

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ จังหวัดลำพูนซึ่งทำการเก็บตัวอย่างจำนวน 32 ราย จากผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ จังหวัดลำพูนจำนวน 2 ราย และผู้จำหน่ายอิสระผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ จังหวัดลำพูนจำนวน 30 ราย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของ ผู้แทนจำหน่าย

- ข้อมูลทั่วไปของผู้แทนจำหน่าย
- กระบวนการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย
- ปัญหาในการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของ ผู้จำหน่ายอิสระ

- ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายอิสระ
- กระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ
- ปัญหาของผู้จำหน่ายอิสระ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของ ผู้แทนจำหน่าย

ข้อมูลทั่วไปของผู้แทนจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า เจ้าของกิจการศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ทั้งสองแห่งเป็นบุคคลเดียวกัน แต่มีผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผู้ดูแลและบริหารงานภายในศูนย์จำหน่าย จำนวน 2 ราย เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการขายโดยตรง ศูนย์ดัชมิลล์ จังหวัดลำพูน แบ่งออกเป็น 2 ศูนย์ คือ ศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน และศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง

ศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน ดูแลเขตการขายในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ถือเป็นศูนย์ที่ได้ดำเนินกิจการเป็นระยะเวลา 17 ปี มียอดจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน เดือนละ 1,700,000 - 2,000,000 บาท

ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง ดูแลเขตการขายในพื้นที่อำเภออื่นๆ ได้ดำเนินกิจการตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเป็นระยะเวลา 2 ปี ถือเป็นศูนย์ย่อยหรือสาขาของศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ลำพูน มียอดจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน ประมาณเดือนละ 80,000 – 200,000 บาท

กระบวนการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

1. การวางแผน (Planning)

1.1 การวิเคราะห์ด้านการตลาด ภายใต้อันได้ 3 ประเด็นหลัก คือ การแบ่งส่วนตลาดอาศัยเกณฑ์การแบ่งตามเขตพื้นที่การขายและจำนวนประชากร การกำหนดตลาดเป้าหมาย คือ กลุ่มลูกค้าเด็ก กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น กลุ่มลูกค้าผู้ใหญ่หรือวัยทำงาน และกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ ผู้แทนจำหน่ายและผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญกับการบริการที่ดี ซึ่งเป็นตัวกำหนดว่า ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กับทางผู้จำหน่ายอีกหรือไม่

- หลักในการให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ทางศูนย์จำหน่ายมีหลักในการให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ โดยเน้นการให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ทั้งในเรื่องขั้นตอนการผลิต ชนิดผลิตภัณฑ์ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เทคนิคการขายเพื่อเพิ่มทักษะในการขายโดยแนะนำวิธีการรักษาสินค้าให้สดใหม่อยู่เสมอ ความรู้ด้านบุคลิกภาพเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ และทางบริษัทฯ ได้จัดให้มีเจ้าหน้าที่ฝึกอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย โดยมีการทดสอบและให้ทดลองปฏิบัติในพื้นที่จริงก่อนการเป็นผู้จำหน่ายอิสระ

- การกำหนดค่าตอบแทนแก่ผู้จำหน่ายอิสระ เป็นไปตามโครงสร้างมาตรฐานของทางบริษัทฯ โดยศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง ซึ่งแจ้งค่าตอบแทนที่ได้รับไม่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน และมีการตั้งเป้าการขายให้ผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งจะไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละคน เมื่อผ่านเป้าการขายครบ 3 เดือนติดต่อกัน ทางศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ลำพูน จะมีการเพิ่มโบนัสพิเศษให้ ส่วนสวัสดิการต่างๆ เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้จากทางบริษัทฯ คือ ด้านประกันสังคมทางบริษัทฯ ช่วยออกค่าใช้จ่ายครึ่งหนึ่งกับผู้จำหน่ายอิสระแต่ละราย ในด้านฉนวนกึ่งสังเคราะห์ขึ้นอยู่กับความสมัครใจ

1.2 การกำหนดเป้าหมายตามแผนกลยุทธ์ เพิ่มจำนวนลูกค้าโดยอาศัยข้อได้เปรียบที่มีบริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงสถานที่ มีรอบระยะเวลาการส่งผลิตภัณฑ์จำนวนมากรอบ และเพิ่มทางเลือกแก่ลูกค้าที่จะโทรศัพท์สั่งผลิตภัณฑ์เอง รับคำสั่งซื้อและส่งผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามกำหนด กรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระ และลูกค้าบางรายสั่งผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก มีการลดราคาสินค้าเพื่อจูงใจ ในส่วนของผู้แทนจำหน่าย ต้องติดตามและออกเยี่ยมลูกค้า/ผู้จำหน่ายอิสระสม่ำเสมอ เพื่อทราบผลการดำเนินการ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างศูนย์ฯ กับลูกค้า/ผู้จำหน่ายอิสระ ทั้งนี้ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์

ถ้าพุน มีแผนที่จะขยายศูนย์สาขาไปยังลูกค้าต่างอำเภอ นอกเหนือจากศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง ตามสภาวะการแข่งขันทางการตลาดปัจจุบัน

- กลุ่มลูกค้าตลาดเป้าหมาย ทางศูนย์จำหน่ายมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชนีผลิตภัณฑ์ทั้งตลาดกลาง และตลาดล่าง คือ กลุ่มลูกค้าชายปลีก ที่จำหน่ายตามสถานที่ต่างๆ ได้แก่ ตลาด โรงเรียน ศูนย์ราชการ และกลุ่มลูกค้าชายส่ง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าร้านค้าทั่วไป ทั้งนี้ทางศูนย์จำหน่ายได้มีการวางแผนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยการเน้นที่ผู้จำหน่ายอิสระในการให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่พนักงาน เพื่อจะได้นำความรู้ที่แนะนำแก่ลูกค้าให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เชื่อว่ามิประโยชน์ต่อร่างกายอย่างไรบ้าง โดยการสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้าให้มากขึ้น สร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และการสร้างความประทับใจในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เมื่อลูกค้ามีปัญหาในตัวผลิตภัณฑ์ ควรรีบแก้ไข ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งหรือนำไปจำหน่ายควรใหม่สดเสมอจนถึงมือลูกค้า เมื่อนัดหมายกับลูกค้าควรจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อเวลา

- ข้อได้เปรียบของศูนย์จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ดัชนีผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของลูกค้าจากภาพลักษณ์และการโฆษณาทางสื่อต่างๆจากบริษัทฯ อีกทั้งข้อได้เปรียบด้านอื่นๆ ได้แก่ มีผู้จำหน่ายอิสระที่มีความสามารถ ประสบการณ์ และความเข้าใจความต้องการของลูกค้า มีผลิตภัณฑ์หลากหลายให้ลูกค้าได้ตัดสินใจเลือกซื้อ ให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงมือลูกค้า

- ข้อเสียเปรียบของศูนย์จำหน่าย คือสถานที่เก็บผลิตภัณฑ์ของศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง เป็นอาคารเก่า เล็ก คับแคบ เป็นข้อจำกัดในการจัดวางผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังมีคู่แข่งทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ยาคุลท์ บีทาเกิน เมจิ ไฟร์โมสต์

1.3 การจัดทำแผนการตลาด

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การแบ่งกลุ่มลูกค้าของศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ถ้าพุน เป็นการนำเสนอสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้ามีการแบ่งกลุ่มลักษณะของลูกค้าแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าเด็ก กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น และกลุ่มลูกค้าผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุ การแบ่งกลุ่มลูกค้าของศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง แบ่งกลุ่มลูกค้าเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าประจำ และกลุ่มลูกค้าจรหรือลูกค้าชั่วคราว ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มเด็ก และวัยรุ่น ตามสถานที่ต่างๆ

- กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เน้นการจัดซื้อและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความต้องการของลูกค้า ด้านราคามีการกำหนดราคาสินค้าตามเกณฑ์ของบริษัทฯ คือ ราคาปลีกเป็นราคาที่มีการกำหนดเพื่อขายให้ผู้บริโภค และราคาบิกเป็นราคาสำหรับผู้จำหน่ายอิสระสั่งซื้อสินค้าจากผู้แทนจำหน่าย ด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าโดยการขยายศูนย์จำหน่าย และใช้กลยุทธ์การขายตรงให้เข้าถึงลูกค้าผ่านผู้จำหน่ายอิสระ ด้านการส่งเสริมการตลาดทางศูนย์จำหน่ายมีการจัด

โปรโมชันส่งเสริมการขาย จัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ถึงมือลูกค้า เพิ่มช่องทางการจำหน่ายในช่วงเทศกาลต่างๆ ประชาสัมพันธ์โดยติดป้ายโฆษณาตามร้านค้าและรถของผู้จำหน่าย ลดราคาให้กับลูกค้าและผู้จำหน่ายอิสระเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก

1.4 การวางแผนเกี่ยวกับผู้จำหน่ายอิสระ (พนักงานขาย)

การสรรหา และคัดเลือกผู้จำหน่ายอิสระ ได้แก่ ประกาศรับสมัครสถานีวิทยุทั่วไป หนังสือพิมพ์ กรมแรงงานจังหวัด เอกสารแผ่นปลิว ฝากผู้จำหน่ายอิสระรายเดิมในแต่ละเขตช่วยสรรหาโดยมีรางวัลตอบแทนเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อรับเข้าทำงานมีการทดลองงาน 3 เดือน (ไม่มีเบี้ยเลี้ยง) พร้อมทั้งพิจารณาคูสมบัติของผู้จำหน่ายอิสระ ได้แก่ มีประสบการณ์ด้านการขาย มียานพาหนะพร้อมอุปกรณ์ (ถังบรรจุ) เป็นของตัวเอง เคารพในกฎ กติกาในการขาย มีความอดทนในการทำงาน มีไหวพริบในการแก้ไขปัญหา การช่างสังเกต จดจำ มีความสุขกับการขาย สนุกกับการทำงาน มีความสมัครใจ มีใจรักในด้านการขาย แสวงหาโอกาสในการขายเพิ่มขึ้นอยู่เสมอ ซื่อสัตย์ ต่อลูกค้า ขยัน อดทน ร่าเริงแจ่มใส มองโลกในแง่ดี ยอมรับปัญหาในข้อผิดพลาด หากเป็นเพศชายควรพ้นจากการเกณฑ์ทหาร

2. การจัดระบบงาน (Organizing)

ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ได้มีการแบ่งโครงสร้างการทำงานอย่างเป็นระบบ คือ ผู้บริหารมีหน้าที่ควบคุมดูแลการทำงานภายในทั้งหมด แคมป์เชียร์มีหน้าที่เกี่ยวกับการเงินการบัญชีทั้งหมดภายในศูนย์ ซุปเปอร์มีหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับยอดขายของผู้จำหน่ายอิสระ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้จำหน่ายอิสระ การสต็อกสินค้ามีผู้ดูแลในการรับจ่ายสินค้า บันทึกการขายการเบิกสินค้า และผู้ที่ทำหน้าที่จัดส่งสินค้าตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่างๆ

ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง ได้มีการจัดระบบการทำงานภายในศูนย์ฯ โดยทุกวันจันทร์ พุธ ศุกร์ เปิดให้ผู้จำหน่ายอิสระทำการเบิกผลิตภัณฑ์ได้เฉพาะช่วงเช้า โดยช่วงบ่ายจะมีการรับสินค้าจากผู้จัดส่งผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทฯ เพื่อนำเข้าห้องเย็น พร้อมจัดระบบการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ภายในห้องเย็น และมีการเช็คสต็อกผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งจัดทำบัญชีทุกวัน เพื่อทำการโอนเงินส่งแก่บริษัทฯ และทุกวันอังคาร พฤหัสบดี เสาร์ เปิดให้ผู้จำหน่ายอิสระเบิกสินค้าตั้งแต่เวลา 8.30น. – 16.30 น. หลังเวลา 16.30น. ซึ่งการทำงานภายในศูนย์ฯ เป็นหน้าที่ของผู้แทนจำหน่ายเพียงคนเดียว

ผู้แทนจำหน่ายทั้งสองศูนย์ฯ มีวิธีการติดตาม และควบคุมการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายอิสระโดยพิจารณา จากยอดการเบิกผลิตภัณฑ์ รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ในแต่ละสัปดาห์ และยอดจำหน่ายและการหาลูกค้ารายใหม่ได้เพิ่มขึ้นจากเดิมของผู้จำหน่ายอิสระในแต่ละเขตพื้นที่การขาย มีการตรวจสอบจากผู้แทนจำหน่ายแต่ละศูนย์ฯ ในแต่ละเดือน

3. การกระจายงานและประสานงาน (Integrating)

การประมาณการยอดขายและการกำหนดเขตหรือพื้นที่การขาย ศูนย์ดัชนีมิลล์ ลำพูน จะได้รับเป้าหมายทั้งปีเป็นรายเดือนจากบริษัทฯ ซึ่งเป้าหมายแต่ละปีจะต้องมียอดเพิ่มจากฐานเดิมแล้วนำมากระจายยอดขายสู่ศูนย์ดัชนีมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง และผู้จำหน่ายอิสระตามจำนวนพนักงานที่มี โดยพิจารณาจากความสามารถในการขาย โดยศูนย์ดัชนีมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง ประสานงานกับผู้จำหน่ายอิสระโดยใช้วิธีการติดประกาศแจ้งให้ทราบที่ศูนย์ฯ และแจ้งให้ทราบทางโทรศัพท์

เนื่องจากแต่ละเขตหรือพื้นที่การขายมียอดขายไม่เท่ากัน ศูนย์จำหน่ายจึงต้องอาศัยฐานเป้าหมายการขายและยอดขายของแต่ละเดือนในปีที่ผ่านมาเป็นตัวกำหนดปริมาณยอดขายว่าควรมีการเพิ่มหรือลดปริมาณลงตามศักยภาพของแต่ละเขตพื้นที่นั้น โดยศูนย์ดัชนีมิลล์ ลำพูน แบ่งเขตความรับผิดชอบออกเป็น 22 เขตและศูนย์ดัชนีมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง แบ่งเขตความรับผิดชอบออกเป็น 8 เขต

4. การวัดผลงาน (Measuring)

- หลักเกณฑ์ในการวัดผลงานผู้แทนจำหน่ายของศูนย์ดัชนีมิลล์ ลำพูน ในแต่ละเดือนทางบริษัทฯ เป็นผู้วัดผลการทำงาน และมีการประชุมเพื่อนำมาสรุปและประเมินผลงานทุกเดือน โดยประเมินผลความสำเร็จของการทำงาน ประเมินด้านความรู้ และทักษะในการทำงาน ประเมินพฤติกรรมในการทำงาน ส่วนศูนย์ดัชนีมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง วัดผลจากยอดขายแต่ละเดือน วัดความถูกต้อง ชัดเจนในการทำงาน วัดความพึงพอใจของลูกค้า คือ ตัดใจ ถามถึง

- หลักเกณฑ์ในการวัดผลงานของผู้จำหน่ายอิสระ จากการหาสมาชิกรายใหม่ได้เพิ่มขึ้น และจากการแก้ปัญหาต่างๆของผู้จำหน่ายอิสระ เป้าการขาย และผลตอบแทน คือ โบนัสเป็นรางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระในการเพิ่มยอดการขาย โดยทุกไตรมาสจะมีการประเมินผลกัน 1 ครั้ง

5. การพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ (Developing people)

ทางศูนย์จำหน่ายได้มีการจัดฝึกอบรมให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระตามนโยบายของบริษัทฯ คือ เปิดศูนย์ฝึกอบรมทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง หรือทุกไตรมาสในรอบ 1 ปี สถานที่ที่ใช้ในการฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระที่มีการฝึกอบรมบ่อยที่สุด คือ โรงแรมเชียงใหม่ภูคำ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ ศูนย์ดัชนีมิลล์ ลำพูน ในกรณีที่ปรึกษาเพื่อแก้ไขปัญหาที่ผู้จำหน่ายอิสระไม่สามารถ

แก้ไขได้ด้วยตนเอง โดยการฝึกอบรมขึ้นอยู่กับศักยภาพ ความสามารถ และอายุการทำงานเฉพาะของแต่ละบุคคล

กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่ายคือ

1. ให้ความสำคัญในการสรรหา คัดเลือก และพัฒนาศักยภาพของผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งเห็นได้จากมีการประกาศรับสมัครจากหลายช่องทาง มีการกำหนดคุณสมบัติอย่างเหมาะสมชัดเจน ตลอดจนมีการฝึกอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมในด้านต่างๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ
2. ใช้หลักของการจูงใจ เช่น การกำหนดค่าตอบแทน หรือการให้โบนัสพิเศษ เพื่อกระตุ้นให้ผู้จำหน่ายอิสระสร้างยอดขายเพิ่มขึ้น
3. เน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด
4. มีการจัดโครงสร้างการทำงาน และแบ่งงานตามหน้าที่อย่างชัดเจนเป็นระบบ
5. ให้ความสำคัญกับการวัดและประเมินผลการทำงาน ทั้งผู้แทนจำหน่ายและผู้จำหน่ายอิสระ

ปัญหาในการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

- ปัญหาด้านการวางแผน ผลิตรถยนต์บางชนิดขาดสต็อก ปัญหาการปรับราคาเพิ่มสูงขึ้นจากเดิม แต่ไม่ปรับปริมาณผลิตรถยนต์เพิ่มขึ้น ส่งผลทำให้ยอดขายและจำนวนลูกค้าลดลงจากเดิม 20 % ปัญหาความไม่แน่นอนของสภาพอากาศ คือ ฝนตกทำให้ปริมาณการจำหน่ายลดลง จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อวันลดลง การวางแผนด้านการเก็บชำระเงินกับลูกค้าที่ค้างชำระ ไม่มีแบบแผนในการบันทึกอย่างเป็นระบบ

- ปัญหาด้านการจัดระบบงาน คือ ทางบริษัทฯ ใช้เวลาในการดำเนินงานมากทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบผลิตภัณฑ์แก่ผู้จำหน่ายอิสระและลูกค้า

- ปัญหาด้านการกระจายงานและประสานงาน ในช่วงที่มีการปรับราคาเพิ่มขึ้น ทางบริษัทฯ แจ้งให้ทางศูนย์ฯทราบในระยะเวลากระทันหัน จึงเป็นปัญหาต่อการแจ้งให้ลูกค้าทราบ ลูกค้าจึงลดจำนวนลง ส่วนปัญหาในเรื่องของ ความล่าช้าในการตรวจนับผลิตภัณฑ์ จากการดำเนินการดูแลเพียงคนเดียวภายในศูนย์ฯ

- ปัญหาด้านการวัดผลงาน ทางบริษัทฯ ไม่เข้าตรวจสอบพื้นที่การทำงานเพื่อเข้าถึงผู้จำหน่ายอิสระอย่างจริงจังจึงทำให้ไม่ทราบสาเหตุแท้จริงในช่วงเวลาที่มีการจำหน่ายว่าในบางครั้งผู้จำหน่ายอิสระไม่สามารถให้ความรู้แก่ลูกค้าได้อย่างที่บริษัทฯ ได้ตั้งความคาดหวังไว้

- ปัญหาด้านการพัฒนาคน ผู้จำหน่ายอิสระบางรายไม่ให้ความสนใจในการเข้ารับการฝึกอบรม โดยอ้างเหตุผลที่ว่ามีความจำเป็นต้องออกพื้นที่

โดยสรุป ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ จังหวัดลำพูน มีการบริหารงานตามกระบวนการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย ได้แก่ ด้านการวางแผนในส่วนของการสรรหา และคัดเลือกผู้จำหน่ายอิสระ มีหลากหลายช่องทางในการรับทราบข่าวสารการประกาศรับสมัคร มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้จำหน่ายอิสระไว้อย่างชัดเจน ส่วนการให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระเบื้องต้นเน้นการให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ และมีการชี้แจงการกำหนดค่าตอบแทนตามโครงสร้างมาตรฐานของบริษัทฯ ในการวางแผนเกี่ยวกับลูกค้าผู้แทนจำหน่าย มีการวางแผนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และให้เกิดความเข้าใจกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ด้านหลักเกณฑ์การแบ่งกลุ่มลูกค้าแบ่งตามวัย และสถานที่ ส่วนการวางแผนผลิตภัณฑ์ ผู้แทนจำหน่ายเน้นการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มกำไรแก่ศูนย์จำหน่าย โดยศูนย์มีการจำหน่ายผ่านช่องทางตรงมากที่สุด คือ การจำหน่ายผ่านผู้จำหน่ายอิสระ และกระจายผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคต่อไป ด้านการจัดระบบการทำงานแบ่งโครงสร้างการทำงานตามหน้าที่ของแต่ละฝ่าย และจัดระบบงานภายในศูนย์จำหน่าย ในการเบิกและกระจายผลิตภัณฑ์ตามวัน เวลาที่ได้กำหนดและแจ้งให้ผู้จำหน่ายอิสระทราบ ด้านการกระจายงานและประสานงานได้ประมาณการยอดขายและกำหนดเขตหรือพื้นที่การขาย ตามเป้าการขายที่ได้รับจากบริษัทฯ ด้านการวัดผลงานของผู้แทนจำหน่ายศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน วัดผลการทำงานแต่ละเดือนจากบริษัทฯ และศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง ได้รับการวัดผลการทำงานจากผู้แทนจำหน่าย ศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน และวัดผลการทำงานของผู้จำหน่ายอิสระจากการหาสมาชิกรายใหม่ได้เพิ่มขึ้น ด้านการพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ ได้มีการจัดฝึกอบรมตามนโยบายของบริษัทฯ ในส่วนของปัญหาในการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย คือ ผลิตภัณฑ์บางชนิดขาดสต็อก การปรับราคาสูงขึ้นแต่ไม่ปรับปริมาณผลิตภัณฑ์เพิ่ม การเก็บชำระเงินกับลูกค้าที่ค้างชำระ ไม่มีแบบแผนในการบันทึกอย่างเป็นระบบ ความล่าช้าในการตรวจนับผลิตภัณฑ์ ภายในศูนย์ฯ ความไม่แน่นอนของสภาพอากาศ ความล่าช้าในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ การแจ้งข่าวสารในระยะเวลาระหว่างกันกับผู้จำหน่ายอิสระบางรายไม่ให้ความสนใจในการเข้ารับการอบรม และการวัดผลงาน บริษัทฯ ไม่เข้าตรวจสอบพื้นที่การทำงานของผู้จำหน่ายอิสระอย่างจริงจัง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของผู้จำหน่ายอิสระ

ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายอิสระ

ผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีกลุ่มอายุมากที่สุดอยู่ระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุด คือ ไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย มีระยะเวลาและประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์ มากที่สุด คือ 6 ปีขึ้นไป

กระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ

จากการศึกษาพบว่า ผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญกับการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า ในระดับมากที่สุด (4.94) รองลงมาคือ วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ (4.50) การให้บริการแก่ลูกค้า (4.49) การเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า (4.48) การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า (3.99) การปิดการขาย (3.94) เทคนิควิธีในการขาย (3.89) การติดตามผลหลังการขาย (3.61) การตอบข้อโต้แย้ง (3.39) การเข้าพบลูกค้า (2.83)

การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า ในส่วนของลูกค้าปลีก ผู้จำหน่ายอิสระใช้วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง อยู่ในระดับมากที่สุด และลูกค้าส่ง ผู้จำหน่ายอิสระใช้วิธีการสอบถาม แนะนำจากลูกค้าประจำ และวิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆในระดับมาก

- การจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าปลีก ผู้จำหน่ายอิสระระดับปริญญาตรีใช้วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำต่อการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด แต่ใช้วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น ในระดับน้อย

การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าส่ง ผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับใช้วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ ในระดับมากที่สุด แต่ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญระดับมากที่สุด

- การจำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์

การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าปลีก ผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับที่ใกล้เคียงกันคือระดับมากและมากที่สุด แต่ผู้ที่มีประสบการณ์ในการขาย 6 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญระดับน้อย ในการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น

การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าส่ง ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขายไม่เกิน 1 ปี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดโดยใช้วิธีการสอบถาม แนะนำจากลูกค้าประจำ และวิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ

การเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า ผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญในการดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกายอยู่เสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด

- การจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับชั้นการศึกษาให้ความสำคัญในระดับที่ใกล้เคียงกัน ต่อการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า ได้แก่ การดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกายอยู่เสมอ ทุกระดับชั้นการศึกษาให้ความสำคัญระดับมากที่สุด แต่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปวช. ปวส. อนุปริญญา อยู่ในระดับมาก ส่วนการดูแลสุขภาพ ร่างกายให้แข็งแรงสมบูรณ์ ทุกระดับชั้นการศึกษาให้ความสำคัญระดับมาก แต่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อยู่ในระดับมากที่สุด

- การจำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขายไม่เกิน 1 ปี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดใน การดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกาย และการดูแลสุขภาพ ร่างกายให้แข็งแรงสมบูรณ์

การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า ใช้วิธีการตรวจสอบและจัดเตรียมอุปกรณ์อื่นๆ เช่น ปากกา สมุด ถุงบรรจุ หลอด ซ้อน และดูแลความสะอาดของรถ กระเป๋าถือ และถังบรรจุดัชมิลล์อยู่เสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด

ผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับชั้นการศึกษาและผู้ที่มีประสบการณ์ในการขายทุกระดับ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า ทั้งในเรื่องของการดูแลความสะอาดของรถ กระเป๋าถือ ถังบรรจุ และการตรวจสอบจัดเตรียมอุปกรณ์อื่นๆ เช่น ปากกา สมุด ถุงบรรจุ หลอด ซ้อน เป็นต้น

การเข้าพบลูกค้า ใช้วิธีการเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้าพบ หรือโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดยไม่มี การนัดหมายล่วงหน้า อยู่ในระดับมาก

- การจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ผู้จำหน่ายอิสระระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อการวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์ ระดับมากที่สุด แต่ให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุดต่อการเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะ ไปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์

- การจำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขายไม่เกิน 1 ปี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดใน การเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้าพบ หรือโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดยไม่มี การนัดหมายล่วงหน้า และให้

ความสำคัญระดับน้อยที่สุดในการเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขาย 6 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุดในการนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วัน และการเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์

การเสนอขายผลิตภัณฑ์ โดยการนำเสนอเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคและมีนำเสนอโดยการอธิบายให้เกิดความเข้าใจ อยู่ในระดับมากที่สุด

- การจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับชั้นการศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับที่มากที่สุด ในการนำเสนอโดยการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค

- การจำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

ผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับที่ใกล้เคียงกันคือระดับมากและมากที่สุด ทั้งการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคและมีนำเสนอโดยการอธิบายให้เกิดความเข้าใจ

เทคนิควิธีในการขาย ผู้จำหน่ายอิสระใช้วิธีการพบปะเยี่ยมเยียนทั่วทุกขั้วได้ถามทุกข์สุขสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด

- การจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ผู้จำหน่ายอิสระระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อการพบปะเยี่ยมเยียนทั่วทุกขั้วได้ถามทุกข์สุขและการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด แต่การลดราคาเมื่อลูกค้าซื้อเป็นจำนวนมากและการส่งเสริมการขายโดยวิธีการแถมสินค้า อยู่ในระดับน้อย

- การจำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขายไม่เกิน 1 ปี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดใน การเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับลูกค้าในสภาพที่ดี และการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้า แต่ให้ความสำคัญระดับน้อย ในด้านการส่งเสริมการขายโดยวิธีการแถมสินค้า

การตอบข้อโต้แย้ง โดยรวมไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา พยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ และรับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจากลูกค้าด้วยความเชื่อมั่นเสมอ ในระดับมาก

- การจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับชั้นการศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการตอบข้อโต้แย้ง ในระดับมากและระดับปานกลาง แต่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อการคาดคะเนล่วงหน้าก่อนพบลูกค้าในระดับน้อย

- การจำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

ผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับที่ใกล้เคียงกันคือระดับมากและปานกลาง แต่ในส่วนของผู้ที่มีประสบการณ์ในการขาย 4 – 6 ปี ให้ความสำคัญระดับน้อยในการคาดคะเนล่วงหน้าก่อนพบลูกค้าเสมอ

การปิดการขายโดยรวมให้ลูกค้าตัดสินใจเอง อยู่ในระดับมากที่สุด

- การจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ผู้จำหน่ายอิสระระดับมัธยมศึกษาให้ความสำคัญในการปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเองในระดับมากที่สุด แต่ให้ความสำคัญระดับน้อยแม้ลูกค้าปฏิเสธการซื้อ และมีการแจ้งเบอร์ติดต่อให้ทราบ เมื่อลูกค้าต้องการติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

- การจำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขาย ไม่เกิน 1 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขาย ในขณะที่ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก

การติดตามผลหลังการขายทั้งลูกค้าปลีกและลูกค้าส่ง ใช้วิธีการส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในระดับมากที่สุด แต่มีการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษในระดับที่น้อยที่สุด

- การจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

การติดตามผลหลังการขายลูกค้าปลีก ผู้จำหน่ายอิสระระดับการศึกษาไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลายและระดับปวช. ปวส. อนุปริญญา ให้ความสำคัญในการส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในระดับมากที่สุด แต่ให้ความสำคัญในการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษ ระดับน้อยที่สุด ส่วนผู้จำหน่ายอิสระระดับมัธยมศึกษาให้ความสำคัญในการแวะเยี่ยมเยียนลูกค้าในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุดในการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษ ส่วนผู้จำหน่ายอิสระระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในการเปลี่ยนคืนสินค้าด้วยความยินดีกรณีที่สินค้าเกิดชำรุดเสียหาย และการสอบถาม หรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์

การติดตามผลหลังการขายลูกค้าส่ง ผู้จำหน่ายอิสระระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในการเปลี่ยนคืนสินค้าด้วยความยินดีกรณีที่สินค้าเกิดชำรุดเสียหาย และการส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ในการสอบถาม หรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์ และการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ ให้ความสำคัญระดับน้อย

- การจำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

การติดตามผลหลังการขายลูกค้าปลีก ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดต่อการส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุดต่อการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษ ไม่เกิน 1 ปี

การติดตามผลหลังการขายลูกค้าส่ง ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขายให้ความสำคัญระดับมากที่สุดต่อการส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า แต่ให้ความสำคัญระดับน้อยต่อการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่

การให้บริการบริการแก่ลูกค้า เน้นการให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น ในระดับมากที่สุด

- การจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับชั้นการศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการให้บริการแก่ลูกค้า ในระดับมากที่สุดและระดับมาก แต่ผู้จำหน่ายอิสระระดับการศึกษาไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญระดับปานกลางในการบริการให้คำแนะนำและคำปรึกษาต่างๆ แก่ลูกค้าที่มีปัญหา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมีการบอกต่อจนเกิดลูกค้ารายใหม่

- การจำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดต่อการเยี่ยมชมลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ แต่ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขาย 4 – 6 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากเท่านั้น

ปัญหาของผู้จำหน่ายอิสระ

ผู้จำหน่ายอิสระพบปัญหากระบวนการขาย โดยรวมในระดับปานกลาง โดยพบปัญหากระบวนการขายในระดับมาก คือการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า พบปัญหากระบวนการขายในระดับปานกลาง ได้แก่ การตอบข้อโต้แย้ง การเลือกสรรผู้คิดว่าจะเป็นลูกค้า ส่วนเทคนิควิธีในการขาย และวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ ส่วนปัญหากระบวนการขายที่พบในระดับน้อย ได้แก่ การเข้าพบลูกค้า การติดตามผลหลังการขาย และรักษาลูกค้า การปิดการขาย การให้บริการแก่ลูกค้า และการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนพบลูกค้า

- การจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ผู้จำหน่ายอิสระในทุกระดับการศึกษา พบปัญหาในการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้าในระดับมาก ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาไม่สูงกว่าประถมศึกษาและมัธยมศึกษา พบปัญหาในการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนพบลูกค้าในระดับ

น้อยที่สุด ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีพบปัญหาในระดับน้อยที่สุด ต่อวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ และเทคนิควิธีในการขาย

- การจำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขายไม่เกิน 1 ปี พบปัญหาในระดับที่ใกล้เคียงกัน แต่พบปัญหาในการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าในระดับที่มากที่สุด ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขาย 4 – 6 ปี พบปัญหาในระดับที่ใกล้เคียงกันเช่นกัน แต่พบปัญหาในการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนพบลูกค้า ในระดับที่น้อยที่สุด

โดยสรุป กระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ด้านการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าปลีกโดยรวมการจำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายใช้วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเองมากที่สุด เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ผู้จำหน่ายอิสระระดับปริญญาตรีใช้วิธีการสอบถาม แนะนำจากลูกค้าประจำมากที่สุด และใช้วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณีท้องถิ่นระดับน้อย การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าส่ง ส่วนใหญ่ใช้วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ เมื่อจำแนกตามประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ผู้ที่มีประสบการณ์ในการขายส่วนใหญ่ใช้วิธีต่างๆใกล้เคียงกัน แต่ผู้ที่มีประสบการณ์ในการขาย 6 ปีขึ้นไป ใช้วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณีท้องถิ่นระดับน้อย ผู้ที่มีประสบการณ์ในการขายไม่เกิน 1 ปี ใช้วิธีการสอบถาม แนะนำจากลูกค้าประจำและการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ แก่ลูกค้าส่ง ด้านการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า ผู้จำหน่ายอิสระโดยเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์ในการขายไม่เกิน 1 ปี และผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับชั้นการศึกษาให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในการดูแลความสะอาด ความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกายอยู่เสมอ ด้านการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้าผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับชั้นการศึกษาและผู้ที่มีประสบการณ์ในการขายทุกระดับให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในการตรวจสอบและจัดเตรียมอุปกรณ์อื่นๆ เช่น ปากกา สมุด ดุงบรรจุ หลอด ช้อน ด้านการเข้าพบลูกค้าผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับชั้นการศึกษาและผู้ที่มีประสบการณ์ในการขายทุกระดับส่วนใหญ่ใช้วิธีการเข้าพบโดยวิธีสุ่มมากที่สุด เช่น เข้าพบ หรือ โทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดยไม่มีนัดหมายล่วงหน้า แต่ผู้จำหน่ายอิสระระดับปริญญาตรีใช้วิธีการวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์มากที่สุด ส่วนการเข้าพบลูกค้า เฉพาะเมื่อจะไปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ทุกกลุ่มให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุด ด้านการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทุกกลุ่มเน้นการนำเสนอโดยการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคมากที่สุด ด้านเทคนิคในการขายผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับชั้นการศึกษาและผู้ที่มีประสบการณ์ในการขายทุกระดับส่วนใหญ่ใช้วิธีการพบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ได้ถามทุกข์สุข

สม่ำเสมอ แต่ผู้ที่มีประสบการณ์ในการขายไม่เกิน 1 ปี เน้นการเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับลูกค้าในสภาพที่ดี การตอบข้อโต้แย้ง ส่วนใหญ่ไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ แต่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ใช้วิธีการคาดคะเนล่วงหน้าก่อนพบลูกค้าในระดับน้อย ด้านการปิดการขาย โดยรวมเน้นการปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง และผู้จำหน่ายอิสระระดับมัธยมศึกษาให้ความสำคัญระดับน้อยแม้ลูกค้าปฏิเสธการซื้อ และมีการแจ้งเบอร์ติดต่อให้ทราบ เมื่อลูกค้าต้องการติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม และผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสบการณ์ในการขายไม่เกิน 1 ปี เน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขายมากที่สุด ด้านการติดตามผลหลังการขาย ผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับชั้นการศึกษาและผู้ที่มีประสบการณ์ในการขายทุกระดับส่วนใหญ่ทั้งลูกค้าปลีกและลูกค้าส่ง ใช้วิธีการส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ามากที่สุด และมีการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษน้อยที่สุด ส่วนการเปลี่ยนคืนสินค้ากรณีสินค้าชำรุดเสียหาย ผู้จำหน่ายอิสระระดับปริญญาตรียังเน้นการสอบถาม หรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์ และให้ความสำคัญระดับน้อยกับลูกค้าส่ง ในการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ ด้านการให้บริการแก่ลูกค้าผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับชั้นการศึกษาและผู้ที่มีประสบการณ์ในการขายทุกระดับส่วนใหญ่เน้นให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขาย ปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น และบริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ ในส่วนปัญหาของผู้จำหน่ายอิสระที่พบมากที่สุด ทุกระดับชั้นการศึกษาและผู้ที่มีประสบการณ์ในการขายทุกระดับส่วนใหญ่ คือ การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า และปัญหาที่พบน้อยที่สุด คือ การให้บริการแก่ลูกค้า

จากสรุปผลการศึกษา กลยุทธ์ของผู้แทนจำหน่ายที่นำมาใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลยุทธ์กระบวนการบริหารงานขาย ได้แก่ การวางแผน การจัดระบบงาน การกระจายงานและประสานงาน การวัดผลงาน และการพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ

ส่วนกลยุทธ์ของผู้จำหน่ายอิสระที่นำมาใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลยุทธ์กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ได้แก่ การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า การเตรียมตัวด้านการแต่งกาย การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การเสนอขายผลิตภัณฑ์ เทคนิควิธีในการขาย การตอบข้อโต้แย้ง การปิดการขาย การติดตามผลหลังการขาย และการให้บริการ

อภิปรายผลการศึกษา

ในการอภิปรายผลการศึกษาได้แบ่งออกเป็นสองส่วน คือ การอภิปรายในเรื่องความสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง และการอภิปรายในเรื่องความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กระบวนการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

1.1 การวางแผน (Planning)

จากการศึกษาพบว่า การชี้แจงให้พนักงานขายเข้าใจถึงภารกิจที่ต้องปฏิบัติและการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้เกิดความสำเร็จคล่อง และสอดคล้องในส่วนของการจูงใจและผลตอบแทนผู้จำหน่ายอิสระซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มปริมาณการขายที่สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทวิศักดิ์ สุวคนธ์ (2536) ที่ได้กล่าวไว้ในแนวคิดการบริหารงานขาย ในหน้าที่ของผู้บริหารงานขาย จะต้องเป็นขั้นตอนที่อยู่ในขบวนการจัดการ (Management Process) ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดระบบงาน (Organizing) การกระจายงานและประสานงาน (Integrating) การวัดผลงาน (Measuring) และการพัฒนาคน (Developing people) ในส่วนของการฝึกอบรมพนักงานขาย

จากผลการศึกษาได้สอดคล้องกับแนวคิดช่องทางการตลาดของ รวิพร คุเจริญไพศาล (2549) ได้กล่าวว่าช่องทางการตลาด หรือช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องทำหน้าที่สร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ เช่น การส่งสินค้าถูกต้อง ตรงเวลา และไม่ผิดพลาด นอกจากนี้ผู้ขายและช่องทางการตลาด จะต้องพยายามสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจถึงราคาที่เหมาะสมกับคุณค่าที่ผลิตภัณฑ์นั้นให้แก่ผู้บริโภค

จากการศึกษาครั้งนี้ได้สอดคล้องกับการศึกษาของ ทศนีย์ สุทธิโสภาอาภรณ์ (2541) ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย โดยส่วนใหญ่มีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางผู้จำหน่ายอิสระมากที่สุด ส่งผลต่อยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยในเรื่องของปัญหาที่พบ คือ สินค้าขาดสต็อก และความล่าช้าในการจ่ายผลประโยชน์

1.2 การจัดระบบงาน (Organizing)

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้สอดคล้องกับของสุรพงษ์ เจริญชัย (2542) คือ ขั้นตอนในการส่งมอบ หรือการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ใช้เวลาในการดำเนินงานมาก ทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า และในส่วนของ การส่งเสริมทางการตลาดที่ยังคงใช้รูปแบบเดิมซ้ำๆ ทำให้ไม่สามารถส่งเสริมการขายได้แท้จริง เช่นเดียวกับศูนย์จำหน่าย คือ การส่งเสริมโดยวิธีการแถมสินค้า

1.3 การกระจายงานและประสานงาน (Integrating)

จากการศึกษาได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ทวีศักดิ์ สุวคนธ์ (2536) ได้กล่าวไว้ในส่วนของ การกำหนดเขตการขาย ที่เป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้าได้รับการพบปะเยี่ยมเยียนจาก พนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ โดยผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่เมื่อทางศูนย์จำหน่ายได้มีการกำหนดเขต การขายให้แต่ละราย ผู้จำหน่ายอิสระมีการปฏิบัติที่ดี คือ มีการพบปะเยี่ยมเยียนลูกค้าอยู่เป็นประจำ มีการพูดคุยเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า

1.4 การวัดผลงาน (Measuring)

การศึกษารุ่นนี้ได้สอดคล้องกับ ทวีศักดิ์ สุวคนธ์ (2536) ที่ได้กล่าวไว้ในส่วนของการ วัดผลงาน (Measuring) เกณฑ์ในการวัดเชิงคุณภาพ ในเรื่องของความรู้ คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ พนักงานขายสามารถนำไปเสนอขายแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.5 การพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ (Developing people)

จากผลการศึกษาการพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ ในส่วนของเทคนิคที่ต้องจำ และทำให้ได้ซึ่ง เป็นส่วนที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขาย ได้สอดคล้องกับ ทวีศักดิ์ สุวคนธ์ (2536) ที่ได้กล่าวไว้ ว่าการพัฒนาพนักงานขาย เป็นกิจกรรมที่มีผลต่อการที่จะทำให้พนักงานขายมองเห็นความสำคัญ ในการอบรมและพัฒนาตนเอง มีความเชื่อมั่น มีขวัญกำลังใจ และเพิ่มประสิทธิภาพในการขายได้

2. กระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ

2.1 การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า

จากการที่ โอฬาร เชาวเลิศโสภณ (2546) กล่าวว่าไว้ว่าพนักงานขายอิสระได้ให้ความสำคัญกับ กระบวนการขาย 7 ขั้นตอนในระดับความสำคัญที่แตกต่างกัน คือ จากการนำแนวคิดใน กระบวนการขายของพนักงานขาย ขั้นตอนการแสวงหาลูกค้าถือเป็นขั้นตอนที่พนักงานให้ ความสำคัญมากที่สุด แต่จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระได้ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในเรื่องของการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า และการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการ นำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า

2.2 การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า

จากการศึกษาได้สอดคล้องกับแนวคิดในกระบวนการขายของพนักงานขายของ อรรถ มณี สงษ์ (2545) ด้านการเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้าพนักงานขายต้องแน่ใจในสภาพที่พร้อมอยู่เสมอ ซึ่ง ผลการศึกษารุ่นนี้ คือ การเตรียมตัวด้านการแต่งกาย และการเตรียมตัวด้านอุปกรณ์ ซึ่งผู้จำหน่าย

อิสระส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในขั้นตอนนี้มาก เนื่องจากต้องเข้าพบลูกค้าอยู่เป็นประจำและเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความเชื่อถือแก่ลูกค้าได้

2.3 การเสนอขายผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่เน้นสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคและนำเสนอโดยการอธิบายให้เกิดความเข้าใจง่าย มากที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของ โอพาร์ เชาวเลิศโสภา (2546) ที่ว่าด้านการเสนอขายของพนักงานขายจะเน้นไปที่การเสนอขายประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับ

2.4 เทคนิควิธีในการขาย

จากการศึกษา ผู้จำหน่ายอิสระใช้เทคนิควิธีการขายโดยการพบปะเยี่ยมเยียนทั่วทุกฝ่าย ได้ถามทุกข์สุขสม่ำเสมอในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับเทคนิควิธีในการขายของ อรชร มณีสงฆ์ (2545) ในส่วนของความใส่ใจในการบริการลูกค้าด้วยวิธีที่น่าประทับใจ

2.5 การตอบข้อโต้แย้ง

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้จำหน่ายอิสระใช้วิธีการจัดข้อโต้แย้งด้วยการไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับ อรชร มณีสงฆ์ (2545) ที่กล่าวไว้ว่าวิธีจัดข้อโต้แย้งที่ใช้เป็นประจำ คือ การยอมรับแล้วหาทางอธิบายตอนหลัง

2.6 การปิดการขาย

ด้านการปิดการขายของผู้จำหน่ายอิสระ จากการศึกษานี้ผู้จำหน่ายอิสระเน้นการปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ โอพาร์ เชาวเลิศโสภา (2546) ที่กล่าวไว้ว่าการปิดการขาย และการติดตามผลหลังการขาย พนักงานขายได้ระบุช่วงเวลาปิดการขายที่เหมาะสม ได้แก่ เมื่อลูกค้าเป้าหมายแสดงความสนใจในสิ่งที่พนักงานเสนอขาย

2.7 การติดตามผลหลังการขาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้จำหน่ายอิสระและทางศูนย์จำหน่ายค้าปลีก ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญบา ไชยอุปละ (2549) ในการปรับเปลี่ยนสินค้าในกรณีที่เกิดปัญหาในตัวผลิตภัณฑ์ การกระจายสินค้าให้ทั่วถึง และครอบคลุมร้านค้าต่างๆ รวมถึงลูกค้าในแต่ละเขตพื้นที่ แม้เป็นพื้นที่ห่างไกลและประสานงานติดต่อยาก ผู้จำหน่ายอิสระทุกรายต้องให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเสมอ

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการศึกษาเรื่อง การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ จังหวัดลำพูน มีข้อค้นพบในประเด็นที่สำคัญต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ข้อค้นพบสำหรับผู้แทนจำหน่าย ด้านกระบวนการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย ได้แก่

1.1 ด้านการวางแผน (Planning)

ศูนย์จำหน่ายมีแนวทางการให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระในการวางแผนด้านการเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ในทางปฏิบัติผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญในการนำเสนอโดยการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค และนำเสนอโดยบอกประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวทางที่ศูนย์ฯ ได้ตั้งไว้

ด้านการวางแผนด้านการเก็บชำระเงินกับลูกค้าที่ค้างชำระ เนื่องจากไม่มีแบบแผนในการบันทึกอย่างเป็นระบบ จึงส่งผลทำให้เกิดปัญหา คือผู้จำหน่ายอิสระหลายรายหลงลืม และการค้นหารายชื่อผู้ค้างชำระได้ยาก

1.2 ด้านการจัดระบบงาน (Organizing)

เนื่องจากศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง มีการทำงานและดูแลเพียงคนเดียวทั้งหมด ในเรื่องของผู้จำหน่ายอิสระ การจัดเรียงผลิตภัณฑ์ การรับชำระเงินจากผู้จำหน่ายอิสระ และการตรวจนับผลิตภัณฑ์ จึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของ ความล่าช้าในการตรวจนับผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การตรวจนับสินค้าที่เกิดความผิดพลาดไม่ตรงตามที่ตั้งไว้

1.3 ด้านการกระจายงานและประสานงาน (Integrating)

จากการประสานงานระหว่างผู้จำหน่ายอิสระของศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง ใช้วิธีการติดประกาศที่บอร์ดของศูนย์ฯ เพื่อแจ้งให้ผู้จำหน่ายอิสระทราบถึงการประชาสัมพันธ์ หรือประกาศต่างๆ จากทางบริษัทฯ อาจไม่ทั่วถึงพอหากผู้จำหน่ายอิสระบางรายไม่สนใจข้อมูลที่ติดประกาศ

ด้านการประมาณการยอดขาย ทางศูนย์ดัชมิลล์ลำพูนได้รับตัวเลขประมาณการจากบริษัทฯ แล้วนำมากระจายแก่ศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง ซึ่งเป็นศูนย์ย่อย เพื่อกระจายแก่ผู้จำหน่ายอิสระแต่ละเขตพื้นที่รอบนอกอำเภอเมือง อาจเป็นภาระหนักแก่ศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง หากศูนย์ใหญ่ได้กระจายตัวเลขให้มากเกินความสามารถของศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง และผู้จำหน่ายอิสระ

1.4 ด้านการวัดผลงาน (Measuring)

เกณฑ์ในการวัดความสามารถจากการหาสมาชิกรายใหม่ให้ได้เพิ่มขึ้นจากเดิม ตามเกณฑ์ที่บริษัทฯ ได้กำหนด คือ ให้ผู้จำหน่ายอิสระหาลูกค้าเพิ่มอย่างน้อยวันละ 1 ราย ซึ่งในทางปฏิบัติทำได้ยาก

1.5 ด้านการพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ (Developing people)

ผู้จำหน่ายอิสระบางรายไม่สามารถตอบคำถามหรืออธิบายด้านความรู้เชิงลึกในเรื่องของผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ หรือถูกต้องเท่าที่ควรจึงถือได้ว่าเป็นปัญหาในระยะแรกที่มีลูกค้าบางรายสอบถามถึงคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

2. ข้อค้นพบสำหรับผู้จำหน่ายอิสระ ด้านกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ได้แก่

2.1 การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า

ผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่ ใช้วิธีการสรรหาลูกค้าโดยวิธีการเดินตลาด เพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านหรือร้านค้าด้วยตนเอง อาจเป็นผลดีต่อผู้จำหน่ายอิสระเพราะเป็น โอกาสหนึ่งในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ได้โดยบังเอิญ

2.2 การเข้าพบลูกค้า

ผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่ใช้วิธีการสุ่ม เช่น การเข้าพบหรือโทรศัพท์ติดต่อกับลูกค้าโดยไม่มีการนัดหมายไว้ล่วงหน้า และผู้จำหน่ายอิสระบางรายอาจมีการวางแผนก่อนการเข้าพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์ จึงทำให้ทราบถึงความไม่แน่นอนในการขายของผู้จำหน่ายอิสระว่าแต่ละวัน หรือ สัปดาห์

2.3 วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีนโยบายแก่ศูนย์จำหน่ายในการให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ โดยให้ความสำคัญในเรื่องของการนำเสนอประโยชน์ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า ซึ่งขัดแย้งกัน ในทางปฏิบัติ คือ ผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญในการนำเสนอ โดยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคมากที่สุด

2.4 การปิดการขาย

ผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการให้ลูกค้าตัดสินใจเองในการปิดการขาย โดยให้ความสำคัญระดับน้อยแม้ลูกค้าจะปฏิเสธการซื้อ และแจ้งเบอร์ติดต่อให้ทราบเมื่อลูกค้าต้องการติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม อาจทำให้ผู้จำหน่ายอิสระไม่สามารถรักษาลูกค้าที่พบปัญหา นี้ไว้ได้

3. ข้อค้นพบเพิ่มเติม

3.1 ผู้แทนจำหน่ายมีการวางแผนด้านผลิตภัณฑ์ เน้นการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยศูนย์ฯ มีการจำหน่ายผ่านช่องทางตรงมากที่สุด คือ การจำหน่ายผ่านผู้จำหน่ายอิสระ และกระจายผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นการจัดการเพื่อเพิ่มกำไรให้แก่ศูนย์จำหน่าย

3.2 จากปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย เช่น ผลิตภัณฑ์บางชนิดขาดสต็อก การปรับราคาสูงขึ้นแต่ไม่ปรับปริมาณเพิ่ม ความไม่แน่นอนของสภาพอากาศ ความล่าช้าในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ การแจ้งข่าวสารในระยะเวลากระทันหัน ผู้จำหน่ายอิสระบางรายไม่ให้ความสนใจในการเข้ารับการอบรม อาจเกิดจากการวัดผลงานของบริษัท ที่ไม่มีเจ้าหน้าที่เข้าตรวจสอบพื้นที่การทำงานของผู้จำหน่ายอิสระอย่างจริงจัง หากไม่ดำเนินการแก้ไขอาจเกิดปัญหาอื่นๆตามมา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาเรื่อง การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ จังหวัดลำพูน มีข้อเสนอแนะในประเด็นที่สำคัญต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้แทนจำหน่าย

1.1 การวางแผน (Planning)

ทางศูนย์จำหน่ายและบริษัทฯ ควรเพิ่มนโยบายการติดตามผลหลังจากการเข้ารับการฝึกอบรม ของผู้จำหน่ายอิสระ ในเรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับ เพื่อจะได้ นำความรู้ที่ได้ไปแนะนำให้กับลูกค้าได้ และสามารถนำเสนอข้อดีของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มั่นใจ และน่าเชื่อถือมากขึ้น

ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ จังหวัดลำพูน ควรมีการวางแผนในด้านการเก็บชำระเงิน จากลูกค้า ผู้จำหน่ายอิสระควรชี้แจงให้ลูกค้าทราบถึงความจำเป็นหรือความสะดวกในกรณีที่มีการนัดหมาย เพื่อรับชำระเงินในวัน หรือสถานที่อื่น เพราะบางครั้งอาจส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งผู้จำหน่ายอิสระทุกรายควรมีการจดบันทึกรายชื่อผู้ที่ค้างชำระ อย่างชัดเจนและสามารถค้นหาภายหลังได้ง่าย

1.2 การจัดระบบงาน (Organizing)

จากปัญหาในเรื่องของความล่าช้าในการตรวจนับผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตรวจนับที่ผิดพลาดก่อนการส่งมอบแก่ผู้จำหน่ายอิสระ ทางศูนย์จำหน่ายควรมีการวางแผนในการสรรหาพนักงานเพิ่มเพื่อดูแลในส่วนของการตรวจนับสินค้า เป็นการช่วยลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนในการตรวจนับสินค้าเมื่อเกิดความผิดพลาด

1.3 การกระจายงานและประสานงาน (Integrating)

ทางศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง ควรใช้วิธีการประสานงาน และการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ที่ได้รับจากบริษัทฯ ด้วยการแจกเอกสารให้ถึงมือผู้จำหน่ายอิสระเมื่อมารับผลิตภัณฑ์ ณ ศูนย์จำหน่าย

ด้านการประสานการขยาย ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ลำพูน ควรให้ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง มีการรับรู้ข้อมูลตัวเลขที่ได้รับจากบริษัทฯ ให้มีความเข้าใจที่ตรงกันก่อนการกระจายตัวเลขสู่ผู้จำหน่ายอิสระ

1.4 การวัดผลงาน (Measuring)

เพื่อไม่ให้เป็นการเสียเวลาในการหาลูกค้ารายใหม่ ทาง บริษัทฯ หรือศูนย์จำหน่าย ควรให้ความสำคัญในการรักษาลูกค้าเก่า ให้มากกว่าๆ กับการสรรหาลูกค้ารายใหม่

1.5 การพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ (Developing people)

ทางศูนย์ฯ หรือบริษัทฯ ควรมีการเน้นการจัดฝึกอบรม ให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์มากขึ้น และมีการติดตามผลหลังการเข้ารับการศึกษาฝึกอบรมของผู้จำหน่ายอิสระ โดยการส่งตัวแทนจากศูนย์ฯ หรือบริษัทฯ เข้าตรวจสอบการทำงาน และเข้าไปปฏิบัติในพื้นที่จริง เพื่อให้ทราบถึงการดำเนินงานของผู้จำหน่ายอิสระว่าควรมีการปรับปรุงแก้ไข ในส่วนใดบ้าง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้จำหน่ายอิสระ

2.1 การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้า

เนื่องจากวิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านเป็นวิธีที่ผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่เลือกใช้ โอกาสในการพบลูกค้ารายใหม่อาจเกิดขึ้นแต่แนวโน้มที่จะพบอาจมีความไม่แน่นอน ดังนั้น ทางศูนย์จำหน่ายควรให้คำแนะนำเพิ่มเติมแก่ผู้จำหน่ายอิสระในการให้ความสำคัญกับวิธีอื่นๆด้วย

2.2 การเข้าพบลูกค้า

การเข้าพบลูกค้าโดยวิธีการสุ่ม ของผู้จำหน่ายอิสระ ทำให้ทราบถึงความไม่แน่นอนในการขาย ดังนั้นผู้แทนจำหน่ายควรมีการวางแผนในการให้ความรู้เพิ่มเติมแก่ผู้จำหน่ายอิสระ และชี้แนะให้เห็นความสำคัญในส่วนของการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเข้าพบลูกค้า เช่น การนัดหมายล่วงหน้า เพราะหากเข้าพบโดยวิธีการสุ่มอาจไม่พบลูกค้า และทำให้เกิดการเสียเวลา

2.3 วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์

ผู้แทนจำหน่ายของศูนย์จำหน่าย ควรให้ข้อมูลแก่ผู้จำหน่ายอิสระ โดยให้ความสำคัญประเด็นการนำเสนอประโยชน์ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าควบคู่ไปกับการนำเสนอเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ง่าย ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าได้มากขึ้น

2.4 การปิดการขาย

ผู้จำหน่ายอิสระควรหันมาให้ความสำคัญในส่วนของการรักษาลูกค้าเอาไว้ โดยการแจ้งเบอร์โทรติดต่อกลับเมื่อลูกค้าต้องการติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม แม้ปัจจุบันลูกค้าจะปฏิเสธการซื้อแต่อาจเป็นโอกาสที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้ารายนี้ให้หันมาซื้อผลิตภัณฑ์ด้ขมิถได้ หากผู้จำหน่ายอิสระให้ความสนใจเสมือนลูกค้ารายเก่า

3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.1 เนื่องจากผลิตภัณฑ์ด้ขมิถ มีวิธีการเก็บรักษา คือ ควรเก็บไว้ในที่ที่มีอุณหภูมิที่เย็นตลอดเวลา จึงส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นของผู้จำหน่ายอิสระในส่วนของการซื้อน้ำแข็งเพื่อใส่บรรจุไว้ในถังบรรจุ ดังนั้นจึงมีวิธีการลดค่าใช้จ่าย สำหรับผู้จำหน่ายอิสระ ได้แก่ ลดการใช้โทรศัพท์ในกรณีที่ไม่จำเป็น ทำความสะอาดตู้ (รังผึ้ง) Compressor ช่วยลดค่าไฟลงอย่างมาก การลดค่าใช้จ่ายในการรักษาสมาชิกเก่า และหาสมาชิกใหม่ ลดเงินเดือนตนเอง โดยจ่ายตามผลงานจริง คือไม่หลอกตัวเอง ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวกับธุรกิจ ควรหยุดความอยากไว้ เช่น บ้าน ที่ดิน รถ ควรมีการจัดเก็บสินค้าในระบบที่เข้าเร็ว ออกเร็ว

3.2 ศูนย์จำหน่าย ควรให้ความสำคัญในเรื่องของช่องทางในการทำกำไรเพิ่มขึ้น โดยให้ความสำคัญในสองส่วน คือ

ช่องทางการขายตรง โดยวิธีการเพิ่มจำนวนผู้จำหน่ายอิสระ หรือการเพิ่มช่องทางการขาย โดยการขายในที่ที่ไม่เคยขาย หรือเพิ่มจำนวนรอบในการขายต่อวัน หรือเพิ่มจำนวนวันในการขายแต่ละอาทิตย์

ช่องทางการขายทั่วไป โดยวิธีการลดเวลาการรับชำระเงินให้สั้นลง การเดิมผลิตภัณฑ์ให้เต็มชั้นและถึงบรรจุผลิตภัณฑ์ และมีการเพิ่มจำนวนผู้จำหน่ายอิสระให้มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อเข้าถึงลูกค้าในพื้นที่ที่ไม่เคยไปให้มากขึ้น

3.3 การส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และการแนะนำลูกค้าให้ได้รับทราบถึงคุณค่าที่เป็นประโยชน์โดยตรงจากการโฆษณาทางโทรทัศน์ ทำให้ผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และผู้จำหน่ายอิสระสามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น