หัวข้อสหกิจศึกษา	การสร้างการรับรู้ให้กับพนักงานขายด้วยโซเชียลเน็ตเวิร์ก กรณีศึกษาบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาชลบุรี
ชื่อนักศึกษา	นางสาวผกามาศ สุดสงวน
อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา	อาจารย์ปณิตา ตั้งชัยชนะ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขา	การตลาด
พ.ศ.	2557

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างตัวแทนขายภายในองค์กร 2) เพื่อเพิ่มระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารให้กับตัวแทนขายภายในองค์กร 3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับตัวแทนขายภายในองค์กรโดยการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารและ 4) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับตัวแทนขาย

ผู้ศึกษาได้พัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต สาขาชลบุรี โดยใช้เครื่องมือผ่านช่องทางของเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (facebook fanpage) ดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์หลัก สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารแบบเดิม ๆ ของบริษัท พบว่าบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต ชลบุรี มีช่องทางการสื่อสารไปยังตัวแทนขาย 3 ช่องทาง คือ จดหมายอิเล็กทรอนิคส์ แอปพลิเคชั่น (ไลน์ กลุ่ม) และบอร์ดประชาสัมพันธ์ โดย 3 ช่องทางที่ทางบริษัทเลือกใช้นั้น ทำให้ตัวแทนขายอาจจะรับรู้ข้อมูลไม่ทั่วถึง สาเหตุมาจากตัวแทนขายไม่ได้เข้าออฟฟิตทุก ๆ วัน หรืออาจเกิดจากพฤติกรรมของตัวแทนขายที่ไม่เข้าตรวจสอบเมลล์ตลอดเวลา แต่จะเข้าตอนเช้าของทุก ๆ วัน ส่งผลให้ช่องทางการสื่อสาร 3 ช่องทางอาจไม่เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารไปยังตัวแทนขายหรืออาจจะได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ทันต่อเหตุการณ์ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเพิ่มช่องทางการสื่อสารไปยังตัวแทนขายโดยผ่าน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (facebook fanpage)

2. พัฒนาและสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการสื่อสารข้อมูลไปยังตัวแทนขายและดำเนินการแจ้งข้อมูลข่าวสารในช่องทางใหม่เพิ่มขึ้นโดยการจัดทำเป็นกราฟใส่รูปและกิจกรรมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและยังเกิดการรับรู้ข้อมูลในลักษณะใหม่ ๆ ซึ่งมีความแตกต่างจากช่องทางเดิม ๆ ของทางบริษัทอีกทั้งตัวแทนขายยังสามารถยังตรวจสอบหรือค้นหาข้อมูลข่าวสารย้อนหลังได้

SPU CHONBURI

3. ประเมินผลโครงการ ผู้ศึกษาใช้วิธีการประเมิน 2 วิธีดังนี้

3.1 ประเมินจากข้อมูลเชิงลึกของผู้ให้บริการเฟซบุ๊ก ผลการศึกษาพบว่าในช่วงแรกที่ได้เริ่มใช้แฟนเพจในการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ระยะเวลา 7 วันมียอดผู้เข้าไปกดถูกใจ (like) เป็นจำนวนที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ

3.2 ประเมินจากแบบสอบถามกับตัวแทนขายทั้งก่อนและหลังการเพิ่มช่องทางการสื่อสารแฟนเพจ ผลการศึกษาพบว่า ก่อนมีแฟนเพจตัวแทนขายให้ระดับความคิดเห็นในเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับน้อยและมีความยุ่งยากในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุดแต่เมื่อสร้างแฟนเพจและทำการแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางดังกล่าว ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นในเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมากและมีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลใหม่ ๆ ที่ทางบริษัทได้แจ้งมามากที่สุด

SPU CHONBURI