

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายทางโทรศัพท์ (Telesales Employees) ของบริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษาโดยแบ่งเอกสารออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการขาย
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประกันชีวิต

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “แรงจูงใจ” ไว้แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

คำว่าแรงจูงใจ (Motivation) มีรากศัพท์ดั้งเดิมมาจากภาษาลาตินที่ว่า “Mover” ซึ่งหมายถึง การเคลื่อนไหว หรือ to move (Steers and Porter, 1991:5 อ้างในพวงเพชร วัชรอยู่, 2545:187) ซึ่งอาจมีความหมายอย่างกว้างที่สุดคือ “สิ่งใด ๆ ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมหรือการกระทำขึ้น” หรือ “Whatever Causes Activity”

รัตติกาล จงวิศาล (2544: 161) นิยามว่าแรงจูงใจหมายถึง สภาวะทางจิตใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมหรือยับยั้งพฤติกรรมอย่างมีเป้าหมาย เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการทำงานอย่างหนึ่งอย่างใดตามวัตถุประสงค์

Dictionary of Psychology (1965:7 อ้างในอุษณีย์ ยมาภย์, 2537:46) ได้ให้คำจำกัด

ความของแรงจูงใจไว้ ดังนี้

1. แนวโน้มของความพยายามที่จะไปสู่ความสำเร็จหรือการบรรลุถึงความต้องการ
2. Ego ของบุคคลในการทำงาน
3. ความคาดหวังของผลสำเร็จในงานที่มอบหมาย
4. แรงจูงใจที่จะเอาชนะอุปสรรคหรือความพยายามที่จำทำสิ่งที่ยากได้อย่าง

รวดเร็วและดี

แม็คแคลแลนด์ (1961 อ้างใน อัมพิกา ไกรฤทธิ , 2532 : 43) นิยามว่า แรงจูงใจ หมายถึง ความปรารถนาที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงด้วยดีหรือสูงกว่ามาตรฐาน พยายามเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ มีความรู้สึกสบายใจเมื่อประสบความสำเร็จ และมีความวิตกกังวลเมื่อประสบความสำเร็จไม่สำเร็จ แรงจูงใจเป็นองค์ประกอบที่ผลักดันให้บุคคลต้องการมีสถานะที่สูงขึ้น มีความรับผิดชอบมากขึ้น มีความต้องการความสำเร็จมากขึ้น

แอกคินสัน(1966: 106, 240-241) ให้ความหมายของคำว่าแรงจูงใจว่าเป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับรู้ว่าการกระทำของตนจะต้องได้รับการประเมิน โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานอันดีเยี่ยม ผลจากการประเมินจะก่อให้เกิดความพอใจเมื่อทำสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าหากเป็นความสำเร็จในงานที่ยากและท้าทายหรือเป็นผลการกระทำที่เกิดจากการใช้ทักษะ ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับความบังเอิญ ในขณะที่เดียวกันจะเกิดความไม่พอใจ เมื่อกระทำไม่ได้ไม่สำเร็จ

อิวการ์ด (1967:153) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง แรงจูงใจประเภทหนึ่งที่เกิดจากความต้องการของสังคมซึ่งมีอิทธิพลต่อบุคคล ทำให้มีการกระทำเกิดขึ้นเพื่อบรรลุเป้าหมายด้วยมาตรฐานอันดีเยี่ยม

สุรางค์ ไคว์ตระกูล (2533 : 123) กล่าวว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง แรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้บุคคลพยายามที่จะประกอบพฤติกรรมที่จะประสบความสำเร็จตามมาตรฐานความเลิศที่ตนเองตั้งไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง จะไม่ทำงานเพราะหวังรางวัล แต่จะทำการเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายทางโทรศัพท์ (Telesales Employees) โดยใช้ทฤษฎีสองปัจจัย (Two-Factor Theory of Motivation) ของเฮอริส เบอร์ก (Frederick Herzberg)

สร้อยตระกูล (ดิทยานนท์) อรรถมานะ (2542: 100-101) กล่าวถึง เฟรเดอริก เฮอริส เบอร์ก (Frederick Herzberg) ก็ได้ทำการศึกษาปัจจัยหรือองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน โดยเฉพาะปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ การศึกษาของเฮอริสเบอร์กกระทำโดยการเก็บข้อมูลจากนักบัญชี และวิศวกร จำนวนประมาณ 200 คน ในเขตเมืองพิตสเบิร์ก (Pittsbrugh) รัฐเพนซิลวาเนีย (Pennsylvania) โดยแนวทางการสัมภาษณ์นั้นเป็นการขอให้ผู้ถูกสัมภาษณ์คิดถึงเวลาการทำงานที่เขามีความรู้สึกดีเป็นพิเศษ หรือไม่ดีเป็นพิเศษในการทำงาน โดยอาจจะเป็นงานที่ทำในปัจจุบัน หรือเคยทำมาก่อนอาจจะเป็นการทำงานในสถานการณ์ที่ยาวนานหรือสั้นก็ได้

จากข้อมูลที่ได้พบว่าความรู้สึกดีนั้น โดยทั่วไปมักจะมีคู่ไปกับลักษณะในเนื้องาน (Job Content) ส่วนความรู้สึกที่ไม่ดีนั้นจะมีคู่ไปกับสภาพที่อยู่ล้อมรอบงาน หรือลักษณะนอกเหนือ

งานหรือบริบทของงาน (Job Content) ดังนั้น เฮอส์เบอร์ก ได้สรุปว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในงาน (Job Satisfiers) นั้น จะสัมพันธ์กับลักษณะในเนื้องาน เฮอส์เบอร์กเรียกปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจนี้ว่าปัจจัยจูงใจ (Motivators Factors) ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในงาน (Job Dissatisfies) นั้น จะสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่อยู่นอกเนื้องาน และเฮอส์เบอร์กเรียกปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจนี้ว่า ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors)

ขงยุทธ เกษสาคร (2547: 131-133) กล่าวถึง ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอส์เบอร์ก (Herzberg Two Factors Theory) ว่าความพึงพอใจในงานที่ทำจะเป็นสิ่งจูงใจที่เหมือนผลการปฏิบัติงานที่ดี โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงานหรือปัจจัยจูงใจ (Motivators) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงาน โดยตรงและเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความพอใจในการทำงานและเป็นแรงจูงใจให้บุคคลในองค์กรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ประกอบด้วย

1.1 ความสำเร็จของงาน (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้นและประสบผลสำเร็จอย่างดี ความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ การรู้จักการป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ ปลายปลี้มในผลสำเร็จของงานนั้น เช่น การที่สามารถทำงานได้สำเร็จทันตามเป้าหมาย การมีส่วนร่วมในการทำงานของหน่วยงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้

1.2 การได้รับการยอมรับ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลต่างๆ เช่น ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้มาขอคำปรึกษา หรือจากบุคคลในหน่วยงาน ในรูปแบบของคำชื่นชมหรือการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่นใดที่ทำให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานชอบและรักในงานที่ทำ

1.3 ลักษณะของงานที่ทำ (Work Content) หมายถึง ลักษณะงานเป็นงานที่น่าสนใจต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทำทนายให้ลงมือทำ เป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลอยากทำงาน และสามารถแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่

1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบและมีอำนาจรับผิดชอบอย่างเต็มที่ หรือ ได้รับการมอบหมายงานใหม่ๆ เมื่อมีการขยายงาน ทำให้บุคคลมีความรู้สึกอยากทำงาน

1.5 ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Advancement) หมายถึง การมีโอกาสได้รับเลื่อนขั้นตำแหน่งให้สูงขึ้นในองค์กร อันเป็นผลมาจากผลงานที่ขอดีเยี่ยม และ การมีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม หรือได้รับการฝึกอบรมจะเป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลอยากทำงาน

2. ปัจจัยสุขอนามัย หรือปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่เกิดจากภายนอกตัวบุคคล เป็นปัจจัยซึ่งถ้าไม่มีให้ หรือมีให้ แต่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรในองค์กร ก็จะทำให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน ปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย

2.1 นโยบายการบริหารของบริษัท (Company Policy) หมายถึง การจัดการและการบริหารขององค์กร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เช่น นโยบายการควบคุมดูแลระบบขั้นตอนของหน่วยงาน ข้อบังคับ วิธีการทำงานการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร และดูแลปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม

2.2 คุณภาพของการบังคับบัญชา (Quality of Technical Supervision) หมายถึง คุณภาพหรือความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการดำเนินงาน มีความรู้ความสามารถในการแก้ปัญหา ให้คำแนะนำในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ เช่น มีการสั่งงานหรือมอบหมายงานชัดเจน ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด มีการรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของผู้ใต้บังคับบัญชา มีความยุติธรรมในการบังคับบัญชา เป็นต้น

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน (Quality of interpersonal relations among peers, supervisors and subordinates) หมายถึง บรรยากาศในการทำงานที่ดี มีความสนิทสนม ความจริงใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ให้ความเป็นกันเอง สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุข

2.4 สภาพการทำงาน (Working Conditions) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพของที่ทำงาน เช่น แสงสว่าง เสียง อุณหภูมิ การระบายอากาศ บรรยากาศในการทำงาน ชั่วโมงทำงานที่เหมาะสมเพียงพอ เพื่อป้องกัน ไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน

2.5 เงินเดือน (Salary) หมายถึง เงินเดือน เบี้ยเลี้ยง โบนัส และ สวัสดิการต่างๆ ต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสม เพียงพอ เป็นที่พอใจของบุคลากรในองค์กร

2.6 ความมั่นคงในการทำงาน (Job Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์กร ภาพพจน์ชื่อเสียงหรือขนาดของบริษัท

2.7 ตำแหน่งงาน (Status) หมายถึง การให้เกียรติบุคลากร โดยการให้มียศ ตำแหน่ง หรือสัญลักษณ์อื่นๆ เพื่อแสดงถึงลำดับหรือตำแหน่งนั้นๆ

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริสเบอร์ก (Frederick Herzberg) ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน หรือปัจจัยจูงใจ (Motivators) ได้แก่ ความสำเร็จของงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ยกย่อง และชมเชยจากผู้อื่น ลักษณะของงานที่ทำ หน้าที่ความรับผิดชอบในงาน ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และปัจจัยพื้นฐานในการโน้มน้าวบุคคลให้เข้าทำงาน หรือปัจจัยสุขอนามัยหรือ

ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) ได้แก่ นโยบายการบริหารของบริษัท คุณภาพของการบังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา สภาพการทำงาน เงินเดือน ค่าตอบแทน ความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน สถานะหรือตำแหน่งงาน โดยปัจจัยเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่ช่วยป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในงานที่ทำอยู่ หากขาดปัจจัยเหล่านี้หรือมีแต่ไม่สอดคล้องกับความต้องการที่ผู้ปฏิบัติงานพิจารณาว่าเป็นระดับที่เหมาะสมยอมรับได้ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ แต่อย่างไรก็ตามเมื่ออยู่ในระดับที่ยอมรับหรือสูงกว่า ความไม่พึงพอใจจะไม่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามการไม่มีความไม่พึงพอใจจะนำไปสู่สถานะที่เป็นกลางเท่านั้น ดังนั้นจึงควรใช้ปัจจัยจูงใจเป็นตัวกระตุ้นในการทำงานเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น เช่น ออกแบบงานให้นำพาทำท้าทายความสามารถ โดยที่เมื่อบุคลากรทำงานแล้วรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า ในขณะที่เดียวกันก็ต้องให้การยกย่อง ชมเชย และได้รับโอกาสเติบโตก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เมื่อสามารถทำผลงานได้บรรลุหรือเหนือกว่าเป้าหมาย เพื่อให้ บุคลากรเกิดความพึงพอใจในงาน

จากแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง คือ ทฤษฎีสองปัจจัย (Two-Factors Theory of Motivation) ซึ่งพัฒนาขึ้นมาโดยเฮอรัลด์เฮอริทซ์เบิร์ก (Frederick Herzberg) เห็นได้ว่าแรงจูงใจมีความจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องจัดหาปัจจัยทั้งสองกลุ่มขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานอย่างเหมาะสม เป็นการสร้างแรงจูงใจและจัดความรู้สึกไม่พอใจในการทำงานของพนักงานให้หมด ทำให้พนักงานในองค์กรมีความพึงพอใจ มีความรักและผูกพันกับองค์กร เกิดการร่วมมือร่วมใจในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการขาย

ศศันท์ วิวัฒน์ชาติ (2549:1) กล่าวว่า การขายเป็นกระบวนการค้นหาความต้องการและทำให้ได้รับความพอใจ ซึ่งกระบวนการนี้สามารถทำได้ง่ายมากเมื่อลูกค้ารู้ว่าเขาต้องการอะไร นักขายก็เพียงแต่เสนอสิ่งนั้นก็ขายได้แล้ว หรือบางครั้งก็อาจจะเป็นการขายที่ยุ่ยยาก แต่ได้รับผลตอบแทนคุ้มค่า สถานการณ์การขายมีขอบเขตที่กว้างขวางมากตั้งแต่ง่ายไปหายาก ทุกวันนี้ลูกค้ามีความรู้และประสบการณ์มากขึ้น นักขายจึงต้องเป็นทั้งนักแก้ปัญหาและผู้เชี่ยวชาญทางการตลาดด้วย

ประเภทของงานขายและนักขาย มีหลายหลายประเภทแตกต่างกันในที่นี้จะพิจารณาถึงขอบเขตของอุตสาหกรรมและลักษณะทางพฤติกรรมโดยขึ้นอยู่กับพื้นฐานที่ปฏิบัติจริงสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ งานขายให้กับคนกลาง (Trade Selling) งานขายแบบ

สนับสนุนการขาย (Missionary Selling) งานขายที่เกี่ยวข้องกับเทคนิค (Technical Selling) งานขายปลีก (Retail Selling) และงานขายทางไกล (Teleselling)

1. งานขายให้กับคนกลาง (Trade Selling) นักขายของผู้ผลิตโดยทั่วไปจะขายสินค้าผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก ซึ่งเป็นคนกลางในช่องทางการจำหน่ายเพื่อนำไปขายต่อ โดยจะเริ่มต้นจากการทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทที่จำหน่ายด้วย เพราะจะต้องมีข้อมูลข่าวสารตลาดอื่นๆ เพื่อช่วยแนะนำให้กับลูกค้า ทำให้นักขายจำเป็นต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์มากกว่าในอดีตและมีลักษณะของนักการตลาดมากขึ้นหน้าที่หลักของงานขายให้กับคนกลางคือเพิ่มยอดขายให้กับบริษัท ส่วนมากใช้กับอุตสาหกรรมอาหาร สิ่งทอ เสื้อผ้า ฯลฯ

2. งานขายแบบสนับสนุนการขาย (Missionary Selling) นักขายของผู้ผลิตที่มีบทบาทในการสนับสนุนการขาย เรียกว่า พนักงานสนับสนุนการขาย (Missionary Salesman) ซึ่งจะทำหน้าที่ในการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ การส่งเสริมตลาดใหม่ หรือโปรแกรมอื่นๆ โดยไม่ได้รับคำสั่งซื้อ มักจะนิยมใช้กันมากในอุตสาหกรรมอาหาร ตำราเรียน ยา ฯลฯ นักขายประเภทนี้จะสร้างยอดขายโดยจูงใจให้ลูกค้าสั่งซื้อจากผู้ค้าส่งหรือช่องทางการจำหน่ายอื่น

3. งานขายที่เกี่ยวข้องกับเทคนิค (Technical Selling) ความรับผิดชอบเบื้องต้นของนักขายเทคนิค คือ การเพิ่มปริมาณของลูกค้าที่มีอยู่โดยการแนะนำและช่วยเหลือด้านเทคนิค นักขายประเภทนี้เป็นตัวแทนในอุตสาหกรรมเคมี เครื่องจักร และอุปกรณ์หนัก จะติดต่อกับผู้บริโภคชั้นสุดท้าย จำเป็นต้องทักษะในการวิเคราะห์และมีความรู้ความชำนาญด้านเทคนิคที่จะทราบถึงปัญหาของลูกค้าและแนวทางแก้ไข

4. งานขายปลีก (Retail Selling) งานขายปลีกเป็นการขายให้ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย (End User Selling) นักขายที่ขายสินค้าให้กับผู้บริโภคชั้นสุดท้ายอาจจะกระทำการกรรมการขายในร้านค้าปลีกหรือที่บ้าน ตลอดจนถึงทำงานของลูกค้า เป็นงานขายที่ยุ่งยากน้อยที่สุด แต่จำเป็นต้องเชี่ยวชาญในด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่มีราคาสูงหรือสินค้าเทคนิค

5. งานขายทางไกล (Teleselling) การขายทางไกล เช่น การขายทางโทรศัพท์ หรือทางคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ส่วนมากจะอยู่ในส่วนของการติดต่อกันระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการขายตามปกติ ในอดีตองค์กรที่ให้บริการการขายทางโทรศัพท์จะมีขนาดเล็กกว่าในปัจจุบัน พนักงานที่ขายทางโทรศัพท์สามารถทำเงินได้สูงและมีโอกาสก้าวหน้าอย่างมาก แนวโน้มเหล่านี้จะเกิดขึ้นในธุรกิจคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์อุตสาหกรรม และเครื่องมือเครื่องใช้มีค่าและหุ่น ปัจจุบันการขายทางโทรศัพท์กำลังพัฒนาความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น และได้มีบริษัทบางแห่งจัดตั้งขึ้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคโดยเน้นวิธีขายทางโทรศัพท์เป็นส่วนใหญ่

ทักษะและความรู้ที่จำเป็นต่อความสำเร็จในการขาย ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่

1. ความรู้เกี่ยวกับนโยบายของบริษัทและการปฏิบัติงาน

นักขายควรทราบเกี่ยวกับประวัติของร้านค้า ขนาดของบริษัท ข้อได้เปรียบทางการตลาด สินค้าที่ขาย การรับรองเกี่ยวกับคุณภาพและการใช้งานของสินค้า นโยบายการให้เครดิต การขนส่ง การรับประกัน

2. ความรู้เกี่ยวกับสินค้า

หลักการขายข้อแรก คือ นักขายต้องรู้จักสินค้าทุกชนิดที่รับผิดชอบเพื่อสามารถจัดสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ อีกทั้งทราบถึงการได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

3. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์

นักขายที่ประสบความสำเร็จโดยทั่วไปต้องสามารถรับรู้ถึงความรู้สึกของผู้อื่น มีความเห็นอกเห็นใจและเข้าใจพฤติกรรม ทักษะคิดของผู้ซื้อ ตลอดจนตระหนักว่าการขายเป็นการดำเนินงานแบบ 2 ทางระหว่างลูกค้าและนักขาย อีกทั้งยังต้องมีทักษะต่างๆ ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า การค้นหาความต้องการ การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า การสร้างความนิยมให้แก่ร้านค้า

4. เทคนิคการขาย

การขายของนักค้าปลีกตามร้านค้าจะให้หลักการขายทั่วไปและมีทักษะบางอย่างเพิ่มเติมรวมทั้งการต้อนรับ การพิจารณาความต้องการของผู้คาดหวัง การเลือกสินค้าที่จะโชว์การสาธิต การแนะนำในการขาย การจัดการข้อโต้แย้ง และการปิดการขาย

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประกันชีวิต

การประกันชีวิต คือ วิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมมือกัน และยอมรับผิดชอบใน ส่วนเฉลี่ยความเดือนร้อนเกี่ยวกับรายได้ที่เกิดขึ้นแก่ครอบครัวของบุคคลใดกลุ่มนั้น การประกันชีวิตจึงหมายถึง การทดแทนการสูญเสียรายได้ จุดประสงค์ของการประกันชีวิต คือ ต้องการให้ครอบครัวที่ประสบความสูญเสียได้รับการชดเชยบุคคลที่ซราหรือบุคคลที่ประสบความทุพพลภาพมีรายได้เลี้ยงตนเอง (สุธรรม พงศ์สำราญ, พึงใจ พึงพานิช และวิรัช ฌ สงขลา. 2542: 21)

ตัวแทนและนายหน้าเป็นบุคคลกลุ่มหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจประกันภัย เป็นผู้สร้างความเชื่อถือ สร้างทัศนคติที่ดีต่อเรื่องการประกันภัย และเป็นผู้ที่สามารถให้คำแนะนำและชี้ช่องทาง และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้รับประกันภัยกับผู้เอาประกันภัย

ธุรกิจประกันภัยมีความแตกต่างจากธุรกิจประเภทอื่นในด้านการเสนอขายสินค้าแก่ประชาชน เพราะเป็นการขายความคุ้มครองหรือค้ำประกันสัญญา ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่มีตัวตนและไม่มีการวางขายในร้านค้าทั่วไปการขายประกันภัยเป็นการขายโดยผ่านคนกลางประกันภัย คือ ตัวแทนนายหน้า และคนกลางที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างภาพพจน์และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อธุรกิจ คือ ตัวแทนประกันภัยซึ่งถือเป็นคนของบริษัทที่ทำหน้าที่ชักชวน แนะนำและเสนอขายความคุ้มครองตามกรมธรรม์ประเภทต่างๆ ประชาชนทั่วไป ดังนั้น การให้ข้อมูลและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตามหลักการประกันภัยของตัวแทนจึงเป็นสิ่งจำเป็น หากตัวแทนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันภัยเงื่อนไขความคุ้มครอง และข้อยกเว้นต่างๆ ในกรมธรรม์เป็นอย่างดี และมีจรรยาบรรณและมีความรับผิดชอบต่อนักที่และอาชีพของตนจะสามารถสร้างความเชื่อถือศรัทธาแก่ประชาชนเป็นอย่างดี

การประกันชีวิตมีประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การให้ความคุ้มครองต่อครอบครัว ให้ประโยชน์ในการออมทรัพย์และด้านการลงทุน ทำให้มีรายได้ยามเจ็บป่วย ทูพพลภาพ ชราภาพ ก่อให้เกิดอุปนิสัยประหยัด ช่วยปลูกฝังให้เกิดความรัก ความรู้สึกรับผิดชอบต่อครอบครัว ให้ความคุ้มครองต่อธุรกิจหรือการประกันธุรกิจ ธุรกิจประกันชีวิตเป็นสถาบันการเงินที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นการประกันความสุขและความมั่นคงปลอดภัยของมนุษย์ (สุธรรม พงศ์สารานู, พึ่งใจ พึ่งพานิชและวิรัช ณ สงขลา, 2542: 22 – 25)

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วลัยลักษณ์ คำเพ็ญ (2544) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคาร:กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 171 คน ใช้ทฤษฎีลำดับขั้นของมาสโลว์ (Abraham H. Maslow) และทฤษฎีค้ำจุน-จูงใจของเฮอรัลด์ เบอร์ก (Frederick Herzberg) เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามและใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยแบ่งเป็นส่วน 6 ส่วน พบว่า พนักงานให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมากในด้านนโยบายของหน่วยงาน อันได้แก่ ฝ่ายการพนักงาน ต้องมีการให้ข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้อง ทันสมัย มีการประสานงานที่ดี แรงจูงใจของพนักงานธนาคารด้านการบริหาร ได้ปฏิบัติงานตรงกับความรูความสามารถ ได้ทำงานตรงกับความรู แรงจูงใจในการบังคับบัญชา มีผู้บังคับบัญชาที่เปิดโอกาสให้ขอคำแนะนำ และช่วยเหลือ ในการทำงาน มีการทำงานเป็นทีม แรงจูงใจของพนักงานในด้านสภาพการทำงาน มีโอกาสได้ใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เนื่องจากมีเป้าหมายที่ชัดเจน มีผลกับความคิด ความชอบ ซึ่งหากงานที่ทำมีลักษณะได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ จะทำให้เกิดความพึงพอใจสูง และแรงจูงใจของพนักงานในด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

เช่น ความสำเร็จของความก้าวหน้า ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ยกเว้นแรงจูงใจของพนักงานในด้านอัตราค่าจ้าง และความมั่นคงที่พนักงานมีความเห็นไม่แน่ใจเกี่ยวกับสวัสดิการต่าง ๆ ที่พึงจะได้รับ

ปิยะฉัตร สุวิทย์ศักดิ์คานนท์ (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท นิมซีเต็งลิสซิ่ง จำกัด กลุ่มตัวอย่าง 244 คน โดยใช้ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอรัลด์ เบอร์ก (Frederick Herzberg) เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามและใช้สถิติเชิงพรรณนาพบว่า ปัจจัยจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นการทำงานที่มีผลต่อการทำงานของพนักงานในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านความสำเร็จของงาน ในขณะที่ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านการได้รับความรับผิดชอบและความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีผลในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยจูงใจที่บำรุงรักษาจิตใจที่มีผลต่อการทำงานของพนักงานในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความมั่นคงในงานและด้านเรื่องราวส่วนตัว ส่วนปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านสภาพการทำงานมีผลต่อการทำงานของพนักงานในระดับกลาง สำหรับปัญหาในการทำงาน พนักงานมีความเห็นว่าปัญหาด้านงานที่ปฏิบัติ ผลสำเร็จในการทำงาน การได้รับความรับผิดชอบ ความก้าวหน้าในงาน นโยบายและการบริหาร ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ความมั่นคงในงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการ สภาพการทำงาน และเรื่องราวส่วนตัว มีปัญหาในระดับปานกลาง ในขณะที่ปัญหาด้านการได้รับการยอมรับนับถือและสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีปัญหาในระดับน้อย

น้ำฝน วิภูสันติ (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท แอปบีเคเอส (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดลำพูน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 152 คน ใช้ทฤษฎีค้ำจุน-จูงใจของของเฮอรัลด์ เบอร์ก (Frederick Herzberg) เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามและใช้สถิติเชิงพรรณนา พบว่าปัจจัยจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นการทำงานที่มีผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านโอกาสในการเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ยกย่องและชมเชย และลักษณะงานที่ทำ ส่วนการให้ความสำคัญต่อปัจจัยอื่นมัยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ได้แก่ ด้านสภาพการทำงานและค่าตอบแทน ด้านการบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านนโยบายและการบริหารงานของบริษัท ด้านความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา ด้านชีวิตส่วนตัว ด้านความมั่นคงในหน้าที่การงานและปัจจัยด้านตำแหน่งงาน สำหรับระดับปัญหาพนักงานมีความเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านโอกาสในการเจริญเติบโตใน

หน้าที่การงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ยกย่องและชมเชย และด้านลักษณะงานที่ทำ ส่วนปัจจัยอนามัยระดับปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพการทำงาน ด้านค่าตอบแทน ด้านการบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ด้านนโยบายการบริหารงานของบริษัท และมีปัญหาในระดับน้อยต่อปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านชีวิตส่วนตัวและตำแหน่งงาน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายทางโทรศัพท์
ของบริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้ต่อเดือน ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน ทั้งปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน



กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้ต่อเดือน

2. แรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย

ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงานหรือปัจจัยจูงใจ (Motivators) ได้แก่

1. ด้านความสำเร็จในการทำงาน

- การได้ใช้ความรู้ความสามารถที่มีอยู่ในการทำงาน
- ผลสำเร็จของงานเป็นไปตามที่คาดหวัง
- ความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จของงานและความสำเร็จขององค์กร

2. ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ยกย่อง ชมเชย

- การยอมรับไว้วางใจและชมเชยจากผู้บังคับบัญชา
- การยอมรับนับถือและยกย่องจากเพื่อนร่วมงาน
- การยอมรับนับถือและยกย่องจากผู้ใต้บังคับบัญชา
- การยอมรับนับถือและยกย่องจากสังคมภายนอก

3. ด้านลักษณะงานที่ทำ

- ลักษณะงานที่ปฏิบัติมีความท้าทายมีโอกาสได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์
- ลักษณะงานที่ทำมีความเป็นอิสระ แสดงความคิดเห็นได้
- ลักษณะงานที่ปฏิบัติตรงกับความรู้ความสามารถหรือความถนัด
- ลักษณะงานที่ทำเป็นงานที่น่าภาคภูมิใจ

4. ด้านความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน

- สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้
- สามารถรับผิดชอบยอดขายตามที่กำหนดได้
- โอกาสในการแสดงความสามารถในงานที่ได้รับมอบหมาย/ รับผิดชอบอย่างเต็มที่

5. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

- การกำหนดหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขในการเลื่อนตำแหน่งอย่างชัดเจน
- การประเมินผลการดำเนินงานเพื่อปรับขึ้นค่าตอบแทนชัดเจน
- มีโอกาสในการโยกย้ายงานตามความรู้ความสามารถ

ปัจจัยช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงานหรือปัจจัยจูงใจ (Hygiene Factors) ได้แก่

1. ด้านนโยบายและการบริหารของบริษัท
 - มีนโยบายเป็นลายลักษณ์อักษร
 - มีการชี้แจงนโยบายอย่างชัดเจน
 - นโยบายมีความเป็นธรรมและสามารถปฏิบัติได้จริง
2. ด้านคุณภาพของการบังคับบัญชา
 - การควบคุมดูแลความชัดเจนในการสั่งงานหรือมอบหมายงาน
 - การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการทำงาน
 - การรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้ใต้บังคับบัญชา
 - การสร้างบรรยากาศความเชื่อใจ ความสามัคคีในการทำงาน
 - ความยุติธรรมในการประเมินผลการทำงาน มาตรการทางวินัยการลงโทษ
3. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา
 - ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหัวหน้างาน/ผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา
 - การวางตนของหัวหน้างาน/ผู้บังคับบัญชาต่อผู้ใต้บังคับบัญชา
 - ความจริงใจเป็นกันเองของหัวหน้างาน/ผู้บังคับบัญชาต่อผู้ใต้บังคับบัญชา
 - ความเอาใจใส่ต่อสวัสดิภาพของผู้ใต้บังคับบัญชา
4. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน/ผู้ใต้บังคับบัญชา
 - ความสนิทสนม ความจริงใจและเป็นกันเองของเพื่อนร่วมงาน
 - การร่วมมือและให้ความช่วยเหลือกันของเพื่อนร่วมงานเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย
 - การปรึกษาหารือรับความคิดเห็น แบ่งปันความรู้ที่มีระหว่างกันของเพื่อนร่วมงานและร่วมมือกันแก้ไขปัญหาในการทำงาน
 - แบ่งปันความรู้ที่มีระหว่างเพื่อนร่วมงาน
 - การปรึกษาหารือ รับฟังความคิดเห็นและร่วมกันแก้ไขปัญหาในการทำงานของเพื่อนร่วมงาน

ลิขสิทธิ์หนังสือสงวนลิขสิทธิ์ใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

5. ด้านสภาพการทำงาน

- ปริมาณงานที่ต้องทำเหมาะสม
- ชั่วโมงทำงานในแต่ละวันเหมาะสม
- เครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการทำงาน เช่น โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์เพียงพอ
- สภาพการทำงาน เช่น แสง เสียง อากาศถ่ายเท สถานที่ที่มีความสะอาดปลอดภัยเหมาะสม
- ขนาดของพื้นที่ในการทำงานเหมาะสม
- สาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น น้ำดื่ม ห้องน้ำเพียงพอ

6. ด้านเงินเดือนและค่าตอบแทน

เงินเดือน/รายได้

- มีการปรับเพิ่มขึ้นของอัตราเงินเดือน/คอมมิชชั่น
- รางวัลหรือค่าตอบแทนพิเศษต่อผลสำเร็จของงานเหมาะสม

สวัสดิการ

- มีสวัสดิการด้านการรักษาพยาบาล ประกันชีวิตและมีการตรวจ

สุขภาพประจำปี

- มีสวัสดิการด้านเงินเดือนสะสมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
- มีสวัสดิการด้านช่วยเหลือต่าง ๆ เช่น ค่าทำศพ ค่าอาหาร

สิทธิในการลา/หยุด

- สิทธิในการลาป่วย ลากิจ วันหยุดประจำปี สักปิดห่ม ปิดประจำปีและหยุดตามประเพณี

7. ด้านความมั่นคงในการทำงาน

- ความมั่นคงในตำแหน่งหน้าที่การงาน
- ความมั่นคง และความเจริญเติบโตของบริษัท

8. ด้านตำแหน่งงาน

- ตำแหน่งงานเป็นที่ยอมรับของสังคม
- ตำแหน่งงานเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ
- ตำแหน่งงานที่ทำตรงกับความต้องการ