดังนี้

1. งานที่เปิดโอกาสให้เขารับผิดชอบเฉพาะส่วนของเขา และเขามีอิสระที่จะตัดสินใจและแก้ปัญหาด้วยตนเอง
2. ต้องการงานที่มีระดับยากพอดี ไม่ง่ายหรือยากจนเกินไปกว่าความสามารถของเขา
3. ต้องการงานที่มีความแน่นอนและต่อเนื่องซึ่งสร้างผลงานได้และทำให้เขามีความก้าวหน้าในงานเพื่อจะพิสูจน์ตนเองถึงความสามารถของเขาได้

นอกจากงานในลักษณะดังกล่าวแล้วแมคคลีแลนด์ได้พบว่าปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพคือสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับงานที่เขาทำด้วย

2.1.4 ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ชเบิร์ก (Two-Factor Theory) (Herzberg)

ทฤษฎีเฮิร์ชเบิร์กเน้นอธิบายและให้ความสำคัญกับปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ ตัวกระตุ้น (Motivators) และการบำรุงรักษา (Hygiene) สองปัจจัยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของงานเป็นอย่างยิ่ง

1. ปัจจัยด้านตัวกระตุ้น (Motivator factors)

เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงาน (Job satisfaction) ตัวกระตุ้นประกอบด้วยปัจจัย 6 ประการดังนี้

1. การสัมฤทธิ์ผล คือ พนักงานมีความรู้สึกว่าเขาทำงานได้สำเร็จ
2. การยอมรับนับถือจากผู้อื่น คือ พนักงานมีความรู้สึกว่าเขาทำสำเร็จมีคนยอมรับ
3. ลักษณะงานที่น่าสนใจ คือ พนักงานรู้สึกว่าการที่เขาทำน่าสนใจ น่าทำ
4. ความรับผิดชอบ คือ พนักงานรู้สึกว่าเขาต้องรับผิดชอบตนเองและงานของเขา
5. โอกาสที่จะเจริญก้าวหน้า คือ พนักงานรู้สึกว่าเขามีความก้าวหน้าในงานที่เขาทำ
6. การเจริญเติบโต คือ พนักงานคิดว่าเขามีโอกาสที่จะเรียนรู้เพิ่มเติมและมีความเชี่ยวชาญ

2. ปัจจัยด้านการบำรุงรักษา (Hygiene Factors)

เป็นปัจจัยที่ช่วยให้พนักงานยังคงทำงานอยู่และยังรักษาเขาไว้ไม่ให้ออกจากงานเมื่อไม่ได้จัดให้พนักงาน เขาจะไม่พอใจและไม่มีความสุขในการทำงานปัจจัยนี้ประกอบด้วย 10 ประการดังนี้

1. นโยบายและการบริหาร คือ พนักงานรู้สึกว่าการจัดการมีการสื่อสารที่ดีและเขาเข้าถึงนโยบายขององค์กรที่เขาอยู่
2. การนิเทศงาน คือ พนักงานรู้สึกว่าการบริหารตั้งใจสอนและให้งานตามหน้าที่รับผิดชอบ
3. ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน คือ พนักงานรู้สึกดีต่อหัวหน้างานของเขา
4. ภาวะการทำงาน คือ พนักงานรู้สึกดีต่องานที่เขาทำและสภาพการณ์ของที่เขาทำงาน
5. ค่าตอบแทนการทำงาน คือ พนักงานรู้สึกว่าค่าตอบแทนเหมาะสม
6. ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน คือ พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน
7. ชีวิตส่วนตัว คือ พนักงานรู้สึกว่าชั่วโมงการทำงานไม่ได้กระทบต่อชีวิตส่วนตัว
8. ความสัมพันธ์กับลูกน้อง คือ หัวหน้างานมีความรู้สึกที่ดีต่อลูกน้อง
9. สถานภาพ คือ พนักงานรู้สึกว่างานเขามีตำแหน่งหน้าที่ดี
10. ความมั่นคง คือ พนักงานรู้สึกมั่นคงปลอดภัยในงานที่เขาทำอยู่

ปัจจัยบำรุงรักษาไม่ใช่สิ่งจูงใจที่จะทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น แต่เป็นข้อกำหนดที่ป้องกันไม่ให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในงานที่เขาทำ ถ้าไม่มีปัจจัยเหล่านี้แล้วอาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจแก่พนักงานได้ ซึ่งพนักงานอาจรวมตัวกันเพื่อเรียกร้องหรือต่อรอง ผู้บริหารจึงมักจัดโครงการด้านผลประโยชน์พิเศษต่างๆ เพื่อให้พนักงานพึงพอใจ เช่น การลาป่วย การลาพักร้อน และโครงการที่เกี่ยวกับสุขภาพและสวัสดิการของพนักงาน

2.1.5 ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ (Learned Needs Theory)

เดวิด ซี แมคเคิลแลนด์ เป็นผู้เสนอทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ขึ้น โดยสรุปว่าคนเราเรียนรู้ความต้องการจากสังคมที่เกี่ยวข้อง ความต้องการ จึงถูกก่อตัวและพัฒนาตลอดช่วงชีวิตของแต่ละคน และเรียนรู้ว่าในทางสังคมแล้ว เรามีความต้องการที่สำคัญสามประการ คือ

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need For Achievement)

เป็นความต้องการที่จะทำงานได้ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีมาตรฐานสูงขึ้นในชีวิต มีผู้
ความต้องการความสำเร็จสูงจะมีลักษณะพฤติกรรมดังนี้

- 1.1 มีเป้าหมายในการทำงานสูง ชัดเจนและท้าทายความสามารถ
- 1.2 มุ่งที่ความสำเร็จของงานมากกว่ารางวัล หรือผลตอบแทนเป็นเงินทอง
- 1.3 ต้องการข้อมูลย้อนกลับในความก้าวหน้าสู่ความสำเร็จทุกระดับ
- 1.4 รับผิดชอบงานส่วนตัวมากกว่าการมีส่วนร่วมกับผู้อื่น

2. ความต้องการอำนาจ (Need For Power)

เป็นความต้องการที่จะมีส่วนควบคุม สร้างอิทธิพล หรือรับผิดชอบในกิจการของผู้อื่น ผู้มี
ความต้องการอำนาจจะมีลักษณะพฤติกรรม ดังนี้

- 2.1 แสวงหาโอกาสในการควบคุมหรือมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น
- 2.2 ชอบการแข่งขันในสถานการณ์ที่มีโอกาสให้ตนเองครอบงำคนอื่นได้
- 2.3 สนุกสนานในการเชิญหน้าหรือโต้แย้ง ต่อสู้กับผู้อื่น

3. ความต้องการความผูกพัน (Need For Affiliation)

เป็นความต้องการที่จะรักษามิตรภาพและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไว้อย่างใกล้ชิด ผู้มี
ความต้องการความผูกพันมีลักษณะ ดังนี้

- 3.1 พยายามสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพและมิตรภาพให้ยั่งยืน
- 3.2 อยากให้บุคคลอื่นชื่นชอบตัวเอง
- 3.3 สนุกสนานกับงานเลี้ยง กิจกรรมทางสังคม กละการพบปะสังสรรค์
- 3.4 แสวงหาการมีส่วนร่วม ด้วยการร่วมกิจกรรมกับกลุ่ม หรือองค์กรต่างๆ

2.1.6 ทฤษฎี X และทฤษฎี Y ของแมคเกรเกอร์

แมคเกรเกอร์ (McGregor) ได้ชี้ให้เห็นถึงแบบของการบริหาร 2 แบบ คือ ทฤษฎี X ซึ่งมี
ลักษณะเป็นเผด็จการ และทฤษฎี Y หรือการมีส่วนร่วม แต่ละแบบเกี่ยวข้องกับสมมุติฐานที่มีต่อ
ลักษณะของมนุษย์ดังนี้

ผู้บริหารแบบทฤษฎี X เชื่อว่า

1. มนุษย์โดยทั่วไปไม่ชอบการทำงาน และพยายามหลีกเลี่ยงงานถ้าสามารถทำได้
2. เนื่องจากการไม่ชอบทำงานของมนุษย์ มนุษย์จึงถูกควบคุม บังคับ หรือข่มขู่ให้ทำงาน
ชอบให้สั่งการและใช้วิธีการลงโทษ เพื่อให้ใช้ความพยายามได้เพียงพอ และบรรลุวัตถุประสงค์ของ
องค์กร

3. มนุษย์โดยทั่วไปพอใจกับการชี้แนะสั่งการหรือการถูกบังคับ ต้องการหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ มีความทะเยอทะยานน้อย และต้องการความมั่นคงมากที่สุด ผู้บริหารตามทฤษฎี X จึงต้องสร้างแรงจูงใจโดยการข่มขู่ และลงโทษ เพื่อให้ลูกน้องใช้ความพยายามให้บรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร

ผู้บริหารแบบทฤษฎี Y มีความเชื่อว่า

1. การทำงานเป็นการตอบสนองความพอใจ
2. การข่มขู่ด้วยวิธีการลงโทษไม่ได้เป็นวิธีการที่ดีที่สุดในการจูงใจให้คนทำงาน บุคคลที่ผูกพันกับการบรรลุถึงความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร จะมีแรงจูงใจด้วยตนเองและความภูมิใจตนเอง
3. ความผูกพันของบุคคลที่มีต่อเป้าหมายขึ้นอยู่กับรางวัล และผลตอบแทนที่พวกเขาคาดหวังว่าจะได้รับเมื่อเป้าหมายบรรลุถึงความสำเร็จ
4. ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการทำงาน เป็นการจูงใจให้บุคคลยอมรับและแสวงหาความรับผิดชอบ มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

ทฤษฎี X (Theory x) คือคนประเภทเกียจคร้าน ในการบริหารจึงควรใช้มาตรการบังคับมีระเบียบกฎเกณฑ์คอยกำกับ มีการควบคุมการทำงานอย่างใกล้ชิด และมีการลงโทษเป็นหลัก

ทฤษฎี Y (Theory Y) คือคนประเภทขยัน ควรมีการกำหนดหน้าที่การทำงานที่เหมาะสม ท้าทายความสามารถ สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเชิงบวก

Donglas McGregor เห็นว่าคนมี 2 ประเภท และการบริหารคนทั้ง 2 ประเภท ต้องใช้วิธีการบริหารแตกต่างกัน

2.1.7 สิ่งล่อใจ (Incentives)

เป็นสิ่งชักนำบุคคลให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ถือเป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น ต้องการให้พนักงานมาทำงานสม่ำเสมอก็ใช้วิธียกย่องพนักงานที่ไม่ขาดงานโดยจัดสรรรางวัลในการคัดเลือกพนักงานที่ไม่ขาดงานหรือมอบโล่ให้แก่ฝ่ายที่ทำงานดีประจำปี สิ่งล่อใจอาจเป็นวัตถุ เป็นสัญลักษณ์ หรือคำพูดที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ

2.1.8 ลักษณะพื้นฐานของการขายที่สำคัญ

1. การขาย คือการให้ความช่วยเหลือลูกค้า ต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร และเสนอขายในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
2. การขาย คือการชักจูงใจลูกค้า ต้องให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยความพึงพอใจในภาพพจน์ของสินค้า
3. การขาย คือการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า ต้องช่วยให้ลูกค้าได้สินค้าตรงความต้องการ

4. การขาย คือการให้ความรู้แก่ลูกค้า ต้องรู้จักสินค้าเป็นอย่างดี และสามารถอธิบายให้ความกระจ่างแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจ

5. การขาย เป็นการสร้างความพึงพอใจ ไม่ใช่เป็นการบังคับ ลูกค้าซื้อสินค้าด้วยความพึงพอใจ และมีความต้องการในสินค้านั้น มิใช่ด้วยความเกรงใจถูกบังคับ

2.1.9 บุคลิกภาพของพนักงานขาย (Sales Personality)

บุคลิกภาพ คือ การแสดงออกที่ทำให้ผู้พบเห็นเกิด ความเชื่อถือ ศรัทธา ประทับใจ บุคลิกภาพที่สร้างความประทับใจครั้งแรกให้กับลูกค้า จะมีผลต่อความรู้สึกของลูกค้าที่จะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าก็ได้

2.1.10 ขั้นตอนการขาย

1. ยืน กล่าวสวัสดีลูกค้า
2. สอบถามความต้องการของลูกค้า ว่ากำลังสนใจ และมองหาสินค้าอะไรอยู่
3. แนะนำสินค้า บอกข้อมูลรายละเอียดของสินค้าให้แก่ลูกค้าทราบ
4. ถามลูกค้าว่าต้องการอะไรนอกจากนี้หรือไม่
5. ขอพาสปอร์ตและตัวเครื่องบิน (ใช้ในการกรอกข้อมูลลูกค้า ประกอบการขาย)
6. ทวนรายการสินค้าและราคาให้ลูกค้าฟังอีกครั้ง ว่าถูกต้องหรือไม่
7. ถามลูกค้าว่าต้องการชำระเงินเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิต มีบัตรสมาชิกหรือไม่
8. แพ็คสินค้าอย่ากรอบคอบและถูกต้อง
9. ทำการขาย ด้วยการใช้เครื่องคิดเงิน POS (POINT OF SALE) ซึ่งเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สำหรับทำการบันทึกข้อมูลการขาย ณ จุดขาย
10. ตรวจสอบเงินครบ/ขาด หรือไม่
11. กล่าว ขอบขอบคุณที่ใช้บริการบริษัท

2.1.11 พฤติกรรมของผู้บริโภค



ภาพที่ 2.2 แผนภาพแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค

จะต้องสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าแล้วจดจำไว้เป็นอย่างดี และพยายามสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้น โดยพูดในเรื่องที่ลูกค้าชอบ สนองความต้องการให้กับลูกค้า ความอยากได้มักมีอยู่ในมนุษย์ทุกคน ดังนั้นจึงต้องกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความอยากได้และตัดสินใจซื้อด้วยความพึงพอใจในสินค้าและมีความพึงพอใจที่ได้ขายสินค้านั้น

เมื่อทำการเสนอขาย จะไม่ทราบว่าลูกค้าจะตัดสินใจซื้อหรือไม่ จึงต้องพยายามศึกษา กล้องสี่ตาซึ่งเป็นกระบวนการตัดสินใจที่อยู่ภายในใจของลูกค้า เพื่อที่จะได้ใช้ยุทธวิธี กระตุ้นหรือจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อสินค้าได้อย่างเหมาะสม

ตัวกระตุ้นหรือแรงจูงใจในการซื้อ มี 2 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจขั้นพื้นฐาน ควรแนะนำให้ลูกค้าเลือกสินค้าที่มีความจำเป็นก่อน
2. แรงจูงใจขั้นเลือกเฟ้น การเปรียบเทียบสินค้าเพื่อให้ได้ยี่ห้อที่ต้องการ และเหมาะสมกับลูกค้า จึงต้องเสนอขายว่าสินค้านี้ดีอย่างไร และเหมาะสมกับลูกค้าอย่างไร
3. แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ลูกค้าจะซื้อสินค้าที่ได้ประโยชน์จากการใช้ ประหยัดเงิน และคุ้มค่าถ้าหากซื้อไป เช่น ลูกค้าซื้อสินค้าเป็นจำนวน 2,300 บาท เราก็เสนอโปรโมชั่นให้แก่ลูกค้าว่า หากซื้อสินค้าจำนวน 2,500 บาท จะได้รับของแถมเป็นกระเป๋าสะพาย 1 ใบ
4. แรงจูงใจด้านอารมณ์ ลูกค้าซื้อเพราะความรู้สึก ความพอใจ ความชอบ

2.2 เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.2.1 เครื่องคิดเงิน POS

การทำการขาย ด้วยการใช้เครื่องคิดเงิน POS (POINT OF SALE) ซึ่งเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สำหรับทำการบันทึกข้อมูลการขาย ณ จุดขาย

บทที่ 3

แผนการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนการฝึกงาน

3.1.1 ตารางแผนการปฏิบัติงาน

หัวข้องาน	เมษายน				พฤษภาคม			
	1	2	3	4	1	2	3	4
เข้าอบรมและเรียนรู้เกี่ยวกับหน้าที่การขายและข้อมูลสินค้า	↔							
เช็คสต็อกสินค้าหน้าร้าน เช็คสินค้าที่มาส่งใหม่		←						→
จัดเรียงสินค้า แนะนำสินค้า ทำการขาย		←						→
ตัดสต็อกรายการสินค้าที่ขายไป ปิดบิลยอดขายประจำวัน		←						→

ตารางที่ 3.1 แผนการปฏิบัติงาน

3.2 รายละเอียดงานที่นักศึกษาปฏิบัติในการฝึกงาน

ในร้านค้าปลีกปลอดอากร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีสินค้านำเข้าและสินค้าไทยเป็นจำนวนมากที่วางขาย ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของพนักงานขายที่จะต้องทำการให้บริการแก่ลูกค้าในการอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าปลอดอากร ด้วยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อจำกัดต่างๆ ในการซื้อสินค้าปลอดอากร และให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้าที่ลูกค้าต้องการทราบ และลูกค้าได้รับสินค้าที่ต้องการ เหมาะสม และคุ้มค่าที่สุด เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ที่ได้รับสินค้าและบริการที่ดีจากบริษัท

สินค้าดีที่ฟรีที่ทางบริษัทวางจำหน่ายส่วนใหญ่นั้น เป็นสินค้าประเภทของเหลว เช่น น้ำหอม เครื่องสำอาง สบู่ โดยที่สินค้าที่ลูกค้าซื้อไปนั้น ลูกค้าจะต้องนำติดตัวขึ้นเครื่องไปด้วย ดังนั้นพนักงานขายจึงจำเป็นต้องรู้กฎการนำสัมภาระประเภทของเหลวขึ้นเครื่อง เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาลูกค้านำสินค้าขึ้นเครื่องไม่ได้

นอกจากนี้แล้วเพื่อที่จะให้งานมีคุณภาพที่สุด มีความผิดพลาดน้อยที่สุด จึงจำเป็นจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ และตรวจสอบการทำงาน โดยนำทฤษฎีการบริหารงานคุณภาพ (PDCA) เข้ามาช่วย

การซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลอดอากรประเภทของเหลว สเปรย์ และเจล

ปัจจุบัน สายการบินและสนามบินระหว่างประเทศหลายแห่งทั่วโลก โดยเฉพาะยุโรปและสหรัฐฯ ได้นำมาตรการจำกัดสัมภาระประเภทของเหลวที่ผู้โดยสารสามารถนำขึ้นเครื่องได้มาใช้ หลังจากอังกฤษเปิดโปงแผนลักลอบนำระเบิดเหลวขึ้นไปบนเครื่องบินทางองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) จะส่งเจ้าหน้าที่มาตรวจสอบมาตรฐานด้านความปลอดภัยของท่าอากาศยานรวมถึงมาตรการจำกัดการนำของเหลว เจล และสเปรย์ ขึ้นเครื่องบินด้วย

ทั้งนี้ ข้อบังคับในมาตรการดังกล่าวจะกำหนดให้ผู้โดยสารที่ต้องการนำสัมภาระที่เป็นของเหลว เจล หรือสเปรย์ขึ้นเครื่องบินจะต้องบรรจุสัมภาระดังกล่าวใส่ลงในกระเป๋าทึบบรรจุไว้ได้ทั้งเครื่องบิน หากต้องการที่จะพกพาสัมภาระดังกล่าวติดตัวขึ้นเครื่องบินไปด้วย ก็จะต้องทำการแพ็คเกจใส่ถุงพลาสติกใส ที่สามารถเปิด-ปิดได้ โดยสัมภาระที่เป็นของเหลวแต่ละชิ้นจะต้องบรรจุในภาชนะที่มีปริมาตรไม่เกิน 100 มิลลิกรัม (หรือ 100 ซีซี) เนื่องจากของเหลว เจล หรือ สเปรย์ ในปริมาณไม่เกินกำหนด เมื่อนำมาผสมทำเป็นวัตถุระเบิด จะไม่รุนแรงถึงขั้นก่อให้เกิดอันตรายต่อเครื่องบิน

สำหรับผู้โดยสารที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลอดภาษีภายในสนามบิน ทาง คิง เพาเวอร์ ได้จัดเตรียมถุงพลาสติกใส เพื่อบรรจุสินค้าที่ผู้โดยสารซื้อ พร้อมมีใบแสดงรายการสินค้าที่ซื้อ ซึ่งจะระบุชื่อผู้โดยสาร วันและเวลาที่ซื้อ รายการสินค้า เส้นทางบิน และจุดหมายปลายทางเพื่อให้สามารถตรวจสอบได้ชัดเจน ลงในถุงดังกล่าวแล้วปิดผนึกจนสนิท ไม่สามารถเปิด-ปิดได้ เมื่อถึงจุดตรวจค้นสัมภาระ ตั้งแต่จุดเช็คอินเคาน์เตอร์ ไปจนถึงจุดตรวจค้นสัมภาระก่อนขึ้นเครื่องออกเดินทาง ทางเจ้าหน้าที่ก็จะสามารถตรวจสอบได้ชัดเจน หากพบว่าถุงมีรอยฉีกขาด ทางเจ้าหน้าที่จะทั้งสัมภาระ หรือสินค้าในถุงทันที และในกรณีที่ผู้โดยสารพบว่า ถุงบรรจุสัมภาระมีรอยฉีกขาดก่อนที่จะไปถึงจุดตรวจค้น ก็สามารถนำสินค้า พร้อมใบแสดงรายการซื้อ-ขาย มาขอคืนเงินได้ที่เคาน์เตอร์ของคิง เพาเวอร์

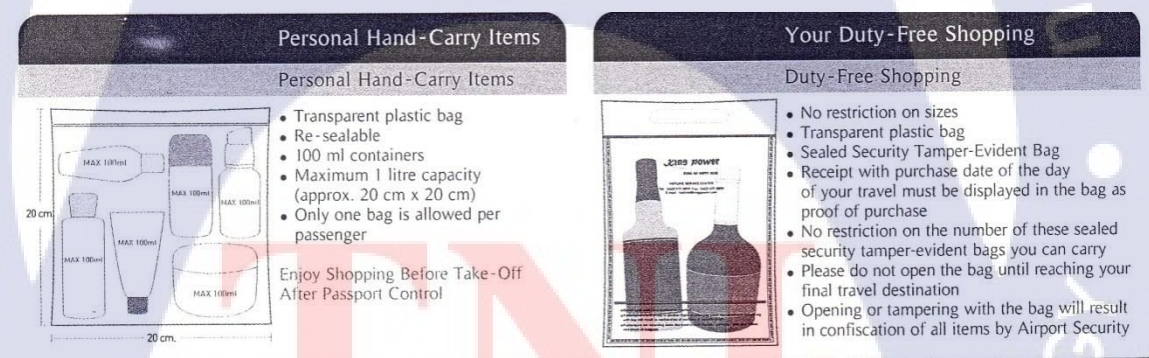
รายการตัวอย่างสิ่งของประเภทของเหลว สเปรย์ และ เจล

- ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางค์ และอาหารกระป๋อง เช่น ชุป น้ำปรุงรส(ซอส) ผลไม้ เยลลี่ โยเกิร์ต และอาหารที่มีลักษณะคล้ายเจล
- ช็อคโกแลต
- น้ำยาล้างคอนแทคเลนส์
- น้ำยาบ้วนปาก
- ยาสีฟัน

- ครีมโกนหนวด สเปรย์จัดแต่งทรงผม
- แชมพูสระผม ครีมนวด เจลอาบน้ำ สบู่
- ผลิตภัณฑ์ล้างเครื่องสำอาง และทำความสะอาดใบหน้า
- ครีม ยาม่อง (บาล์ม) โลชั่น และน้ำมันทาผิว
- น้ำหอม โคโลญจ์ และน้ำยาป้องกันกลิ่นเหม็น
- ของเหลวหรือเจลที่ใช้สำหรับใบหน้า รอบดวงตา แก้ม และริมฝีปาก (เช่น มาสคาร่า ลิปกลอส และครีมรองพื้น ซึ่งลักษณะเป็นของเหลว เป็นต้น)
- น้ำยาทาเล็บ และน้ำยาล้างเล็บ
- เทียนไข และ ผลิตภัณฑ์ประเภทขี้ผึ้ง
- และอื่นๆที่มีลักษณะเป็นของเหลว

สิ่งของประเภทของเหลว สเปรย์ และเจลที่ไม่จำเป็นต้องบรรจุลงในถุงพลาสติกใสแล้วปิดผนึก

- ยารักษาโรค เช่น อินซูลิน สเปรย์แก้อาการอักเสบที่ลำคอ ยาแก้ไอ น้ำเชื่อม
- ยารักษาโรคเบาหวาน ยาสำหรับเด็กและอื่นๆ
- อาหารสำหรับเด็กทารก เช่น นม อาหารที่มีลักษณะเป็นของเหลว หรือ เจล เช่น ผ้าเช็ดทำความสะอาดชนิดเปียกสำหรับทารก น้ำดื่มที่ผ่านการฆ่าเชื้อ เป็นต้น
- อาหารเสริมที่ต้องใช้เป็นกรณีพิเศษ ซึ่งมีผลต่อสุขภาพของผู้โดยสารหากไม่ได้รับประทาน



ภาพที่ 3.1 ภาพจำลองถุงซิปล็อคบรรจุสัมภาระส่วนตัว และ ถุงปิดผนึกสินค้าที่ซื้อจาก คิง เพาเวอร์

สัมภาระที่สามารถนำติดตัวขึ้นบนอากาศยานได้

สัมภาระส่วนตัว

- ให้บรรจุในถุงพลาสติกใส ที่สามารถเปิดปิดผนึกได้
- ขนาดความจุภาชนะไม่เกิน 100 มิลลิลิตรต่อชิ้น

- สัมภาระส่วนตัวทั้งหมด ต้องมีปริมาณรวมไม่เกิน 1 ลิตร หรือ สามารถบรรจุในถุง ขนาด 20X20 ซม.



ภาพที่ 3.2 ถุงซิปล็อคบรรจุสัมภาระส่วนตัว

การซื้อสินค้าปลอดภาษี/อากร

- ต้องบรรจุในถุงพลาสติกใสพิเศษ ชนิดปิดตาย พร้อมใบเสร็จรับเงินที่ใช้เป็นหลักฐาน แสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลอดภาษี/อากร ณ วันเดินทาง
- ไม่จำกัดปริมาณความจุของภาชนะที่บรรจุสินค้า
- ไม่จำกัดจำนวนถุงในการนำติดตัวขึ้นบนอากาศยาน
- ผนึกถุงจะต้องไม่มีร่องรอยฉีกขาดใดๆทั้งสิ้นจนกว่าจะถึงจุดหมายปลายทาง
- การเปิดผนึกถุงจะส่งผลให้สินค้าที่ซื้อถูกยึดโดยฝ่ายรักษาความปลอดภัยของท่าอากาศยาน



ภาพที่ 3.3 ถุงปิดผนึกบรรจุสินค้าที่ซื้อจาก คิง เพาเวอร์

การนำของเหลว สเปรย์ และเจล ขึ้นเครื่องบิน

ข้อบังคับการนำของเหลวขึ้นเครื่องบินของแต่ละประเทศ ทั้งเที่ยวบินตรงและเที่ยวบินเปลี่ยนเครื่อง

ประเทศที่จะเดินทางไป	เที่ยวบินตรงไป ประเทศเหล่านี้	เที่ยวบินที่แวะจอดพัก หรือ รอ เปลี่ยนเครื่องในประเทศเหล่านี้
ทวีปอเมริกา		
แคนาดา	•	•
สหรัฐอเมริกา	•	•
สายการบิน ยูไนเต็ด ทุกเที่ยวบิน	•	•
สายการบิน นอร์ธเวสต์	•	•
ทวีปออสเตรเลีย		
ออสเตรเลีย	•	•
นิวซีแลนด์	•	•
ทวีปยุโรป		
กลุ่มประเทศสหพันธรัฐยุโรป	✓	•
ทวีปเอเชีย		
ฮ่องกง	✓	•
อินเดีย	✓	•
ญี่ปุ่น	✓	•
มาเลเซีย	✓	•
ปากีสถาน	✓	•
ฟิลิปปินส์	✓	•
จีน	✓	✓
อินโดนีเซีย	✓	0
ลาว	✓	0
สิงคโปร์	✓	0
ไต้หวัน	✓	0
เวียดนาม	✓	0
ทวีปแอฟริกาใต้	✓	0
กลุ่มประเทศอื่นๆ	✓	0

ตารางที่ 3.2 การนำของเหลว สเปรย์ และเจลขึ้นเครื่องบิน

หมายเหตุ :

- ✓ ซื้อสินค้าปลอดภาษี/อากรได้ โดยบรรจุถูกต้องตามข้อกำหนด
- ซื้อสินค้าปลอดภาษี/อากรได้ โดยบรรจุถูกต้องตามข้อกำหนด ยกเว้น ผู้โดยสารที่จะเดินทางต่อไปยังประเทศอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และกลุ่มประเทศสหพันธ์ยุโรป จะไม่สามารถซื้อสินค้าดังกล่าวได้
- สามารถซื้อสินค้าปลอดภาษี/อากรได้ โดยมีข้อแนะนำดังนี้
 - นำใส่รวมในถุงที่เป็นสัมภาระส่วนตัว (ถุงซิปล็อก) ที่นำติดตัวขึ้นบนอากาศยาน ตามข้อกำหนด
 - ควรนำสินค้าออกจากกล่อง หรือ หีบห่อ เพื่อให้สามารถบรรจุรวมไว้ในถุงที่เป็นสัมภาระส่วนตัวที่นำติดตัวขึ้นบนอากาศยานได้ในปริมาณ 100 มิลลิลิตร ทั้งนี้ สามารถนำถุงสัมภาระส่วนตัว (ถุงซิปล็อก) ขึ้นบนอากาศยานได้คนละ 1 ใบเท่านั้น

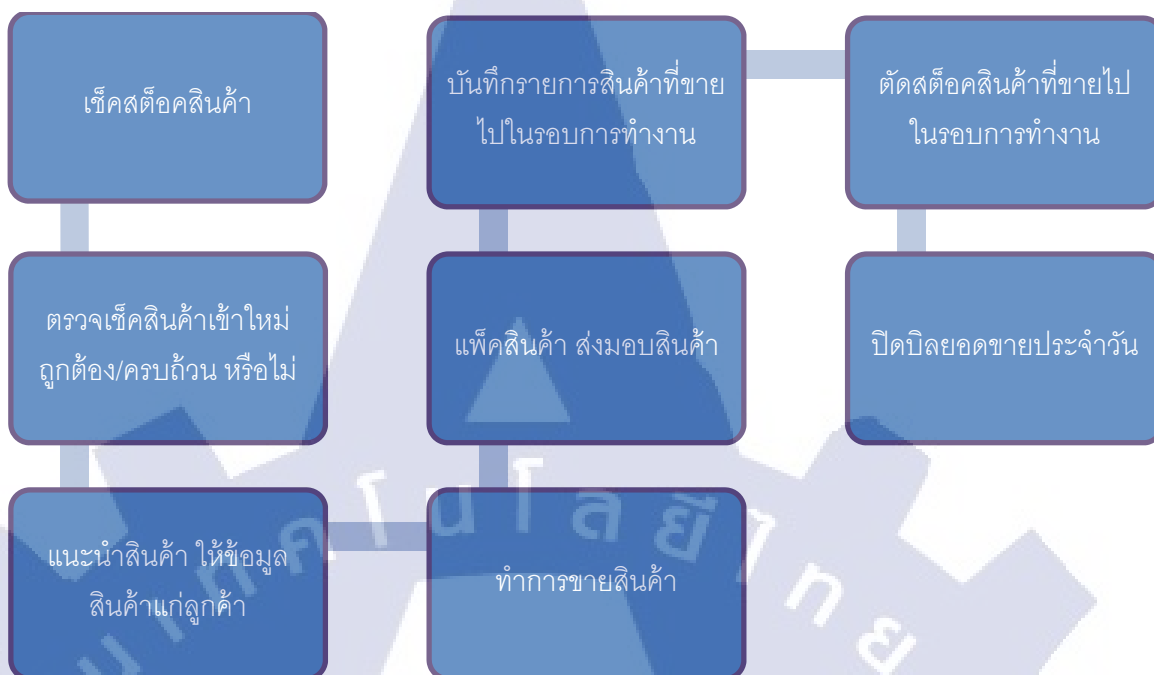
ข้อจำกัดในการซื้อสินค้าประเภทสุราและบุหรี่ที่ร้านคิวดัฟรี่ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ประเทศ	สุรา	บุหรี่
ออสเตรเลีย	ไม่ได้	ไม่ได้
บังคลาเทศ	2 ขวด	200
เบลเยียม	1 ลิตร	200
เดนมาร์ก	1 ลิตร	200
จีน	2 ลิตร	600
แคนาดา	ไม่ได้	200
ฝรั่งเศส	1 ลิตร	200
เยอรมัน	1 ลิตร	200
ฮ่องกง	1 ลิตร	60
อินเดีย	2 ลิตร	200
ญี่ปุ่น	3 ขวด (1 ขวด = 750 cc)	400
อิตาลี	1 ลิตร	200
ลาว	1 ขวด	200
พม่า	1 ขวด	200
นิวซีแลนด์	ไม่ได้	200
ปากีสถาน	ไม่ได้	200
โอมาน	2 ขวด	ไม่ได้
ซาอุดีอาระเบีย	ไม่ได้	600
สิงคโปร์	1 ขวด	ไม่ได้
สเปน	1.5 ลิตร	300
สวีเดน	2 ลิตร (แอลกอฮอล์ 15%)	ไม่ได้
ไทย	1 ลิตร	200
ตุรกี	5 ลิตร	200
สหรัฐอเมริกา	ไม่ได้	200

หมายเหตุ : สินค้าประเภทบุหรี่จำนวน 200 มีค่าเท่ากับ 1 คอตตอน

ตารางที่ 3.3 ข้อจำกัดในการซื้อสินค้าประเภทสุรา บุหรี่ที่ร้านคิวดัฟรี่ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน



ภาพที่ 3.4 แผนผังขั้นตอนการทำงาน

3.3.1 เช็คสต็อกสินค้า

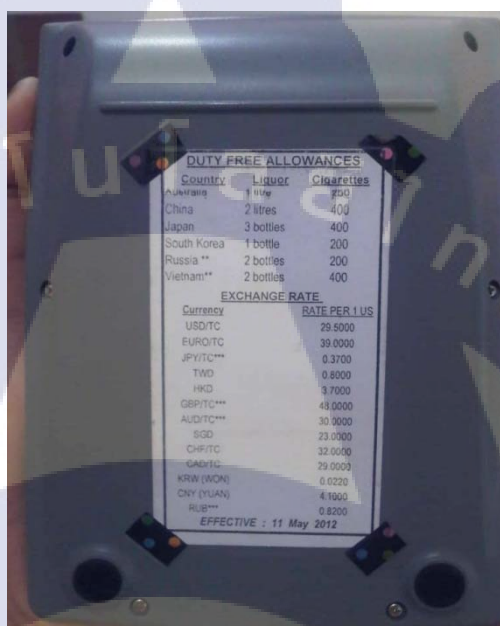
ในการเข้างานของแต่ละรอบงานนั้น ขณะที่รอบงานใหม่เข้ามาถึง ณ ร้านค้าปลอดอากร แล้วนั้น พนักงานขายในรอบงานก่อนหน้าจะยังไม่ถึงเวลาเลิกงาน จะยังคงทำการขายอย่างต่อเนื่อง โดยที่พนักงานขายรอบงานที่เพิ่งมาถึงจะต้องทำการเช็คสต็อกจำนวนสินค้าทุกรายการของแผนกตนเอง ว่ามีจำนวนครบหรือไม่ หากสินค้าขาดหรือเกินอย่างไร เราจะต้องแจ้งให้พนักงานขายรอบก่อนหน้าเรา (ซึ่งยังทำการขายอยู่ เนื่องจากยังไม่ถึงเวลาเลิกงาน) ให้ทราบของขาดหรือเกินอย่างไรบ้าง พนักงานขายรอบก่อนหน้าจะทำการตรวจสอบ หากของขาดไป พนักงานในรอบการทำงานนั้นจะต้องร่วมกันรับผิดชอบค่าเสียหายของสินค้าชิ้นนั้นเอง (พนักงานต้องรับผิดชอบด้วยกันในแผนกของตนเอง)

3.3.2 ตรวจสินค้าเข้าใหม่ว่าถูกต้องครบถ้วนหรือไม่

เนื่องจากร้านค้าปลอดอากร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมินั้น เปิดทำการ 24 ชั่วโมง ทำให้เกิดการซื้อ-ขาย สินค้าตลอดเวลา จึงต้องมีการส่งสินค้าเพิ่มใหม่อยู่เสมอ สินค้าจะมาส่งในช่วงแรกๆ ของรอบการทำงาน จะต้องตรวจเช็คจากใบส่งสินค้าว่ารหัสสินค้าที่ระบุมาในใบส่งสินค้านั้นตรงกับรหัสสินค้าที่ติดอยู่ที่ตัวสินค้าหรือไม่ และตรวจนับว่าสินค้ามาส่งจำนวนครบตามที่ระบุหรือไม่

3.3.3 แนะนำสินค้า ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า

เนื่องจากมีสินค้านำเข้าและสินค้าไทยวางขายอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นพนักงานขายจึงมีหน้าที่บริการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า โดยการตอบคำถามและให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้า เพื่อลูกค้าจะได้เลือกซื้อสินค้าที่เหมาะสม และคุ้มค่าแก่ตนเอง นอกจากนี้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแล้วนั้น พนักงานขายก็ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในอีกหลายๆ อย่าง เช่น ช่วยลูกค้าคำนวณเงินเป็นสกุลเงินที่ลูกค้ายกทราบ (เนื่องจากราคาที่ติดอยู่ที่ตัวสินค้านั้น เป็นราคาไทยบาท) , ให้ข้อมูลลูกค้าเกี่ยวกับข้อจำกัดต่างๆ ในการซื้อสินค้าแต่ละประเภท



Country	Liquor	Cigarettes
Australia	1 litre	250
China	2 litres	400
Japan	3 bottles	400
South Korea	1 bottle	200
Russia **	2 bottles	200
Vietnam**	2 bottles	400

Currency	RATE PER 1 US
USD/TC	29.5000
EURO/TC	39.0000
JPY/TC***	0.3700
TWD	0.8000
HKD	3.7000
GBP/TC***	48.0000
AUD/TC***	30.0000
SGD	23.0000
CAD/TC	32.0000
KRW (KOR)	29.0000
CNY (YUAN)	4.1000
RUB***	0.8200

EFFECTIVE : 11 May 2012

ภาพที่ 3.5 ด้านหลังเครื่องคิดเลข มีเรทเงิน 13 สกุลเงินติดอยู่

หมายเหตุ : พนักงานทุกคนจะต้องมีเครื่องคิดเลขประจำตัวทุกคน โดยมีเรทสกุลเงินทั้งหมด 13 สกุลเงิน

3.3.4 ทำการขายสินค้า

เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าแล้วนั้น พนักงานขายจะต้องทำการขายตามขั้นตอน โดยการขอพาสปอร์ตและตัวเครื่องบินของลูกค้า เพื่อบันทึกข้อมูลการเดินทางของลูกค้าลงในเครื่อง POS (POINT OF SALE ซึ่งเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สำหรับทำการบันทึกข้อมูลการขาย ณ จุดขาย) ทวนรายการสินค้าและราคาให้ลูกค้าทราบว่าคุณต้อง ครบถ้วนหรือไม่ และทำการชำระเงิน ออกใบเสร็จให้แก่ลูกค้า



KING POWER
 FREE CO., LTD.
 TAX ID NO: 3011006180

0179246

1st Branch Address: 101 Moo 1 Bang Phak, Bang Phli, Samut Prakan 10140, Thailand Tel: +66 (0) 2136-8899, Fax: +66 (0) 2136-8822

RECEIPT / TAX INVOICE (ABB)

SALES CODE		ANNUAL DATE / TIME	ISSUE DATE
00000000000000000000		2023/01/01 00:00:00	2023/01/01 00:00:00

CUSTOMER NAME		ISSUE INVOICE NO.	REF NO.
KING POWER		00000000000000000000	00000000000000000000

KING/TOUR CARD		PASSPORT NO.	ARR FLIGHT
00000000000000000000		00000000000000000000	00000000000000000000

ITEM	DESCRIPTION OF GOODS	QTY / UNIT	PRICE / UNIT	AMOUNT
00000000000000000000	00000000000000000000	0.00	0.00	0.00
00000000000000000000	00000000000000000000	0.00	0.00	0.00
00000000000000000000	00000000000000000000	0.00	0.00	0.00



0179246
 0179246

ภาพที่ 3.7 ใบเสร็จที่ออกให้แก่ลูกค้า โดยมีการระบุเกี่ยวกับกระเป๋าของแถมจากการซื้อสินค้า

แพ้คตินค้าอย่างละเอียดรอบคอบ ถูกต้อง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาแก่ลูกค้าในภายหลัง เช่น ในกรณีที่ลูกค้าซื้อสุรา แล้วพนักงานขายปิดผนึกถุงไม่ดี ทำให้ลูกค้าถูกยัดคตินค้า

3.3.6 บันทึกการขายสินค้าที่ขายไปในรอบการทำงาน

เมื่อทำการขายแล้วจะต้องลงบันทึกการขายสินค้าที่ขายไป ลงในสมุดบันทึกการขายสินค้าว่าขายสินค้าตัวไหนไปบ้าง จำนวนเท่าใด

3.3.7 ตัดสต็อกที่ขายไปในรอบการทำงาน

เมื่อใกล้หมดรอบเวลาการทำงานแล้วนั้น จะต้องนำจำนวนที่ลงบันทึกสินค้าที่ขายไปก่อนหน้านี้ ไปตัดกับจำนวนสินค้าคงเหลืออยู่ในหนังสือสต็อกที่เช็คก่อนเริ่มทำงาน ยอดสินค้าคงเหลือในหนังสือสต็อกสินค้านั้นจะต้องตรงกับ สินค้าที่วางขายอยู่เสมอ หากขาดหายไปพนักงานขายในรอบการทำงานนั้นจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ

3.3.8 ปิดบิลยอดขายประจำวัน

เมื่อหมดเวลางาน พนักงานขายจะต้องนำไป Sale Slip ที่ตนขายสินค้าไปทั้งหมดนั้น มาบันทึกรวมยอด โดยจะแยกออกตามประเภทสินค้า เช่น สุราและบุหรี่ จะคิดยอดรวมกัน แต่ช็อคโกแลตและขนมจะแยกยอดขายออกมา รวมยอดขายพร้อมแนบ Sale Slip ทั้งหมด แล้วส่งให้หัวหน้างาน (Supervisor)

LT + PT		LT	30.00%		PT	14.00%	
% Com LT		1.07%	0.80%	0.64%	0.53%	0.48%	
% Com PT		1.34%	1.00%	0.80%	0.67%	0.60%	
		com+100%	com+50%	com+20%	standard	com+10%	
TARGET		TAR 4	TAR 3	TAR 2	TAR 1	TAR -1	
SHIFT	MIX%	23,389,476	17,542,107	15,203,159	11,694,738	10,525,264	Double Com Per Day
A	29.00%	2,260,983	1,695,737	1,469,639	1,130,491	1,017,442	633,465
B	35.00%	2,728,772	2,046,579	1,773,702	1,364,386	1,227,947	61,235
C	36.00%	2,806,737	2,105,053	1,824,379	1,403,369	1,263,032	79,904
							76,0146

ตารางที่ 3.4 ทาร์เก็ตประจำเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555

หากสามารถทำยอดขายต่อวันได้ตาม Double Com Per Day จะได้รับค่าคอมมิชชั่นเป็นสองเท่า (โดยที่ยอดขายรวมทั้งเดือนจะต้องถึงTarget1 ขึ้นไป)

หมายเหตุ : Double Com Per Day จะมีเฉพาะ วันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์

สวัสดิการที่องค์กรมีให้แก่พนักงาน

1. หอพักพนักงาน ในราคาถูก
2. โรงอาหารสำหรับพนักงาน โดยที่บริษัทช่วยออกเงิน 20 บาท ต่อมื้อ
3. รถตู้รับ-ส่ง ระหว่างหอพักพนักงาน-สุวรรณภูมิ ฟรี
4. ประกันสังคม
5. วันหยุดลาคลอด

แรงจูงใจ/แรงกระตุ้น ที่องค์กรสร้างขึ้นเพื่อจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงาน

1. มีการกำหนดทาร์เก็ตยอดขายอย่างชัดเจน หากพนักงานอยากได้ค่าคอมมิชชั่นเยอะ ก็จะต้องทำยอดขายให้อยู่ในทาร์เก็ตสูง
2. เนื่องจากในวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ จะมีลูกค้าเดินทางเป็นจำนวนมากกว่าวันธรรมดา ทำให้มีการตั้งทาร์เก็ตต่อวัน ที่สูง แต่มีการดึงดูดพนักงาน โดยการให้ค่าคอมมิชชั่นเป็นสองเท่า หากสามารถทำยอดขายได้ตามที่กำหนดของ Double Com Per Day
3. หากพนักงานทำงานกับองค์กรเป็นระยะเวลา 4 ปีแล้ว องค์กรจะสามารถให้พนักงานเลือกวันหยุดฤดูเองได้ แต่จำนวนอยู่ที่ความเหมาะสม/ความเห็นชอบจากหัวหน้างานด้วย
4. สินค้าบางชนิดมีการให้ค่าตอบแทนเป็นค่า Incentive เช่น หากพนักงานขายสินค้ายี่ห้อหนึ่งได้ยอดตามที่กำหนด จะได้ค่า Incentive นอกเหนือจากค่าคอมมิชชั่นด้วย

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ

4.1 แผนการดำเนินงาน ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

4.1.1 แผนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	เมษายน				พฤษภาคม			
	1	2	3	4	1	2	3	4
เข้าอบรมเรียนรู้เกี่ยวกับหน้าที่พนักงานขาย	↔							
สังเกตขั้นตอนการปฏิบัติงานและศึกษาเป้าหมาย ที่องค์กรกำหนด		↔						
สังเกตพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน		←				→		
เก็บข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ขององค์กร		←						→
วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่สังเกตพบ				←			→	
ศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหา							↔	↔

ตารางที่ 4.1 แผนการดำเนินงาน

4.1.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. สังเกตพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานว่าลักษณะพฤติกรรมในขณะปฏิบัติงานนั้นเป็นอย่างไรบ้าง เช่น การบริการ ขวัญกำลังใจ ความสุขในการทำงาน
2. สอบถามความรู้สึกของพนักงาน ว่ารู้สึกอย่างไรในหลายๆ ด้าน เช่น การบริการ ขวัญกำลังใจ ความสุขในการทำงาน
3. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดที่พนักงานทุกคนพึงต้องปฏิบัติและจำเป็นต้องทำให้บรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนด
4. เรียนรู้จากการเข้าไปปฏิบัติงานเสมือนพนักงานประจำ ทำให้ทราบถึงความรู้สึกในทุกๆ ด้านของพนักงานว่า รู้สึกอย่างไรในการทำงาน

4.1.3 ผลการดำเนินงาน

จากการปฏิบัติตามขั้นตอนการดำเนินงาน พบว่า

1. พนักงานมีความเบื่อหน่ายในการทำงาน เนื่องจากการทำงานแบบเดิมซ้ำๆ ทุกวัน และไม่มีความสุขในการทำงาน
2. พนักงานขาดขวัญกำลังใจในการทำงาน เนื่องจากองค์กรได้มีการกำหนด Target ยอดขายที่สูง ซึ่งไม่สอดคล้องกับจำนวนพนักงานที่มีมากและจำนวนลูกค้าที่น้อย ส่งผลให้ยากต่อการทำยอดขายบรรลุเป้าหมายได้
3. พนักงานมีการแข่งขันในการทำยอดขาย จึงทำให้พนักงานมีความสัมพันธ์กันน้อย
4. องค์กรมีนโยบายว่าหากพนักงาน ปฏิบัติงานผิดพลาดในการทำการขาย พนักงานจะต้องรับผิดชอบค่าเสียหายเอง เช่น พนักงานยิงบาร์โค้ดสินค้าไม่ครบจำนวนที่ลูกค้าซื้อ แต่กลับให้สินค้าไปครบ ส่วนต่างค่าเสียหายนั้น พนักงานจะต้องรับผิดชอบเอง และกรณีที่สินค้าหายหรือถูกขโมย พนักงานในรอบการทำงานนั้น จะต้องร่วมกันรับผิดชอบค่าเสียหายเอง ทำให้พนักงานเสียกำลังใจลงไปบ้าง และทำให้พนักงานต้องขายสินค้าด้วยความรอบคอบ

แนวทางแก้ไข

1. มอบหมายงานที่นอกเหนือจากงานที่พนักงานปฏิบัติเป็นประจำทุกวัน (ต้องไม่เป็นการเพิ่มงาน หรือทำให้ลำบากมากขึ้นกว่าเดิม) เช่น งานที่พนักงานรู้สึกภูมิใจที่ได้รับมอบหมาย เพื่อสร้างสีสันในการทำงาน ให้ไม่มีความซ้ำซากจำเจ
2. ส่งเสริมการขายโดยการ เพิ่มโปรโมชั่นสินค้าให้มีความหลากหลายและดึงดูดลูกค้ามากขึ้นและง่ายต่อการทำยอดขาย เพื่อให้สอดคล้องกับการตั้งยอดขายใน Target สูงพนักงานก็จะมีขวัญกำลังใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น
3. องค์กรให้กุ๊เงิน โดยในทุกๆ เดือนพนักงานจะต้องผ่อนชำระหนี้ตามกำหนด (ถือเป็นการผูกมัดให้พนักงานทำงานกับองค์กรระยะยาวด้วย)
4. มอบหมายงานให้พนักงานในแผนกรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและทำให้พนักงานมีความรักใคร่กัน ก็จะมีน้ำใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
5. ให้อำนาจการตัดสินใจสินค้าแก่พนักงานบ้างตามความเหมาะสม เพื่อให้พนักงานรู้สึกได้รับความไว้วางใจ และมีค่าในองค์กร
6. ให้พนักงานรับผิดชอบเพียงครั้งหนึ่งของค่าเสียหายในกรณีทำงานผิดพลาด โดยบริษัทช่วยชดเชยครึ่งหนึ่ง เพราะมีกล้อง CCTV ติดอยู่ทั่วบริเวณร้าน ทำให้สามารถตรวจสอบได้ว่าของหายเพราะถูกขโมยหรือไม่
7. มีการให้รางวัล แก่พนักงานที่สามารถทำตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดนอกเหนือจากเป้าหมายประจำที่ทำอยู่ เช่น หากทำยอดขายใน Target 2 ได้สม่ำเสมอติดกัน 10 เดือน จะมีโบนัส

ให้ เป็นการกระตุ้นให้พนักงานมีความพยายามและมีเป้าหมายในการทำงาน และทำงานอย่างเต็มศักยภาพ

8. ใส่ใจรายละเอียดของพนักงาน ให้ความสำคัญต่อการเป็นอยู่ของพนักงานด้วย เช่นสวัสดิการช่วยเหลือ ค่ารักษาพยาบาล จัดหาที่พักฟรี ค่าเทอมบุตร เป็นต้น

4.2 แนวทางแก้ไขเพื่อตอบสนองความต้องการแต่ละขั้นตามทฤษฎีของมาสโลว์

ทฤษฎีลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) (Abraham Maslow)

ผลตอบแทนการทำงานส่วนใหญ่นั้น คือ ค่าจ้าง เงินเดือน ซึ่งหมายถึง เงิน ที่นายจ้างจ่ายแก่ลูกจ้างเป็นค่าตอบแทนการทำงานตามสัญญาจ้างสำหรับระยะเวลาทำงาน หรือจ่ายให้โดยคำนวณตามผลงานที่ลูกจ้างได้ทำเพื่อนำไปตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ของตน ซึ่งในแต่ละคนนั้นมีความจำเป็นและความต้องการที่ต่างกัน เพื่อให้องค์กรพัฒนาและสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายนั้น จึงจะต้องมีการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงาน ซึ่งก่อนอื่นจะต้องมีการศึกษาความต้องการของตัวพนักงานตามลำดับขั้น ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs)

- 1.1 ค่าตอบแทนการทำงานมีความเหมาะสมต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- 1.2 สวัสดิการช่วยเหลือพนักงาน เช่น ที่พักฟรี ค่าเทอมบุตร เป็นต้น
- 1.3 องค์กรให้กู้เงินซื้อบ้าน แล้วผ่อนจ่ายให้องค์กรทุกๆ เดือน (สามารถผูกมัดพนักงานให้ทำงานกับองค์กรระยะยาวได้)

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)

- 2.1 การทำประกันชีวิต ประกันสุขภาพ ให้แก่พนักงาน
- 2.2 สร้างความมั่นใจให้แก่พนักงาน ว่าสถานที่ปฏิบัติงานนั้นมีความปลอดภัยมีหน่วยรักษาความปลอดภัยกระจายอยู่ทั่วพื้นที่แวดล้อมในการทำงาน

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs)

- 3.1 กำหนดนโยบายที่ให้พนักงานทำร่วมกันเป็นทีม โดยมีผลตอบแทนที่เท่ากันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันของพนักงาน
- 3.2 หัวหน้างานมอบหมายหน้าที่สำคัญ นอกเหนือจากหน้าที่ประจำบ้าง เพื่อให้พนักงานรู้ว่าตนเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กร และมีความรู้สึกว่าการมอบหมายให้มีความสำคัญ หรือมองเห็นความสามารถ

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs)

- 4.1 มีการให้รางวัล แก่พนักงานที่สามารถทำยอดขายสูงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานรู้สึกภูมิใจ มีคนชื่นชมยกย่อง ในความสามารถ

5. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Needs)

5.1 เลื่อนตำแหน่งให้กับพนักงานที่มีความสามารถและประพฤติดนเป็นพนักงาน
ที่ดีเสมอต้นเสมอปลาย



บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

เนื่องจากองค์กรมีการกำหนดค่าที่เกินขีดความสามารถในระดับสูง ซึ่งไม่สอดคล้องกับปริมาณพนักงาน และปริมาณลูกค้าที่มี จึงยากต่อการที่พนักงานขายจะสามารถทำยอดขาย เพื่อให้ได้ค่าคอมมิชชั่นในเปอร์เซ็นต์สูงได้ ส่งผลให้พนักงานขาดขวัญกำลังใจในการทำงาน และรู้สึกย่อท้อเบื่อหน่ายในการทำงาน ดังนั้น จึงได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล สังเกตและวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ทฤษฎีลำดับความต้องการของ Abraham Maslow และศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหา เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายและมีความสุขในการทำงาน

5.2 แนวทางแก้ไข

1. มอบหมายงานที่นอกเหนือจากงานที่พนักงานปฏิบัติเป็นประจำทุกวัน (ต้องไม่เป็นการเพิ่มงาน หรือทำให้ลำบากมากขึ้นกว่าเดิม) เช่น งานที่พนักงานรู้สึกภูมิใจที่ได้รับมอบหมาย เพื่อสร้างสีสันในการทำงาน ให้ไม่มีความซ้ำซากจำเจ
2. ส่งเสริมการขายโดยการ เพิ่มโปรโมชั่นสินค้าให้มีความหลากหลายและดึงดูดลูกค้ามากขึ้นและง่ายต่อการทำยอดขาย เพื่อให้สอดคล้องกับการตั้งยอดขายใน Target สูง พนักงานก็จะมีขวัญกำลังใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น
3. องค์กรให้กู้เงิน โดยในทุกๆ เดือนพนักงานจะต้องผ่อนชำระหนี้ตามกำหนด (ถือเป็นการผูกมัดให้พนักงานทำงานกับองค์กรระยะยาวด้วย)
4. มอบหมายงานให้พนักงานในแผนกรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อผูกความสัมพันธ์ให้พนักงานมีความรักใคร่กัน และมีน้ำใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้การแข่งขันในการทำงานไม่ตึงเครียด
5. ให้อำนาจการตัดสินใจแก่พนักงานบ้างตามความเหมาะสม เพื่อให้พนักงานรู้สึกได้รับความไว้วางใจ และมีค่าในองค์กร
6. ให้พนักงานรับผิดชอบเพียงครั้งหนึ่งของค่าเสียหายในกรณีทำงานผิดพลาด โดยบริษัทช่วยเหลือครั้งหนึ่ง
7. มีการให้รางวัล แก่พนักงานที่สามารถทำตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดนอกเหนือจากเป้าหมายประจำที่ทำอยู่ เช่น หากทำยอดขายใน Target 2 ได้สม่ำเสมอติดกัน 10 เดือน จะมีโบนัส

ให้ เป็นต้น เป็นการกระตุ้นให้พนักงานมีความพยายามและมีเป้าหมายในการทำงาน โดยทำงานอย่างเต็มศักยภาพ

8. ใส่ใจรายละเอียดของพนักงาน ให้ความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของพนักงานด้วย เช่น สวัสดิการช่วยเหลือ ค่ารักษาพยาบาล ที่พักฟรี ค่าเทอมบุตร เป็นต้น

5.2.1 สวัสดิการที่แนะนำ

1. จัดหาที่พักให้ฟรี
2. ฟรีอาหาร 1 มื้อ ใน 1 วัน
3. ช่วยเหลือค่าเทอมบุตร
4. มีวันหยุดฤดูร้อนประจำปี
5. เพิ่มจำนวนวันหยุด จาก 1 วันต่อสัปดาห์ เป็น 2 วันต่อสัปดาห์

5.2.2 ข้อเสนอแนะ การสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงาน

1. ให้รางวัล (เงิน/ตัวเครื่องบิน) แก่พนักงานที่สามารถทำยอดขายในทาร์เก็ตสูงอย่างต่อเนื่อง
2. กำหนดโปรโมชันสินค้าที่ดึงดูดลูกค้า เพื่อให้ง่ายต่อการทำยอดขายมากยิ่งขึ้น พนักงานจะได้มีกำลังใจในการทำงาน
3. การให้รางวัลหรือผลตอบแทนความดีความชอบของพนักงานอยู่เสมอ เพื่อให้พนักงานรู้สึกว่าการที่ทำงานนั้นมีความหมาย มีค่า มีคนชื่นชม ยกย่อง
4. การเอาใจใส่ ใกล้ชิดกับตัวพนักงาน ให้พนักงานรู้สึกอบอุ่นและได้รับการใส่ใจจากหัวหน้างาน ทำให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน
5. ปรับเปลี่ยนสิ่งล่อใจ (เป้าหมาย/รางวัล) เสมอๆ เพื่อให้พนักงานรู้สึกตื่นเต้น มีสีสันในการทำงาน

5.2.3 แนวทางแก้ไขเพื่อตอบสนองความต้องการแต่ละขั้นตามทฤษฎีของมาสโลว์ ทฤษฎีลำดับความต้องการ

ปัญหาที่พบ

แนวทางแก้ไข

สังเกตตาม ทฤษฎีลำดับความต้องการ ของ Abraham Maslow พบว่า	แนวทางแก้ไข ทฤษฎีลำดับความต้องการ ของ Abraham Maslow
ความต้องการทางร่างกาย กฎห้ามพนักงานนั่ง โดยจะต้องยืนตลอดการทำงานเป็นเวลา 8 ชั่วโมง	ควรมีที่นั่งพักชั่วคราวให้แก่พนักงาน
ความต้องการความปลอดภัย องค์กรกำหนดทาร์เก็ตไม่สอดคล้องกับจำนวนพนักงานและลูกค้า พนักงานไม่สามารถทำยอดขายในทาร์เก็ตสูงได้ ดังนั้นค่าตอบแทนจึงไม่เพียงพอต่อภาระค่าใช้จ่าย	- ควรจัดหาค่าตอบแทนการทำงาน ให้เหมาะสมต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย - สวัสดิการช่วยเหลือ เช่น ที่พักฟรี ค่าเทอมบุตร - องค์กรให้กู้เงิน แล้วผ่อนจ่ายให้องค์กรทุกๆ เดือน (สามารถผูกมัดพนักงานให้ทำงานกับองค์กรระยะยาวได้)
ความต้องการทางสังคม - มีการแข่งขันในการขายสูง เนื่องจากต้องการทำยอดขายในทาร์เก็ตสูง เพื่อให้ได้ค่าคอมมิชชั่นเปอร์เซ็นต์สูงยิ่งขึ้น - ความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้าและพนักงานไม่ค่อยแนบชิด	- กำหนดนโยบายให้พนักงานทำงานร่วมกันเป็นทีม โดยมีผลตอบแทนที่เท่ากัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันของพนักงาน - หัวหน้างานมอบหมายหน้าที่สำคัญ นอกเหนือจากหน้าที่ประจำ เพื่อให้พนักงานรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในความสามารถ
ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ดี แต่ไม่มีใครรับรู้ พนักงานจึงขาดกำลังใจ	มีการให้รางวัล แก่พนักงานที่สามารถทำยอดขายสูงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานรู้สึกภูมิใจ มีคนชื่นชมยกย่องในความสามารถ
ความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้ชีวิต พนักงานจำนวนน้อยมากที่มีการเลื่อนตำแหน่ง	เลื่อนตำแหน่งพนักงานที่มีความสามารถ ประพฤติตนดีเสมอต้นเสมอปลายและรักดีต่อองค์กร

ตารางที่ 5.1 ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหา

5.3 ข้อเสนอแนะจากการฝึกงาน

1. การทำงานด้านการบริการจะต้องเป็นคนที่มีความรักในการบริการอย่างแท้จริง จะต้องมีความอดทน และใจเย็นเป็นอย่างมาก
2. การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเป็นสิ่งจำเป็นต่อการทำงานที่จะต้องพบปะลูกค้าตลอดเวลา
3. การทำงานในท่าอากาศยานนั้น ภาษาจึงมีความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นงานที่จำเป็นต้องใช้การสื่อสารเป็นหลัก เพื่อให้ข้อมูลลูกค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

































ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล

นางสาวชญารัตน์ ลิ้มโชสกุล

วัน เดือน ปี เกิด

12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2535

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา

ประถมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2544

ระดับมัธยมศึกษา

โรงเรียน เทพอักษร

มัธยมศึกษาตอนต้น พ.ศ. 2546

โรงเรียน นวมินทราชินูทิศ เตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้า

มัธยมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2549

โรงเรียน บดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี)

ระดับอุดมศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น พ.ศ. 2552

สถาบันเทคโนโลยี ไทย – ญี่ปุ่น

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

เอกสารอ้างอิง

บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด, “หนังสือคู่มือพนักงาน”, ปี พ.ศ. 2554.

บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด, “เอกสารประกอบการอบรมเกี่ยวกับการเป็นพนักงานขาย”, ปี พ.ศ. 2554.

บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด, “เอกสารประกอบการอบรมเกี่ยวกับวงจรการบริหารงานคุณภาพ PDCA”, ปี พ.ศ. 2554.

บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด, “แผ่นพับ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำสัมภาระประเภทของเหลวสเปรย์ และเจล ติดตัวขึ้นอากาศยาน”, ปี พ.ศ.2554.

บริษัท คิง เพาเวอร์ ดิวตี้ ฟรี จำกัด, “แผ่นป้าย แสดงรายละเอียดข้อจำกัดในการซื้อสินค้าประเภทสุราและบุหรี่ในร้านปลอดอากร”, ปี พ.ศ. 2554.

กรมศุลกากร, “กฎหมายควบคุมการนำเข้าและส่งออกไปนอกราชอาณาจักร การนำเข้าและการส่งออกของต้องกำกัต้องได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง” www2.customs.go.th/Traveller/TravellerInfo.jsp [online], สืบค้นวันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2555.

สำนักบริการข้อมูลสารสนเทศ มหาวิทยาลัย รามคำแหง, “ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ ของ อับลาฮัม มาสโลว์ ” www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=2421.0 [online], สืบค้นวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2555.

ศ.ดร.พริ้มเพรา ดิษขวนิช, “เอกสารประกอบการเรียนเรื่องการงูใจ” www.chamlongclinic-psych.com/document/motif/index.html [online], สืบค้นวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2555.

ภาคผนวก

TNI