บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมา

ในสมัยอดีตมนุษย์ใช้เพียงการเดินเท่านั้นในการสัญจรไปมา หลังจากนั้นมนุษย์เริ่มมีการพัฒนามาใช้สัตว์เป็นพาหนะแทนการเดิน แต่ก็ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการในการบรรทุกสิ่งของได้ จึงได้มีการนำสัตว์มาเทียมเกวียนเพื่อให้มีความสามารถในการบรรทุกได้มากขึ้นทั้งการบรรทุกคนและสิ่งของต่าง ๆ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านความคิดและการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่มากขึ้น ทำให้มีการสร้างรถยนต์ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ โดยรถยนต์ประเภทต่าง ๆ ที่ได้มีการพัฒนารูปแบบให้มีความทันสมัยและเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นแต่ในขณะเดียวกันการคมนาคมทางบกโดยอาศัยรถยนต์ ได้ก่อให้เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการสูญเสียชีวิต และทรัพย์สิน ด้วยปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ได้ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนอันเนื่องมาจากการจราจร ไม่ว่าจะเป็นการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุ การสูญเสียทรัพย์สิน รวมไปถึงการบาดเจ็บทุพพลภาพ ดังนั้นเพื่อความไม่ประมาทและเพื่อเป็นการบรรเทาความเสียหายของทุกคน การทำประกันภัย จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการดำเนินชีวิตที่ทุกคนควรให้ความสำคัญ

การประกันภัย เป็นการที่บริษัทผู้รับประกันภัยทำหน้าที่เป็นหลักประกันแก่บุคคลทั่วไปหรือผู้เอาประกันภัย โดยหากเกิดความเดือดร้อนทางการเงินจากภัยที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งก่อให้เกิดความสูญเสีย หรือความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สินนั้น บริษัทผู้รับประกันภัยจะจ่ายเงินชดเชยให้ผู้เอาประกันภัยตามจำนวนและเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้ หรืออาจจะทำให้ทรัพย์สินที่เอาประกันภัยไว้นั้นกลับสู่สภาพเดิมหรือใกล้เคียงของเดิม โดยผู้รับประกันภัยจะได้เงินค่าเบี้ยประกันภัยเป็นการตอบแทนจากบริษัทผู้เอาประกันภัยตามจำนวนที่ตกลงกัน (บริษัทไทยเศรษฐกิจประกันภัย จำกัด(มหาชน), 2552.) การประกันภัยสามารถเรียกร้องอีกอย่างหนึ่งว่า เป็นเครื่องมือทางสังคมที่สามารถจัดสรรเงินเพื่อทดแทนผลของความโชคร้ายที่สมาชิกบางคนในสังคมได้รับ โดยเงินที่นำมาจัดสรรนั้นเป็นเงินที่เก็บรวบรวมมาจากสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการ ดังนั้นการประกันภัยจึงเสมือนเป็นกองทุนซึ่งผู้เอาประกันภัยทุกคนจะต้องช่วยกันจ่ายลงขัน โดยจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความเสี่ยงภัยที่สมาชิกนำมาเอาประกันภัย และเมื่อมีภัยที่เอาประกันภัยไว้เกิดขึ้นสมาชิกก็มีสิทธิ์ที่จะเรียกร้องค่าเสียหายจากกองทุนในวงเงินที่ตกลงกันไว้นั่นเอง

การประกันภัยรถยนต์ คือการประกันความเสียหายอันเกิดจากการใช้รถยนต์ จำแนกออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (Compulsory Third Party Insurance)

หมายความถึง การประกันภัยรถยนต์ที่ถูกบังคับโดยกฎหมาย เพื่อความคุ้มครองต่อความสูญเสียของชีวิต ร่างกายบุคคล ผู้ประสบภัยจากรถยนต์ ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีกฎหมายที่เรียกว่า" พระราชบัญญัติ" คุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 (พ.ร.บ.) เพื่อให้ประชาชน ผู้ประสบภัยได้รับความคุ้มครอง และการชดใช้ค่าเสียหายที่แน่นอน รวดเร็ว และเป็นธรรม

2. การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ (Voluntary Motor Insurance)

หมายความถึง การประกันภัยที่เกิดขึ้น โดยความสมัครใจของ เจ้าของรถยนต์ ผู้ครอบครองรถยนต์ หรือผู้ขับขี่รถยนต์โดยไม่ได้เกิดจากการถูกบังคับโดยกฎหมาย แต่อย่างใด การประกันภัยรถยนต์ ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในตลาดประกันภัยในปัจจุบันนี้เป็นการ ประกันภัยในภาคสมัครใจ

ในเรื่องของช่องทางการจำหน่ายนั้น ถ้ามีการพูดถึงคำว่า “การขาย” เรามักจะนึกถึงภาพผู้ขาย และผู้ซื้อเผชิญหน้ากัน โดยพนักงานขายแสดงตัวสินค้า พร้อมบรรยายสรรพคุณของสินค้า เพื่อชักจูงให้ผู้ที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าได้เห็นถึงประโยชน์ และเกิดความต้องการในสินค้านั้น ๆ เมื่อการต่อรองในเรื่องราคาเป็นที่พอใจของทั้งสองฝ่าย ลูกค้าเลือกรับสินค้าไป และผู้ขายก็ได้รับเงินเป็นสิ่งแลกเปลี่ยน แต่การขายที่จะพูดถึงในงานเขียนนี้ เป็นการขายที่ต้องใช้ศิลปะ และเทคนิคมากเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นการสื่อสารที่ผู้ซื้อ และผู้ขายไม่ได้พบหน้ากัน ยิ่งไปกว่านั้น สิ่งที่กำลังเสนอขายก็เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ หรือที่เราเรียกกันว่า “บริการ” ซึ่งยังไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้ในทันที การขายที่กำลังพูดถึงนี้คือ “การขายประกันภัยรถยนต์ผ่านทางโทรศัพท์” แม้ว่าฟังดูแล้วการขายในลักษณะนี้น่าจะเป็นเรื่องยากที่จะประสบความสำเร็จ เนื่องจากทั้งสองฝ่ายไม่รู้จักกัน ไม่เห็นหน้ากันขณะทำการซื้อขาย และมองไม่เห็นสิ่งที่กำลังเสนอขายด้วย แต่ถ้ามองในอีกมุมหนึ่ง การขายทางโทรศัพท์นี้นับว่าสามารถสร้างโอกาสในการขายให้มีประสิทธิผลได้ ถ้าพนักงานขายมีการวางแผนก่อนโทรออกหาลูกค้าเป้าหมาย โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ถึงคุณลักษณะของลูกค้า การเลือกผลิตภัณฑ์หรือแบบประกันที่มีสิทธิประโยชน์เหมาะกับสถานภาพ หรือความต้องการของลูกค้าแต่ละรายไว้ล่วงหน้า รวมทั้งการใช้เทคนิควิธีโน้มน้าวจูงใจให้ลูกค้าเห็นถึงความจำเป็น และพึงพอใจในประโยชน์ที่จะได้รับ ลูกค้าก็อาจตัดสินใจซื้อได้อย่างง่ายดาย

ดังนั้น เราจึงสามารถกล่าวได้อย่างเต็มปากว่าความสำเร็จในการขายทางโทรศัพท์นี้นอกจากจะมีผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจแล้ว ประสิทธิภาพของพนักงานขายถือเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จทางธุรกิจการขายผ่านทางโทรศัพท์ และควรอย่างยิ่งที่จะนำมาเป็นประเด็นในการศึกษาเพื่อค้นหาพฤติกรรม หรือคุณสมบัติของพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสิทธิภาพ

เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ ผู้วิจัยได้เลือก “พนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทแห่งหนึ่งเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากบริษัทแห่งนี้เป็นธุรกิจสนับสนุนในกลุ่มของธนาคาร ซึ่งมีฐานข้อมูลลูกค้าเช่าซื้อรถยนต์แต่ละปีมากที่สุดในประเทศ โดยมีลักษณะธุรกิจที่สนับสนุนธนาคารในเรื่องการบริการต่ออายุประกันภัยรถยนต์ให้กับลูกค้าที่ติดภาระเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคาร ทำธุรกิจให้บริการเสนอขายประกันภัยรถยนต์ผ่านทางโทรศัพท์ กับลูกค้าที่ทำสัญญาการกู้เงินเพื่อซื้อรถยนต์ (เช่าซื้อรถยนต์) กับธนาคาร โดยมีพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ให้บริการเตือนต่ออายุประกันภัยเมื่อกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ที่ลูกค้าได้ทำไว้ กับบริษัทประกันภัยใกล้หมดอายุสัญญา (คุ้มครองคราวละ 1 ปี) ปัจจุบันบริษัทแห่งนี้ มีพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ทั้งสิ้น 90 คน โดยมียอดขายที่ตั้งเป้าไว้ในปี 2554 นี้รวม 1,065 ล้านบาท

ความสำคัญของปัญหา

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันจำเป็นต้องมีความเป็นมืออาชีพในด้านการขาย การตลาด และการดูแลลูกค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจในสภาพเศรษฐกิจที่มีการ แข่งขันกันสูง การนำเครื่องมือและเทคนิคต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการขายและดูแลลูกค้ากลาย เป็นสิ่งจำเป็นที่หลายองค์กรนำมาใช้ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่สุดในการขายผ่านทางโทรศัพท์นั้นก็คือ ผู้ขายนั่นเอง โดยในองค์กรหนึ่งก็จะมีผู้ขายที่สามารถทำได้ถึงเป้าที่บริษัท ฯ ได้ตั้งไว้ และมีผู้ขายอีกจำนวนหนึ่งที่ไม่สามารถทำยอดไปถึงเป้าที่บริษัท ฯ วางไว้ได้ ดังนั้นจากข้อความข้างต้นผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขายผ่านทางโทรศัพท์ เพื่อที่จะนำมาปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาระบบการขายให้ดีขึ้น

ปัญหาการวิจัย/การศึกษา

อะไรคือสาเหตุที่ทำให้การขายผ่านทางโทรศัพท์ของพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทแห่งนี้ สามารถทำยอดขายได้ตามเป้าและตกเป้า?

วัตถุประสงค์การวิจัย/การศึกษา

1. เพื่อค้นหาปัจจัยที่ทำให้พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทแห่งนี้ ทำยอดได้ถึงเป้าหมาย

2. เพื่อค้นหาปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทแห่งนี้ไม่สามารถทำยอดได้ถึงเป้าหมาย

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ขอบเขตของการวิจัย/การศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และขอบเขตด้านระยะเวลาของการศึกษาไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา : ประกอบด้วย 3 ส่วน คือส่วนที่เป็นแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่เป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาทำยอดได้ถึงเป้าหมาย และส่วนที่เป็นปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาไม่สามารถทำยอดได้ถึงเป้าหมาย

ส่วนที่เป็นแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาส่วนนี้ประกอบด้วยการศึกษาทบทวนแนวความคิดการขาย แนวความคิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทักษะการทำงาน ทฤษฎีการจูงใจ รวมทั้งการทบทวนงานวิจัย 3 เรื่องคือ งานวิจัยของ Peters and Waterman (1982)ได้ศึกษาผลงานของบริษัทขนาดใหญ่ของอเมริกา 21 บริษัทซึ่งมีสถานะทางการเงิน 20 ปีย้อนหลังที่สามารถยืนหยัดข้ามยุคสมัยมาได้จนปัจจุบัน งานวิจัยเของ รงภู่พวงไพโรจน์ ที่ได้ศึกษาผลกระทบของปัจจัยส่วนบุคคล และคุณลักษณะของงานที่มีต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรที่ทำงานด้านคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของสุทธินี กุศลศรี ที่ได้ศึกษาสาเหตุทางการบริหารที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานบริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่เป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาทำยอดได้ถึงเป้าหมาย เนื้อหาส่วนนี้ประกอบด้วย ผลตอบแทน โปรโมชั่น ภาระหนี้สิ้น แรงจูงใจ และความน่าเชื่อถือของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษา

ส่วนที่เป็นปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาไม่สามารถทำยอดได้ถึงเป้าหมาย เนื้อหาส่วนนี้ประกอบด้วย เศรษฐกิจ ภาษาท้องถิ่น ระบบการทำงานที่ซับซ้อน การติดตามงานเอกสาร และคู่แข่ง

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : ประชากรของการศึกษาครั้งนี้คือพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทซึ่งเป็นกรณีศึกษา ในจำนวนนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบยึดจุดมุ่งหมายของการศึกษา(Purposeful Sampling)มาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 ราย

ขอบเขตด้านระยะเวลา : งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาตั้งแต่สิ้นเดือนมกราคม – กันยายน 2554

นิยามศัพท์เฉพาะ

บริษัทที่เป็นกรณีศึกษา หมายถึง บริษัทที่มีพนักงานขายสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ และอนุญาตให้ผู้ค้นคว้างานอิสระเข้าไปเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องประสิทธิภาพการขายผ่านทางโทรศัพท์ของพนักงานขายได้ แต่ไม่ยินยอมที่จะให้เปิดเผยชื่อบริษัท

พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ หมายถึง พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัท ที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการขายประกันภัยรถยนต์ซึ่งเป็นกรณีศึกษาของงานวิจัยนี้

พนักงานที่ทำยอดได้ตามเป้า หมายถึง พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาซึ่งสามารถทำยอดที่บริษัทตั้งเป้าไว้ เดือนละ 1,000,000 บาท

พนักงานที่ทำยอดตกเป้า หมายถึง พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาซึ่งไม่สามารถทำยอดที่บริษัทตั้งเป้าไว้ เดือนละ 1,000,000 บาท

พนักงานสนับสนุนการตลาด หมายถึง พนักงานของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาซึ่งมีหน้าที่คอยช่วยเหลืออำนวยความสะดวกในการทำงานของพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ เช่น การส่งโทรสารให้กับลูกค้า งานเดินงานด้านเอกสาร ส่งจดหมาย เป็นต้น

โปรโมชั่น หมายถึง รางวัลพิเศษนอกเหนือจากเงินเดือนและค่าคอมมิชชั่นที่ทางบริษัทซึ่งเป็นกรณีศึกษาได้ตั้งไว้

ค่าคอมมิสชั่น หมายถึง ส่วนแบ่งของเงินเบี้ยประกันที่เก็บจากลูกค้าแล้วส่งให้บริษัทฯ โดยส่งให้บริษัทฯ ในจำนวนเต็มหลังจากนั้นบริษัทฯ จะจ่ายค่าคอมมิชชั่นให้พนักงานทุกสิ้นเดือน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ ทำยอดถึงเป้าและตกเป้า
2. ได้ข้อมูลพื้นฐานประกอบในการวางแผนเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาพนักงาน ขายผ่านทางโทรศัพท์ของบริษัทแห่งหนึ่งให้มีประสิทธิภาพ

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University