

บทที่ 4

การศึกษาเปรียบเทียบการจัดการด้านการตลาดและการบริหารการขาย

จากการรวบรวมข้อมูลทั้งทางด้านการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ทางด้านการตลาด และการบริหารงานขายของบริษัท เบสท์ บู้คส์ จำกัด บริษัท ฟาร์อีสต์พับลิเคชั่น จำกัด และ บริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด จะนำข้อมูลทั้งหมดมาเข้ตารางเพื่อทำการเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ของการตลาดและการใช้นโยบายในการบริหารงานขายทั้งสามบริษัท เพื่อพิจารณาความสอดคล้องและความแตกต่างกันในแต่ละองค์ประกอบของแต่ละปัจจัย ดังตารางที่ 4.1

การศึกษาเปรียบเทียบ1. ลักษณะทั่วไป

บริษัท เบสท์บู้คส์ จำกัด บริษัท ฟาร์อีสต์พับลิเคชั่น จำกัด และ บริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด ทั้งสามบริษัทมีลักษณะโดยทั่วไปคล้ายคลึงกันและในส่วนซึ่งแตกต่างกันนั้นจะเป็นลักษณะ เฉพาะของแต่ละกิจการ ซึ่งจะอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแต่ละกิจการ ไปแต่ในแง่ความคล้ายคลึงกันมีหลายประการดังนี้คือ

1. สถานที่ตั้งบริษัท บริษัททั้งสาม ตั้งอยู่ย่านธุรกิจใจกลางเมือง ทั้งนี้เพื่อที่จะอำนวยความสะดวกแก่การทำงานของพนักงานขายในด้านต่าง ๆ เริ่มจากการเปิดรับสมัครซึ่งมีการเปิดรับสมัครอย่างสม่ำเสมอ สถานที่ตั้งจะสะดวกในการค้นหา การคมนาคมไปยังจุดต่าง ๆ ของกรุงเทพจะต้องสะดวกและประหยัดเวลาที่สุด ซึ่งเป็นจุดสำคัญในการทำงานของพนักงานขาย

2. สมาชิกการขายโดยตรง ทั้งสามบริษัทเป็นสมาชิกการขายโดยตรงแห่งประเทศไทยตั้งแต่เริ่มการก่อตั้งสมาคมในปี พ.ศ. 2526 จนกระทั่งปัจจุบัน

ตารางที่ 4.1 แสดงการเปรียบเทียบการจัดการด้านการตลาดและการบริหารการขายของทั้งสามบริษัท

รายการ	บริษัทเบสท์บุ๊กส์	บริษัทฟาร์อีสต์ฯ	บริษัทโกรเลียร์
<u>ข้อมูลทั่วไป</u>			
1. ลักษณะการจัดตั้ง	<ol style="list-style-type: none"> บริษัทไทย เป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายสารานุกรมของบริษัท เวิลด์บุ๊ก-ชายคราฟท์ อินเตอร์เนชั่นแนล อิงค์ จากประเทศสหรัฐอเมริกา 	<ol style="list-style-type: none"> บริษัทต่างประเทศ เป็นบริษัท (สาขา) ของ The Straits Time Press ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายสารานุกรมบริแทนนิกา ในภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีสำนักงานอยู่ในประเทศสิงคโปร์ 	<ol style="list-style-type: none"> บริษัทต่างประเทศ เป็นบริษัทสาขาของบริษัท Grolier International Inc. โดยมีสำนักงานควบคุมกิจการภาคตะวันออกเฉียงใต้ ชื่องง




ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัทเบสท์บูคส์ฯ	บริษัทฟาร์อีสต์ฯ	บริษัทโกลเดียร์
2. สถานที่ตั้งของบริษัท	79/29 ซ. หลังสวน ถ. เพลินจิต กรุงเทพฯ	ชั้น 8 อาคารมหาทุนพลาซ่า ถ. สุขุมวิท กรุงเทพฯ	ชั้น 8 อาคารสิวะดล เลขที่ 1 ถ. คอนแวนต์ สีลม กรุงเทพฯ
3. สำนักงานสาขา	-	45 ถ. จุติอนุสรณ์ อ. หาดใหญ่ จ. สงขลา	อาคารมัทนพานิชย์ ถ. ช้างน้อย อ. เมือง จ. เชียงใหม่
4. พ.ศ. ที่ตั้ง	2521	2502	2507
5. รวมระยะเวลาดำเนินงาน	10 ปี	29 ปี	24 ปี
6. จำนวนพนักงานขาย (ณ วันที่ 7 ต.ค. 2530)	30 คน	80 คน	300 คน
7. สมาคมการขายโดยตรง (แห่งประเทศไทย)	เป็นสมาชิกผู้ก่อตั้ง	สมาชิก	สมาชิก

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บู้คส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกรเลียร์ฯ
8. การควบคุมการบริหาร <u>ช่องทางการจำหน่าย</u>	กรรมการผู้จัดการ	โดยบริษัท STP ที่ประเทศสิงคโปร์ มอบหมายให้ผู้จัดการภาคพื้น บริหาร	โดยบริษัท โกรเลียร์ฯ (ฮ่องกง) มอบหมายให้ผู้จัดการใหญ่บริหาร
1. ระบบการจำหน่าย	ระบบขายโดยตรง	ระบบขายโดยตรง	ระบบขายโดยตรง
2. อาณาเขตตลาด แจ้งตามภูมิศาสตร์	ทั่วประเทศในลักษณะเดินสาย	เน้นเฉพาะกรุงเทพฯ	ทั่วประเทศในลักษณะเดินสาย
3. การจัดส่ง	จัดส่งโดยรถซึ่งจะตาม พนักงานขายไปทั่วประเทศ	ในเขตกรุงเทพฯ ส่งโดยรถของ บริษัท ส่วนในต่างจังหวัด กรณี ลูกค้าชำระเงินสด ส่งโดยรถทัวร์ แต่ในกรณีผ่อนชำระจะส่งโดย ร.ส.พ.	จะส่งโดยรถของบริษัท ซึ่งจะตาม พนักงานขายไปทั่วประเทศ

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัทเบสท์ฟู้คส์	บริษัทฟาร์อีสต์ฯ	บริษัทโกรเลียร์ฯ
<u>ผลิตภัณฑ์</u> 1. แหล่งกำเนิดสินค้า 2. ผลิตภัณฑ์หลัก 3. ตราสินค้า	สหรัฐอเมริกา สารานุกรมเวิลด์ฟู้ค 	สหรัฐอเมริกา สารานุกรมบริแทนนิกา 	สหรัฐอเมริกา สารานุกรมอเมริกา 

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บู้คส์	บริษัท ฟาร์อีสต์	บริษัท โกลเดียร์
4. ตลาดเป้าหมาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันการศึกษาทั้งเอกชนและรัฐบาล ตั้งแต่ระดับโรงเรียนจนถึงในระดับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ 2. บุคคลทั่วไปทั่วประเทศ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคคลทั่วไป 2. สถาบันการศึกษาระดับโรงเรียน มหาวิทยาลัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคคลทั่วไปทั่วประเทศ 2. สถาบันการศึกษาทั้งเอกชนและรัฐบาล ตั้งแต่ระดับโรงเรียนจนถึงในระดับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ
5. สายผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. สารานุกรมเด็ก <ol style="list-style-type: none"> 1.1 สารานุกรมชายตราฟท์ 2. สารานุกรมเฉพาะสาขาวิชา <ol style="list-style-type: none"> 2.1 สารานุกรมวิทยาศาสตร์ 2.2 สารานุกรมอ่าวเวอเวิลด์ 2.3 สารานุกรมแอนนิมอล เวิลด์ 2.4 สารานุกรมมิลิทารี แอคราฟท์ 2.5 สารานุกรมแคร์รี่เออร์ 2.6 สารานุกรมโพโต้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สารานุกรมเด็ก <ol style="list-style-type: none"> 1.1 สารานุกรมซิลิโคน 1.2 สารานุกรมยั้งซิลิโคน 2. สารานุกรมเฉพาะสาขาวิชา <ol style="list-style-type: none"> 2.1 สารานุกรมเคอเกรทบุค ออฟเวสเทอน เวิลด์ 2.2 สารานุกรม เวิลด์มีทแอนรีเจนท์ 2.3 สารานุกรมอิริสเตรทออฟแมนค้ายด์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สารานุกรมเด็ก <ol style="list-style-type: none"> 1.1 สารานุกรมโกลเดียร์ อคาเดมิก 1.2 สารานุกรมนิวบुकออฟโนเรจ 1.3 สารานุกรมเคอะนิวอาเธอร์ 2. สารานุกรมเฉพาะสาขาวิชา <ol style="list-style-type: none"> 2.1 สารานุกรมโปรเฟสชันแนลแมนเนจเม้นท์ 2.2 สารานุกรมแอนนิมอล

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บุ๊คส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกรเลียร์ฯ
	2.7 สารานุกรมเวลด์บุ๊คส์ไชนด์ 2.8 สารานุกรมอาเซียนฮีสตอรี 2.9 สารานุกรมอินเทอร์เน็ต แล ชายตราฟท์	2.4 สารานุกรมอิริสเตรทชาย แอนอินเวนชั่น 2.5 สารานุกรมแมนมิตแอน เมจิก 2.6 สารานุกรมโฮมอิมพروفเมนท์ 2.7 สารานุกรมเพมมิลี่เฮวฟ 2.8 สารานุกรมไอวอนทูโน อะ เบาอิท์ 2.9 สารานุกรมยั้งพีเฟิลไฮด์ 2.10 สารานุกรมยั้งพีเฟิล แอนนิมอล 2.11 สารานุกรมคอนไซค์ เอ็นไซโคปีเดีย บริแทนนิกา(ภาษาจีน)	2.3 สารานุกรมแมคโคเนล

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บู๊คส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกรเลียร์ฯ
6. การรับประกัน	<p>ในกรณีลูกค้าต้องการซื้อสารานุกรม เว็ลด์บุค แต่มีชุดเก่าอยู่แล้ว ลูกค้า สามารถนำชุดเก่ามาแลกซื้อชุดใหม่ ได้ในราคาร้อยละ 50 ของราคาชุด ใหม่ (ภายใน 10 ปี)</p>	<p>ไม่มี</p>	<p>ไม่มี</p>
7. การวางตำแหน่งสินค้า	<p>เป็นสารานุกรมซึ่งใช้ภาษาอังกฤษ ที่ง่ายและเน้นที่ภาพประกอบ เหมาะสำหรับการศึกษาตั้งแต่ ระดับมัธยมต้นขึ้นไปและการศึกษา เพิ่มเติมภายในบ้านด้วย ระดับ ราคาต่ำ</p>	<p>เป็นสารานุกรมซึ่งใช้รูปแบบใหม่ โดยแยกข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือส่วน ที่ต้องการความรวดเร็วและส่วน ที่ละเอียดขึ้นไปอีกชั้นหนึ่ง ภาษา ที่ใช้ความยากง่ายขึ้นอยู่กับแต่ละ ส่วนเหมาะกับการศึกษาระดับ มหาวิทยาลัยขึ้นไปและการศึกษาเพิ่ม เติมภายในบ้าน เป็นสารานุกรมที่มี ขนาดข้อมูลใหญ่ที่สุดในระดับราคาสูง</p>	<p>เป็นสารานุกรมซึ่งใช้ภาษาที่ เหมาะสมกับการศึกษาระดับ มัธยมตอนปลายขนาดข้อมูล ใหญ่ในระดับราคาสูง</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บุ๊คส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกรเลียร์ฯ
<p><u>นโยบายราคา</u></p> <p>1. ผู้กำหนดราคา</p>	<p>บริษัทจะเป็นผู้กำหนดราคาในลักษณะของตัวแทนจำหน่าย ทั้งนี้กรรมการผู้จัดการจะเป็นผู้พิจารณาในการตั้งราคาขายของสินค้าทั้งหมด</p>	<p>บริษัท สเตรททามส์เพรส ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายสารานุกรมบริเทนิกาในประเทศสิงคโปร์ เป็นผู้กำหนดราคาให้แก่บริษัท ฟาร์อีสต์ พับลิเคชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทสาขา อนึ่งการเปลี่ยนแปลงราคาจะกระทำได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากทางสำนักงานใหญ่เป็นที่เรียบร้อย</p>	<p>บริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชั่นแนล อิงค์ ประเทศฮ่องกง เป็นผู้กำหนดราคาให้แก่บริษัทสาขาในประเทศไทย ทั้งนี้ผู้จัดการใหญ่มีสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงราคาเพื่อความเหมาะสม</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บู้คส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกรเลียร์ฯ
2. ระบบการคำนวณราคาของพนักงานขายในการเสนอราคากับลูกค้า	บริษัทได้ทำใบแจ้งราคาให้กับพนักงานขายโดยมีราคาเงินสดและเงินผ่อนของสารานุกรมแต่ละชุดไว้เรียบร้อยแล้ว	บริษัทได้ทำใบแจ้งราคาแยกในสารานุกรมแต่ละชุด โดยคำนวณราคาเงินสดและเงินผ่อนของแต่ละชุดไว้เรียบร้อยแล้ว	โดยใช้หน่วยราคา 1 แด้ม (point) จะมีค่าเท่ากับ 2,880 บาท และในใบแจ้งราคาจะกำหนดราคาเป็นแอดัมไว้เพื่อคำนวณเทียบตารางเงินผ่อนซึ่งกำหนดเป็นแอดัม
3. ระยะเวลาการให้ผ่อนชำระการส่งเสริมการขาย	2, 6, 12, 18, 24 เดือน	2, 6, 12, 24, 30 เดือน	3, 10, 20, 30 เดือน
1. การลดราคา	พนักงานสามารถพิจารณาลดราคาให้แก่ลูกค้าได้ ในกรณีที่ลูกค้าไม่ต้องการของแถมซึ่งทางบริษัทได้จัดแถมไว้ โดยบริษัทได้กำหนดส่วนลดของสารานุกรมแต่ละชนิดไว้แน่นอนในรายการราคา ซึ่งจะใช้จ่ายจำนวน "ดาว" เป็นสัญลักษณ์	บริษัทไม่มีนโยบายในการลดราคา	บริษัทจะลดราคาในกรณีที่ลูกค้าชำระเป็นเงินสด ซึ่งสามารถแบ่งจ่ายได้ 2 งวด และจะมีส่วนลดปริมาณจากยอดการสั่งซื้อ

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บุ๊คส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกรเลียร์ฯ
2. การแลก	บริษัทมีนโยบายให้ลูกค้าสามารถนำสารานุกรมเวลด์บุค ชุดเก่ามาแลกซื้อชุดใหม่ได้ในราคาร้อยละ 50	บริษัทไม่มีนโยบาย	บริษัทไม่มีนโยบาย
3. ของแถม	จะเป็นหนังสือวิชาการแบบเรียนภาษาต่างประเทศ ลูกโลก ทั้งนี้จำนวนของแถมขึ้นอยู่กับชนิดและจำนวนงวดชำระโดยลูกค้าสามารถเลือกของแถมที่บริษัทเตรียมไว้	จะเป็นหนังสือวิชาการโดยบริษัทได้กำหนดของแถมตามชนิดของสารานุกรมไว้แน่นอน	จะเป็นหนังสือวิชาการ แผนที่โลก โดยบริษัทได้กำหนดของแถมตามชนิดของสารานุกรมไว้แน่นอน
4. การขายควบและมีส่วนลด	มีเฉพาะบางชุด	มีเฉพาะบางชุด	ไม่มี
5. ของสมนาคุณแก่ลูกค้าที่แนะนำลูกค้าใหม่	บริษัทไม่มีนโยบาย	บริษัทไม่มีนโยบาย	ของสมนาคุณจะเป็นหนังสือปรุงอาหาร จะได้รับเมื่อลูกค้าที่ได้รับการแนะนำซื้อสินค้า

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บูคส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกลเดียร์ฯ
6. การออกงานแสดงสินค้า	งานนิทรรศการ งานออกร้านตามหน่วยราชการ งานวิชาการ งานประชาสัมพันธ์ที่บริษัทจัดขึ้น	งานนิทรรศการ งานออกร้านตามหน่วยราชการ งานโชว์เครื่องตกแต่งบ้าน งานวิชาการ	งานนิทรรศการ งานออกร้านตามหน่วยงานราชการ
<u>การบริหารการขาย</u>			
1. การจัดการการขาย	Division Manager Field Manager Senior Sale Reps. Junior Sale Reps. (Line Organization)	Regional Manager Senior Distric Manager Distric Manager Senior Field Manager Field Manager Field Supervisor Sales Representatives (Line Organization)	Branch Manager Credit Manager Division Manager Deputy Division Manager Sales Manager Field Manager Senior Sale Reps. Junior Sale Reps. (Line Organization)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บุ๊คส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกลิเออร์ฯ
<p><u>การสรรหาพนักงานขาย</u></p> <p>1. วิธีการสรรหาพนักงานขาย</p>	การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์	<p>1. การโฆษณาหาพนักงานขายทางสื่อหนังสือพิมพ์</p> <p>2. โดยการแนะนำ (ผู้แนะนำจะได้ผลตอบแทนจากการที่พนักงานใหม่ขายได้ถึงเป้าเป็นเงิน 300 บาท)</p>	การโฆษณาหาพนักงานขายทางสื่อหนังสือพิมพ์
2. หนังสือพิมพ์ที่ลงโฆษณารับสมัคร	ไทยรัฐ เคลลิวส์	ไทยรัฐ เคลลิวส์ มติชน วัฏจักร บ้านเมือง	ไทยรัฐ
3. วันที่ใช้ลงรับสมัคร	<p>1. วันอาทิตย์</p> <p>2. วันจันทร์</p>	<p>1. วันอาทิตย์</p> <p>2. วันจันทร์</p>	<p>1. วันอาทิตย์</p> <p>2. วันจันทร์</p>
4. วันเปิดรับสมัคร	วันจันทร์และวันอังคาร	วันจันทร์และวันอังคาร	วันจันทร์และวันอังคาร

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บุ๊คส์ฯ	บริษัท พารอิส์ต้า	บริษัท โกรเลียร์ฯ
5. คุณสมบัติของผู้สมัคร	<ol style="list-style-type: none"> 1. ชาย หญิง 2. ระดับการศึกษา ม.ศ. 5 ปวช ปวส ปวท ปริญญาตรี ทุกสาขา 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ชาย หญิง 2. อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี 3. ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือ อนุปริญญาทุกสาขา 4. มีบุคลิกและมนุษยสัมพันธ์ดี 5. มีความรับผิดชอบ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ชาย หญิง 2. ระดับการศึกษา ม.ศ. 3 ม.ศ.5 ปวช ปริญญาตรี ทุกสาขา 3. ไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์
6. หลักฐานที่ใช้ในการสมัคร	<ol style="list-style-type: none"> 1. รูปถ่าย 2. บัตรประชาชน 3. สำเนาทะเบียนบ้าน 4. วุฒิการศึกษา 	<ol style="list-style-type: none"> 1. รูปถ่าย 2. บัตรประชาชน 3. สำเนาทะเบียนบ้าน 4. วุฒิการศึกษา 	<ol style="list-style-type: none"> 1. รูปถ่าย 2. บัตรประชาชน

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บูคส์	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกลเดียร์ฯ
7. ขั้นตอนการรับสมัคร	1. กรอกใบสมัคร 2. ตรวจสอบหลักฐาน 3. สัมภาษณ์ 4. นัดวันอบรม	1. กรอกใบสมัคร 2. ตรวจสอบหลักฐาน 3. สัมภาษณ์ 4. นัดวันอบรม	1. กรอกใบสมัคร 2. เข้าสัมภาษณ์หรือฟังการ การบรรยายเกี่ยวกับสินค้า และบริษัท 3. นัดวันอบรม
<u>การอบรม</u>			
1. เวลาที่ใช้ในการอบรม	เป็นเวลา 3 วัน เวลา 9.00 - 12.00 น. 13.30 - 16.00 น.	เป็นเวลา 3 วัน เวลา 9.30 - 12.00 น. 13.30 - 16.00 น.	เป็นเวลา 3 วัน เวลา 8.30 - 12.00 น. 13.30 - 16.00 น.

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บู้คส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกรเลียร์ฯ
2. สถานที่อบรม	ภายในบริษัท	ภายในบริษัท	ภายในบริษัท
3. ลักษณะการอบรม	<ol style="list-style-type: none"> 1. บรรยาย 2. การแสดง 3. สอนในงานสนาม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยาย 2. การแสดง 3. การเล่นเกมส์ 4. การทดลองปฏิบัติงาน 5. สอนในงานสนาม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยาย 2. การแสดง 3. การทดลองปฏิบัติงาน 4. สอนในงานสนาม
4. อุปกรณ์ที่ใช้ในการอบรม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตัวอย่างสารานุกรม 2. แค็ตตาล็อก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตัวอย่างสารานุกรม 2. แผ่นภาพ 3. วีซีโอ 4. แค็ตตาล็อก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตัวอย่างสารานุกรม 2. แค็ตตาล็อก
5. วิทยากรในการอบรม	Division Manager	ฝ่ายส่งเสริมการขาย	Division Manager

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์ปีคส์ฯ	บริษัท พาริสตี้ฯ	บริษัท โกรเลียร์ฯ
6. ความถี่ในการ รับสมัคร	2 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	4 ครั้งต่อเดือน
7. เวลาทดลองงาน	3 เดือน	2 เดือน	2 สัปดาห์
8. อุปกรณ์ช่วยขาย	1. หนังสือแนะนำบริษัท และสินค้า 2. หนังสือตัวอย่าง (200 บาท)	1. บอร์ดไชด์ 2. หนังสือตัวอย่าง 3. โบรชัวร์ 4. ตัวอย่างของแถม (200-1,000 บาท)	1. แก็ทตาล็อค 2. หนังสือตัวอย่าง (50 บาท)
<u>การจ่ายค่าตอบแทน</u>			
1. อัตราค่านายหน้า	12 เปอร์เซ็นต์	10 เปอร์เซ็นต์	14 เปอร์เซ็นต์
2. ค่าบริหารงาน	มี	มี	มี
3. ค่าตอบแทนจากการ เลื่อนตำแหน่ง	ไม่มี	ปีแรก 2 % ปีที่สอง 1.5 % จากลูกทีมเดิม	ไม่มี

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บูคส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกรเลียร์ฯ
4. การให้โบนัส	จากยอดขายรวม	แตกต่างกันไปในแต่ละชนิด ของสารานุกรม	จากยอดขายรวม
5. การหักเงินสะสม	ร้อยละ 5 จากค่านายหน้า	ร้อยละ 10 จากค่านายหน้า	ร้อยละ 10 จากค่านายหน้า
6. รายได้สมทบ	1. ค่ารักษาพยาบาล 2. ค่าประกันอุบัติเหตุ 3. กู้ยืมอุบัติเหตุ 4. กู้ยืมฉุกเฉิน (พนักงานต้องมีอายุงานเกิน 1 ปีขึ้นไป)	-	-
<u>การจูงใจ</u>			
1. การแข่งขันการขาย	1. ยอดส่วนตัว 2. ยอดแผนก	1. ยอดส่วนตัว 2. ยอดทีม 3. ยอดแผนก	1. ยอดส่วนตัว 2. ยอดทีม 3. ยอดแผนก

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัทเบสท์บุ๊คส์	บริษัทฟาร์อีสต์ฯ	บริษัทโกลเดียร์ฯ
2. ของรางวัล	1. เงิน 2. สิ่งของเครื่องใช้ เช่น ปากกา กระเป๋า	1. เงิน 2. สิ่งของเครื่องใช้เช่น ปากกา เน็คไท มอเตอร์ไซค์ 3. ร่วมประชุมในต่างประเทศ	1. เงิน 2. สิ่งของเครื่องใช้ โทรทัศน์ ตู้เย็น ปากกา กระเป๋า 3. ร่วมงานประชุมต่างประเทศ 4. ร่วมงานประชุมที่พัทยา
การควบคุม			
1. การประชุมการขาย	ทุก ๆ สัปดาห์	ทุก ๆ 4 สัปดาห์	ทุก ๆ สัปดาห์
2. การเข้าบริษัท	เข้าทุกวันทำการเวลาเช้า	เข้าทุกวันทำการเวลาใดก็ได้ 1 ครั้ง	เข้าทุกวันทำการเวลา 9.00 น. และ 16.00 น.
3. การทำรายงานประจำวัน	-	เฉพาะพนักงานขายใหม่ระหว่าง ทดลองงาน	-

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บูคส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกรเลียร์ฯ
4. การควบคุมพนักงานขาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระเบียบการเข้าบริษัทวันละ 1 ครั้ง 2. เป้าการขายในการเลื่อนตำแหน่ง 3. ระบบการจ่ายค่านายหน้า 4. การดูแลจากหัวหน้าทีม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระเบียบการเข้าบริษัทวันละ 1 ครั้ง 2. การเขียนรายงานประจำวัน 3. เป้าการขายในการเลื่อนตำแหน่ง 4. ระบบค่านายหน้า 5. การดูแลจากหัวหน้าทีม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระเบียบการเข้าบริษัทวันละ 2 ครั้ง 2. เป้าการขายในการเลื่อนตำแหน่ง 3. ระบบค่านายหน้า 4. การดูแลจากหัวหน้าทีม
5. การแบ่งเขตการขายของพนักงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยราชการ 2. เอกชน 3. ตามหมายกำหนดการเดินทาง แบ่งตามลักษณะภูมิศาสตร์เป็นจังหวัด 	<p>ไม่มีการแบ่งเขตขาย แต่เขตการขายของบริษัท เฉพาะ เขตกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง</p>	<p>ตามหมายกำหนดการเดินทาง การเดินสาย แบ่งตามลักษณะภูมิศาสตร์เป็นจังหวัด</p>
6. การกำหนดราคาและประเภทของสารานุกรม	ผู้บริหาร	ร่วมตกลงกับสำนักงานใหญ่	ร่วมตกลงกับสำนักงานใหญ่

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	บริษัท เบสท์บุ๊คส์ฯ	บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ	บริษัท โกรเลียร์ฯ
7. เป้าการขายในการเลื่อน ตำแหน่ง	1. JSR -- SSR 25,000 บาท 2. SSR -- FM 40,000 บาทต่อเดือน	1. REP -- FS 55,000 บาท 2. FS -- FM 30,000 บาทต่อเดือน	1. Junior -- Senior 55,000 บาท 2. Senior -- FM 55,000 บาทต่อเดือน เป็นเวลา 3 เดือน
การประเมินผล			
1. เชิงปริมาณ	พิจารณาจากยอดขาย	พิจารณาจากยอดขาย	พิจารณาจากยอดขาย
2. เชิงคุณภาพ	1. ภาวะผู้นำ 2. ความมีมนุษยสัมพันธ์	1. ภาวะผู้นำ 2. ความมีมนุษยสัมพันธ์	1. ภาวะผู้นำ 2. ความมีมนุษยสัมพันธ์
3. พนักงานขายจะต้อง คืนค่านายหน้าและ ค่าบริหารงานขาย ในกรณีการผิดสัญญา เข้าชื่อของลูกค้า	เป็นดุลยพินิจของผู้จัดการ ซึ่งจะพิจารณาเป็นกรณีไป	1. ลูกค้าย้ายไม่เกินหนึ่งในสาม ของราคาและขอยกเลิก 2. ลูกค้าย้ายไม่เกินหนึ่งในสาม ของราคาและหนี้สูญ	1. ลูกค้าขาดส่งการผ่อนชำระ 3 งวด

3. ระบบการดำเนินงาน ใช้ระบบค่านายหน้าเพียงอย่างเดียว(Commission)
4. การจัดองค์การชาย มีลักษณะเป็น Line Sales Organization
5. สินค้า สารานุกรมของแต่ละบริษัทซึ่งเป็นสารานุกรมหลักคือ สารานุกรมเวิลด์บุ๊ก ทรายคราฟท์ สารานุกรมบริแทนนิกา และสารานุกรมอเมริกา นา บริษัทมิได้พิมพ์เองในประเทศ แต่นำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด

ความแตกต่างในลักษณะทั่วไปของแต่ละบริษัท

1. ลักษณะการจัดตั้ง บริษัทฟาร์อีสต์พับลิเคชั่น จำกัด และบริษัทโกรเลียร์ อินเตอร์-เนชั่นแนล จำกัด มีลักษณะการจัดตั้งแบบสาขาจากต่างประเทศ ส่วนบริษัทเบสท์บุ๊กส์ จำกัด จัดตั้งในลักษณะบริษัทไทย

2. ระยะเวลาการดำเนินงาน บริษัทฟาร์อีสต์พับลิเคชั่น จำกัด ดำเนินกิจการมาเป็นเวลา 29 ปี รองลงมา บริษัท โกรเลียร์ฯ และ บริษัท เบสท์ บุ๊คส์ คือ 24 ปี และ 10 ปี ตามลำดับ

3. นโยบายทางการบริหาร มีเพียงบริษัทเบสท์บุ๊กส์ จำกัด ซึ่งมีการวางนโยบายของบริษัทโดยฝ่ายบริหาร (กรรมการผู้จัดการ) ในนโยบายทั้งทางด้านการตลาดและการบริหารงานขายทั้งสิ้น ในส่วนนโยบายของบริษัทฟาร์อีสต์ฯ และบริษัทโกรเลียร์ฯ ได้รับนโยบายจากบริษัทแม่ซึ่งอยู่ต่างประเทศเกือบทั้งสิ้น

2. นโยบายทางการตลาด

แต่ละบริษัทมีความแตกต่างกัน โดยการใช้กลยุทธ์จะมีลักษณะตามรูปแบบของการจัดตั้ง ในส่วนของบริษัทสาขาต่างประเทศ จะมีรูปแบบกลยุทธ์ตามนโยบายจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ ซึ่งควบคุมสาขาในประเทศไทยอย่างใกล้ชิด โดยปกติบริษัทแม่จะส่งผู้ตรวจสอบมาทุก 3 เดือน ในขณะที่เดียวกับบริษัทสาขาในประเทศจะต้องรายงานการดำเนินงานตลอดเวลา ซึ่งทั้งบริษัท

ฟาร์อีสต์ฯ และบริษัทโกลเดียร์ฯ ก็ดำเนินงานในลักษณะนี้มาโดยตลอดในส่วนบริษัท เบสท์บู๊คส์ฯ ได้ใช้นโยบายจากผู้บริหารของบริษัทเท่านั้น ดังนั้นการใช้นโยบายทางการตลาดจึงมีส่วนที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันคือ

2.1. ทางด้านช่องทางการจำหน่าย บริษัทเบสท์บู๊คส์ฯ และบริษัทโกลเดียร์ฯ มีการใช้ช่องทางการจำหน่ายโดยวิธีที่คล้ายคลึงกันคือ ใช้กลยุทธ์ในการออกต่างจังหวัดในลักษณะเดินสาย และมีตลาดส่วนใหญ่อยู่ในต่างจังหวัด แต่ในขณะที่บริษัทฟาร์อีสต์ฯ เน้นการขายในเขตกรุงเทพฯเป็นหลัก ส่วนตลาดต่างจังหวัดจะมีการออกเดินทางเป็นกรณีพิเศษเท่านั้น เช่น ต้องการกระตุ้นการทำงานของพนักงานขายให้ขยันในการออกพบลูกค้ามากขึ้น

ในด้านการจัดส่งสารานุกรมไปยังลูกค้า ทั้งบริษัทเบสท์บู๊คส์ฯ และบริษัทโกลเดียร์ฯ จะมีรถซึ่งบรรทุกสารานุกรมตามทีมขายออกไปตามจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งปกติจะใช้เวลาประมาณ 20 วัน จึงหมดการเดินสาย พร้อมทั้งมีฝ่ายตรวจสอบฐานะของบริษัทตามรถส่งสินค้าไปด้วย ส่วนกรณีบริษัทฟาร์อีสต์ฯ จะมีฝ่ายตรวจสอบซึ่งจะใช้การโทรศัพท์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของความเข้าใจในเงื่อนไขการสั่งซื้อ ซึ่งการส่งสารานุกรมในเขตกรุงเทพมหานครจะเหมือนกันทุกบริษัทคือใช้รถของบริษัท ส่วนต่างจังหวัดบริษัทฟาร์อีสต์ฯจะจัดส่งโดยรถทัวร์หรือรถ ร.ส.พ.

2.2. นโยบายด้านผลิตภัณฑ์ มีความคล้ายคลึงกันคือ

1. แหล่งกำเนิดของสินค้า สารานุกรมเวิลด์บู๊คชายคราฟท์ สารานุกรมบริแทนนิกา สารานุกรมอเมริกา มีต้นกำเนิดสินค้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยที่สารานุกรมทั้งสามชุดนี้เป็นสารานุกรมทั่วไป ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดสูงในประเทศสหรัฐอเมริกา.

2. สารานุกรมหลักของทุกบริษัทจัดอยู่ในประเภทสารานุกรมทั่วไป และมีขนาดข้อมูลใหญ่ และแต่ละบริษัทมีชุดรองลงมาคือสารานุกรมสำหรับเด็ก ซึ่งบริษัทเบสท์บู๊คส์ฯ และบริษัทฟาร์อีสต์ฯ ได้นำชุดซึ่งเหมาะกับตลาดการศึกษาของประเทศไทย มาแปลเป็นภาษาไทย ซึ่งได้รับความสำเร็จอย่างสูง นอกจากนี้แต่ละบริษัทจะมีสารานุกรมเฉพาะสาขาวิชาเป็นตัวเสริม

3. การพัฒนาตัวสินค้าให้ทันสมัย จะใช้สารานุกรมฉบับเฉพาะปีเป็นสารานุกรมเสริมกับชุดใหญ่ให้ทันสมัยโดยจำหน่ายแก่ลูกค้าเก่าครั้งราคา

ข้อแตกต่างของการใช้นโยบายทางด้านผลิตภัณฑ์

1. ตลาดเป้าหมาย จะมีความแตกต่างกันในแง่ภูมิศาสตร์และทางด้านลูกค้า คือ ทางด้านภูมิศาสตร์ บริษัทฟาร์อีสต์ฯ จะเน้นเฉพาะเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง ส่วนในต่างจังหวัด ทั้งบริษัทเบสท์บูคส์ฯ และบริษัทโกรเลียร์ฯ ต่างก็มีตลาดเป้าหมายทั่วประเทศ เช่นเดียวกัน และทางด้านลูกค้า บริษัทเบสท์บูคส์ฯ มีตลาดเป้าหมายเป็นบุคคลทั่วไปและเน้นในส่วนของการศึกษาตั้งแต่ระดับโรงเรียนจนกระทั่งระดับมหาวิทยาลัยทั้งเอกชนและรัฐบาล ในขณะที่ตลาดของบริษัทฟาร์อีสต์ฯ และบริษัทโกรเลียร์ฯ เป็นบุคคลทั่วไป โดยมีได้เน้นในส่วใดเป็นพิเศษ

2. การรับประกันสินค้า บริษัทเบสท์บูคส์ฯ เป็นบริษัทเดียวซึ่งมีนโยบายรับประกันสินค้า โดยมีนโยบายเมื่อลูกค้านำสารานุกรมเวลด์บู้คส์ชายคราฟท์ชุดเก่ามาแลกซื้อชุดใหม่ จะได้ลดราคาร้อยละ 50

3. การวางตำแหน่งสินค้า จะแยกออกตามอายุของผู้ใช้ ความยากง่ายของภาษาที่ใช้ โดยแต่ละสารานุกรมจะวางตำแหน่งแตกต่างกันคือ สารานุกรมอเมริกาณา และสารานุกรมบริแทนนิกา วางตำแหน่งสินค้าใกล้เคียงกัน เป็นสารานุกรมระดับผู้ใหญ่ขนาดข้อมูลใหญ่ เหมาะแก่การศึกษาภายในบ้านและภายในห้องสมุด แต่สารานุกรมบริแทนนิกาแตกต่างจากอเมริกาณา คือ มีขนาดข้อมูลซึ่งใหญ่กว่า และมีการออกแบบสารานุกรมเป็นลักษณะเฉพาะตัวคือ แยกออกเป็น 3 ส่วน โดยเน้นจุดศึกษาเฉพาะสาขาวิชาด้วยตนเอง สารานุกรมเวลด์บู้คส์ชายคราฟท์เป็นสารานุกรมซึ่งใช้ภาษาที่ง่ายในการอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ เน้นภาพประกอบ การวางตำแหน่งสินค้า จะมีส่วนของผู้ใหญ่และเด็ก เข้ามารวมอยู่ในส่วนตลาด และมีระดับราคาซึ่งต่ำกว่าโดยเน้นจุดขายคือ เป็นสารานุกรมที่มีผู้ใช้มากที่สุด

2.3 นโยบายด้านราคา นโยบายแต่ละบริษัทมีความคล้ายคลึงกันมากในการเสนอราคาให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละบริษัทที่แตกต่างกันไปทำให้เกิดลักษณะพิเศษของแต่ละบริษัท ในส่วนซึ่งคล้ายคลึงกัน คือ ทุกบริษัทจะมีการเสนอราคาแก่ลูกค้าทั้งเงินสดและเงิน

ผ่าน ทั้งนี้ เนื่องจากราคาของสารานุกรมแต่ละชุดมีราคาค่อนข้างสูง ทำให้ต้องใช้ระบบผ่อนชำระ แต่ในส่วนรายละเอียดลงไปจะมีความแตกต่างกันในหลายด้านคือ

1. การกำหนดราคา จากการที่บริษัททั้งสามได้นำสารานุกรมจากสหรัฐอเมริกาเข้ามาจำหน่ายแต่ในการจัดระบบของการกำหนดราคาจำหน่ายต่างกันคือ

บริษัท เบสท์บุ๊กส์ฯ มีลักษณะเป็นตัวแทนจำหน่าย นโยบายในการกำหนดราคาซึ่งขึ้นอยู่กับกรรมการผู้จัดการบริษัท.

บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ เป็นบริษัทสาขาจากต่างประเทศ นโยบายในการกำหนดราคาเป็นนโยบายซึ่งกำหนดจากบริษัท สเตรท ทาม เพรส ในประเทศสิงคโปร์

บริษัท โกรเลียร์ฯ เป็นบริษัทสาขาต่างประเทศ นโยบายในการกำหนดราคาเป็นนโยบายซึ่งกำหนดจากบริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล อิงค์ ในฮ่องกง.

แต่ทั้งนี้ทุกบริษัทได้คำนึงถึงต้นทุนทางด้านค่าใช้จ่ายในด้านค่านายหน้าของพนักงานขาย ค่าบริหารขาย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าขนส่ง การให้เครดิต และการส่งเสริมการขาย.

ระบบการคำนวณราคาของพนักงานขาย นโยบายของแต่ละบริษัทจะมุ่งในแง่ความสะดวกรวดเร็ว ความถูกต้อง ในการที่พนักงานจะเสนอราคาแก่ลูกค้าและปิดการขายได้ง่าย ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญของพนักงานขาย ถึงแม้นโยบายของทั้งสามบริษัทเป็นไปในแนวทางเดียวกันแต่ในแง่การปฏิบัติจะมีการปฏิบัติที่แตกต่างกันคือ.

บริษัท เบสท์บุ๊กส์ฯ พนักงานขายของบริษัทจะมีใบแจ้งราคาของสารานุกรมทุกชุด โดยเสนอทั้งราคาเงินสดและระบบการผ่อนชำระไว้พร้อม เมื่อพนักงานเสนอขายก็ไม่จำเป็นต้องคำนวณให้เสียเวลาในการเสนอราคา และใช้สัญลักษณ์ ดาว " * " ที่ราคาเพื่อให้เฉพาะพนักงานขายเท่านั้นจึงจะทราบอัตราส่วนลดหรือมีของแถมสิ่งใดบ้าง.

บริษัท ฟาร์อีสต์ฯ จะใช้วิธีตีประกาศแจ้งราคาของสารานุกรมแต่ละชุดไว้ในบริษัทและ

บางชุดจะมีใบแจ้งราคาพร้อมของแถมแก่พนักงานขาย ราคานี้จะแจ้งทั้งราคาเงินสดและระบบการผ่อนชำระไว้เป็นที่แน่นอน

บริษัทโกลเดียร์ฯ ในใบแจ้งราคาซึ่งแจกแก่พนักงานขาย จะมีราคาของสารานุกรมทุกชุดมารวมกันราคาจะแสดงเป็นแต้ม (point) และท้ายใบแจ้งราคาจะมีตารางเปรียบเทียบแต้มของสารานุกรมแต่ละชุดในราคาเงินสดและระบบการผ่อนชำระให้เรียบร้อย โดยการใช้ตารางนี้มีนโยบายเพื่อการขยายผลการขายโดยเสนอสารานุกรมแก่ลูกค้ามากกว่า 1 ชุด และพนักงานขายเพียงแต่รวมจำนวนแต้มแล้วดูตารางเทียบ ซึ่งถือเป็นการขายควบหรือเสนอในลักษณะของแถมในครั้งนั้น โดยที่ลูกค้าจะไม่สามารถทราบราคาของแต่ละชุดได้เนื่องจากใบเสนอราคาเป็นลักษณะแต้ม พนักงานขายเท่านั้นจึงทราบ ทำให้ง่ายต่อการเสนอราคาพร้อมกันมากกว่า 1 ชุด และแจ้งอัตราส่วนลดปริมาณเป็นแต้มเช่นเดียวกัน

2. ระยะเวลาการผ่อนชำระ ทุกบริษัทมีนโยบายในการผ่อนชำระในระยะยาวแต่การแบ่งงวดจะมีลักษณะที่แตกต่างกันคือ

บริษัทเบสท์บู๊คส์ จำกัด มีลักษณะเป็นปีเช่น 6 เดือน 12 เดือน จนกระทั่ง 2 ปี ครึ่ง
บริษัทฟาร์อีสต์ฯ ก็เช่นเดียวกับบริษัทเบสท์บู๊คส์ คือมีลักษณะเป็นปี
บริษัทโกลเดียร์ฯ จะเริ่มจาก 3 เดือน 10 เดือน 15 เดือน 20 เดือน และ 30 เดือน

3. นโยบายการให้ส่วนลด หลังจากพนักงานเสนอขายเรียบร้อยแล้ว ในกรณีลูกค้าต้องการให้ลดราคาลง แต่ละบริษัทจะมีนโยบายที่แตกต่างกันดังนี้คือ

บริษัทเบสท์บู๊คส์ฯ พนักงานขายจะดูจำนวนสัญลักษณ์ดาว ซึ่งมีความหมายในสองแง่ คือส่วนลดและของแถม พนักงานขายจะลดของแถมลงและจะลดราคาของสารานุกรมลง ตามสัญลักษณ์ดาวที่แจ้งไว้ ซึ่งแต่ละดาวจะหมายถึงจำนวนเงิน

บริษัทฟาร์อีสต์ฯ ไม่มีนโยบายในการลดราคาในการเสนอขาย

บริษัทโกลเดียร์ฯ มีส่วนลดในกรณีชำระเงินสด

4. นโยบายให้ส่วนลดปริมาณ ในกรณีการขายมากกว่า 1 ชุด แต่ละบริษัท

มีนโยบายดังนี้คือ บริษัทเบสท์บูคส์และบริษัทฟาร์อีสต์ฯ จะมีนโยบายการให้ส่วนลดปริมาณที่คล้ายคลึงกันคือ จะมีลักษณะเป็นการขายควบ เมื่อซื้อสารานุกรมตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไป จะมีส่วนลดพิเศษให้ ในส่วนบริษัทโกลเดียร์จะกำหนดจำนวนแต่มียอดรวมของการสั่งซื้อแต่ละครั้ง ถ้าสั่งซื้อถึงจำนวนที่กำหนดไว้ก็จะลดราคาเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดสั่งซื้อ เป็นขั้น ๆ ไป ไม่มีการกำหนดชุดควบแต่อย่างใด

5. กลยุทธ์ในการตั้งราคา ถึงแม้ว่าทั้งสามบริษัทมีนโยบายในการเสนอราคาคคล้ายคลึงกัน เช่น ราคาเงินสดพร้อมของแถม หรือระบบผ่อนชำระพร้อมของแถม แต่ในบริษัทฟาร์อีสต์ฯ และบริษัทโกลเดียร์ฯ นโยบายการผ่อนชำระจะมีลักษณะผ่อนเหมือนกันไปคือยอดเงินรวมจะเพิ่มขึ้นเมื่อเวลาผ่อนชำระนานขึ้น แต่บริษัทเบสท์บูคส์ จำกัด ไม่ว่าจะใช้เวลาการผ่อนชำระนานเท่าใด ยอดเงินก็คงเดิมในกรณีรับของแถม ซึ่งของแถมจะลดลงตามระยะเวลาที่ผ่อนชำระยาวนาน

6. การส่งเสริมการขาย ในแต่ละบริษัทจะมีนโยบายส่งเสริมการขายที่เหมือนกัน คือ เน้นการแถมเพื่อช่วยในการปิดการขายได้ง่ายขึ้น และการแถมของแต่ละบริษัทจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปคือ

บริษัทเบสท์บูคส์ฯ การแถมจะขึ้นอยู่กับลักษณะการเลือกชำระเงิน ลูกค้ายชำระเงินเร็วเท่าใดของแถมก็จะมากขึ้น ถ้าสามารถชำระเป็นเงินสดได้ก็จะได้ของแถมครบตามจำนวน บริษัทมีนโยบายที่จะให้ลูกค้าสามารถเลือกของแถมได้ตามที่กำหนดไว้

บริษัทฟาร์อีสต์ฯ จะมีของแถมซึ่งกำหนดไว้ให้ในการซื้อสารานุกรมแต่ละชุด ไม่ว่าจะลูกค้าจะผ่อนชำระนานเท่าใด ของแถมที่ได้รับจะเท่ากับการซื้อเงินสด และของแถมจะแตกต่างกันในการซื้อแต่ละชุด

บริษัทโกลเดียร์ฯ มีนโยบายคล้ายคลึงกับบริษัทฟาร์อีสต์

7. ของสมนาคุณในการแนะนำลูกค้าให้ บริษัทโกลเดียร์ฯได้ใช้นโยบายนี้ในการขยายผลการขายโดยให้ลูกค้าเก่าให้ชื่อและที่อยู่ของลูกค้าเป้าหมายในจำนวนที่กำหนดและลูกค้าเป้าหมายทุกคนชื่อ บริษัทจะมีหนังสือการปรุงอาหารให้แก่ลูกค้าเก่า 1 เล่มเป็นการสมนาคุณ

3. การบริหารการขาย

นโยบายการบริหารการขายโดยทั่วไปของทั้งสามบริษัท มีความคล้ายคลึงกันคือไม่มีเงินเดือนประจำ รายได้ของพนักงานขายจะเกิดจากค่านายหน้าเพียงอย่างเดียว (commission) ลักษณะของการสั่งงานและการควบคุมเป็นลักษณะขององค์การขายโดยตรง (line sales organization) การสรรหาพนักงานขายโดยการเปิดรับสมัครอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากมีอัตราการเข้าออกของพนักงานสูง ผู้สมัครไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ด้านการขาย บริษัทมีการอบรมให้ฟรีเป็นเวลา 3 วันและทดลองงานขายต่อไป พนักงานขายจะต้องเข้าบริษัททุกวัน มีการจูงใจพนักงานขายโดยการให้รางวัลทั้งเป็นเงินและของรางวัลเพื่อให้การขายเป็นไปตามแผนการขาย การเลื่อนตำแหน่งใช้การกำหนดยอดขายในระดับตำแหน่งผู้จัดการจะมีรายได้จากค่าบริหารงาน (override) และเป้าหมายการขายกรณียอดขายส่วนตัวของผู้จัดการจะลดลงเมื่อดำรงตำแหน่งที่สูงขึ้น นโยบายเหล่านี้จะมีส่วนแตกต่างกันในรายละเอียดปลีกย่อยในแต่ละหัวข้อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการบริหารของฝ่ายบริหารของแต่ละบริษัท ดังนี้ คือ

การจัดองค์การขาย ทั้งบริษัทเบสบูคส์ฯ บริษัทฟาร์อีสต์ฯ บริษัทโกลเดียร์ฯ มีการจัดองค์การในลักษณะของ line sales organization แต่การจัดลำดับชั้นตำแหน่งมีความแตกต่างกัน การจัดชั้นตำแหน่งมากที่สุดคือ บริษัทโกลเดียร์ฯ มีลำดับตำแหน่งสายงานทั้งหมด 8 ตำแหน่ง โดยได้รวมเอาผู้จัดการสาขาเข้ามาอยู่ในสายงานและผู้จัดการฝ่ายตรวจสอบ โดยตำแหน่งฝ่ายขายในทางปฏิบัติจะมีจำนวน 6 ตำแหน่ง ตั้งแต่ผู้จัดการส่วน (DM) ลงมาจนกระทั่งถึงผู้แทนฝ่ายขายระดับต้น (JSR)

บริษัทฟาร์อีสต์ฯ มีชั้นตำแหน่งงานขาย 7 ตำแหน่ง เริ่มจาก ผู้จัดการภาค (RM) ลงไปจนกระทั่งถึงพนักงานขาย (SR)

บริษัทเบสบูคส์ฯ มีชั้นตำแหน่งงานขายทั้งหมด 4 ตำแหน่ง เริ่มจากผู้จัดการแผนก (DM) ลงไปจนกระทั่งถึงพนักงานขายระดับต้น (JSR)

ทั้งสามบริษัทจะใช้ตำแหน่งงานขายในระดับผู้จัดการ เป็นเครื่องจูงใจแก่พนักงานขาย โดยเริ่มตำแหน่งแรกคือ ผู้จัดการภาคสนาม (FM) ซึ่งตำแหน่งนี้จะเป็นตำแหน่งเริ่มแรกของการมีพนักงานขายระดับต้นและระดับอาวุโสอยู่ในความดูแลรับผิดชอบในการฝึกลงขาย และมี ความรับผิดชอบในด้านยอดขายของทีมให้เป็นไปตามเป้า หาลูกค้าและรักษาลูกค้า เมื่อสร้างทีมขายและทำยอดขายได้ตามเป้าบริษัทก็จะเลื่อนตำแหน่งขึ้นไป และจูงใจรายได้จากค่าบริหารงานขาย (override)

ในตำแหน่งสูงสุดของฝ่ายขายของแต่ละบริษัทซึ่งควบคุมทีมขายใหญ่ ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีมากกว่า 1 ทีมใหญ่ ซึ่งเป็นตำแหน่งระดับ Division Manager หรือ District Manager ถึงแม้ว่าจะมีตำแหน่งสูงสุดในทีมขาย แต่ทุกบริษัทมีนโยบายซึ่งเหมือนกันคือ มีการกำหนดยอดขายส่วนตัว ซึ่งยอดขายส่วนตัวนี้จะเทียบเท่ากับการขายของระดับพนักงานขายระดับอาวุโส โดยทุกบริษัทถือว่าในระดับนี้จะต้องออกเสนอขายบ้างเพื่อมิให้ความสามารถในการขายลดลงไป ซึ่งเวลาส่วนใหญ่จะใช้ในการวางแผนการขาย ควบคุมทีมขายให้เป็นไปตามเป้า

การสรรหาพนักงานขาย การใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อการโฆษณาหาพนักงานขายทุกบริษัทถือว่าดีที่สุด โดยเลือกหนังสือพิมพ์ซึ่งมียอดขายสูงที่สุดคือ ไทยรัฐและฉบับอื่นสลับกันไป (ยกเว้นบริษัทโกเรียลฯ ใช้หนังสือพิมพ์ไทยรัฐเพียงฉบับเดียว) บริษัทฟาร์อีสต์ฯ มีนโยบายในการสรรหาพนักงานขายอีกลักษณะหนึ่งคือให้พนักงานขายสรรหาพนักงานขายใหม่เข้ามาในบริษัท โดยให้ผลตอบแทนเป็นเงินแก่พนักงานขายผู้แนะนำ เมื่อพนักงานขายใหม่ขายได้ถึงเป้าที่บริษัทกำหนดใช้

วันที่ใช้ลงโฆษณาประกาศรับสมัคร ทุกบริษัทจะใช้วันอาทิตย์ วันจันทร์ เพื่อความสะดวก เนื่องจากวันเปิดรับสมัครจะเป็นวันจันทร์และวันอังคาร เป็นเวลา 2 วัน จำนวนของผู้สมัครจะไม่มีแนวโน้มขึ้นอยู่กัช่วงเวลา เช่น ช่วงปิดภาคฤดูร้อนจะมีผู้สนใจมาสมัครมากที่สุด

คุณสมบัติของผู้สมัคร ทั้งสามบริษัทมีความต้องการผู้ที่มีคุณสมบัติคล้ายกัน คือ ชายหรือหญิง ไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ แต่ระดับความรู้จะมีความต้องการต่างกันคือ บริษัทโกเรียลฯ จะต้องการผู้ที่มีระดับความรู้ตั้งแต่ ม.ศ.3 ขึ้นไป บริษัทเบสท์บู้คส์ ต้องการผู้ที่จบการศึกษาตั้งแต่ ม.ศ.5 ขึ้นไป บริษัทฟาร์อีสต์ฯ ต้องการผู้ที่จบการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุปริญญาขึ้นไปและมีอายุ

ไม่ต่ำกว่า 20 ปี ส่วนสาขาของการศึกษา ทั้งสามบริษัทรับสมัครทุกสาขาเนื่องจากเมื่อผ่านการสัมภาษณ์แล้วบริษัทจะทำการอบรมทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติในด้านงานขาย.

หลักฐานที่ใช้รับสมัครพนักงานขาย คือ บัตรประชาชน ทะเบียนบ้าน วุฒิการศึกษา และรูปถ่าย ซึ่งทั้งบริษัท เบสท์บูคส์ฯ และบริษัท ฟาร์อีสต์ฯ ก็ต้องการหลักฐานนี้ในการรับสมัคร แต่บริษัท โกรเลียร์ฯ จะใช้รูปถ่ายและบัตรประชาชน บริษัทจะขอสำเนาหลักฐานอย่างละ 1 ชุด เพื่อเป็นหลักฐานและทำประวัติ

ขั้นตอนการรับสมัคร บริษัท เบสท์บูคส์ฯ และบริษัท โกรเลียร์ฯ มีระบบในการรับสมัครคล้ายคลึงกัน คือ ให้ผู้สมัครกรอกใบสมัครและรอเรียกสัมภาษณ์หลังจากกรอกใบสมัครเรียบร้อยแล้ว โดยผู้จัดการฝ่ายขายจะเป็นผู้สัมภาษณ์ ในการสัมภาษณ์จะชี้แจงถึงลักษณะการทำงาน ลักษณะของตัวสินค้า การทำงานซึ่งประสบผลสำเร็จ โดยยกตัวอย่างบุคคลที่ประสบความสำเร็จ ในด้านรายได้ที่จะได้รับจะนำไปชี้แจงในวันอบรม บริษัท โกรเลียร์ฯ จะให้ผู้สมัครเตรียมปากกา กระดาษ เพื่อมาบันทึกการอบรม

ในส่วนของบริษัท ฟาร์อีสต์ฯ หลังจากผู้สมัครกรอกใบสมัครเรียบร้อยแล้ว จะมีฝ่ายส่งเสริมการขายเป็นผู้ทำการสัมภาษณ์และนัดวันอบรม ในการสัมภาษณ์จะยังไม่กล่าวถึงลักษณะการทำงานและรายได้ เพื่อดึงดูดให้ผู้สมัครมาทำการอบรม

เวลาที่ใช้ในการอบรม ทั้งสามบริษัทจัดเวลาในการอบรมแก่พนักงานขายใหม่ เป็นเวลา 3 วัน โดยเริ่มหลังจากวันจันทร์ และวันอังคาร ซึ่งเป็นวันรับสมัคร และเริ่มอบรมในวันพุธ วันพฤหัสบดี วันศุกร์ โดยเริ่มทำการอบรมในเวลาเช้า และสิ้นสุดการอบรมในเวลาประมาณ 16.00 น. ทั้งสามวัน

สถานที่ในการอบรม การอบรมทุกบริษัทใช้สถานที่ภายในบริษัท โดยมีห้องอบรมเป็นสัดส่วน

ลักษณะการอบรม

การบรรยาย ในการบรรยายของแต่ละบริษัท จะใช้เนื้อหาหัวข้อเรื่องซึ่งคล้ายคลึง

กัน โดยมีหัวข้อเรื่องซึ่งเกี่ยวกับ บริษัท สินค้าของบริษัท คุณลักษณะพิเศษของสินค้า อาชีพ พนักงานขาย รายได้ของพนักงานขาย (เปรียบเทียบรายได้กับอาชีพอื่น) ประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ที่ประสบความสำเร็จ การปฏิบัติตนเพื่อยึดอาชีพขาย และทางด้านการเงิน เช่น ราคาสินค้า การผ่อนชำระ การเขียนใบสั่งซื้อ และในเรื่องทั่วไป เช่น แนะนำฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายขาย บริษัท โกรเลียร์จะมีข้อแตกต่างจากลักษณะทั่วไป คือ จะมีการบอกรายละเอียดเนื้อหาในการอบรม และมีการทดสอบความจำตลอดการอบรม

การแสดง ทุกบริษัทจะมีการแสดงในลักษณะ เล่นละครโดยให้ผู้เข้ารับการอบรมเป็น ลูกค้า และผู้อบรมเป็นพนักงานขาย ผู้อบรมจะแสดงการแก้ไขข้อโต้แย้งของลูกค้าให้ผู้เข้ารับการอบรมเป็นตัวอย่าง ในการแสดงท่าที การวางตัว สีหน้าท่าทาง การใช้คำเสียง เทคนิค ในการสังเกตพฤติกรรมของลูกค้า การปิดการขาย การขาย ผลการขายโดยให้แนะนำลูกค้าใหม่ และหลังจากจบการแสดงจะให้ผู้เข้ารับการอบรมจับคู่ทดลองการขายแก้ไขข้อโต้แย้งกันเอง

อุปกรณ์ที่ใช้ในการอบรม ในการอบรมแต่ละครั้ง แต่ละบริษัทจะมีการแจกแค็ตตาล็อก ซึ่งเป็นรูปภาพสีของสารานุกรมในชุดต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อบรมได้รู้จักตัวสินค้า นอกจากนั้นแล้วแต่ละบริษัทจะมีสารานุกรมตัวอย่างเพื่อใช้ในการอบรม อุปกรณ์เหล่านี้ใช้ในการอบรมเท่านั้น ในส่วนของพนักงานขายที่จะใช้สาธิตแก่ลูกค้า พนักงานขายจะต้องวางมัดจำตัวอย่างสินค้าเหล่านี้ โดยบริษัท เบสบู๊คส์จะต้องวางเงินมัดจำ 200 บาท บริษัท ฟาร์อีสต์จะต้องวางเงินมัดจำ 200-1000 บาท (ขึ้นอยู่กับชนิดของสารานุกรม) บริษัท โกรเลียร์ฯ 50 บาท ในทางปฏิบัติพนักงานขายอาจยืมจากหัวหน้าทีมที่สังกัดได้ และสำหรับสารานุกรมชุดหลัก พนักงานระดับต้นจะไม่มีของตัวอย่างเป็นของตนเองแต่จะยืมจากหัวหน้าทีม เนื่องจากมีราคาสูง

นอกจากอุปกรณ์ดังกล่าวแล้ว ในการอบรมของบริษัท ฟาร์อีสต์ฯ จะใช้แผนภาพขนาดใหญ่ เป็นภาพของสารานุกรมชุดต่าง ๆ และมีวิดีโอแสดงการขายโดยพนักงานขายซึ่งได้รับรางวัลการขายดีเด่น

วิทยากรที่ใช้ในการอบรม บริษัท เบสบู๊คส์และบริษัท โกรเลียร์ ผู้อบรมจะเป็นระดับ ผู้จัดการแผนกขาย (DM) ซึ่งเป็นผู้ทำการอบรมตลอด 3 วัน หลังจากอบรมเรียบร้อยแล้ว ผู้เข้า

อบรมทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับทีมของผู้จัดการแผนกนั้น ๆ ในส่วนของบริษัทฟาร์อีสต์ฯ บริษัทมีฝ่ายส่งเสริมการขายซึ่งจะทำหน้าที่ในการอบรมทั้งสามวัน ตลอดเวลา 3 วัน ในแต่ละช่วงจะมีระดับผู้จัดการมาสลับ ทั้งนี้เพื่อมิให้เกิดความเบื่อหน่าย และประหยัดเวลาการทำงานของระดับผู้จัดการผู้เข้ารับการอบรมทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับทีมใดขึ้นอยู่กับการศึกษาของผู้จัดการภาค

ระยะเวลาการทดลองงาน บริษัทเบสท์บูค และบริษัทฟาร์อีสต์ฯ ใช้เวลาในการทดลองงานขายใกล้เคียงกันคือ 2 และ 3 เดือน ตามลำดับ บริษัทโกรเลียร์ฯ ใช้เวลาทดลองงานสั้นที่สุดคือ 2 สัปดาห์ เวลาทดลองงานนี้จะมีคามยืดหยุ่นตามการพิจารณาของผู้จัดการแผนกของแต่ละทีม ปัจจัยที่นำมาพิจารณาได้แก่ ความตั้งใจในการทำงานพฤติกรรมที่มีต่อส่วนรวม เมื่อครบเวลาทดลองงานพิจารณาแล้วว่าไม่เหมาะสมกับงานก็จะให้ออก ซึ่งถ้าพนักงานทดลองงานนานเกินไปและยังทำการขายไม่ได้ก็จะ เป็นผลเสียกับตัวพนักงานในด้านการเงิน

อัตราค่านายหน้า พิจารณาจากอัตราค่านายหน้าของพนักงานระดับต้นอัตราค่านายหน้าของแต่ละบริษัทมีความแตกต่างกัน บริษัทเบสท์บูคส์ บริษัทฟาร์อีสต์ฯ บริษัทโกรเลียร์ฯ เท่ากับร้อยละ 12, 10, 14 จากยอดขาย ตามลำดับ (อัตราค่านายหน้านี้เป็นอัตราค่านายหน้าพื้นฐาน ไม่รวมส่วนประกอบอื่น เช่น ค่าเดินทาง เงินรางวัลจากการขายสด ขายผ่อนระยะสั้น)

ค่าบริหารงาน ทุกบริษัทใช้ระบบการจ่ายผลตอบแทนแก่ระดับผู้จัดการในระดับตำแหน่งต่าง ๆ ในลักษณะเดียวกัน โดยจะได้รับค่าบริหารงานจากยอดขายของลูกทีม ในทุกตำแหน่งระดับผู้จัดการที่เกี่ยวข้องตามสายงาน.

ค่า Compensation บริษัทฟาร์อีสต์ฯ ใช้นโยบายนี้ในการจ่ายค่าตอบแทนแก่ระดับผู้จัดการเพื่อให้เกิดความยุติธรรมแก่หัวหน้าทีมเป็นการทดแทนค่าบริหารงานขายที่เสียไป เนื่องจากการได้รับการเลื่อนตำแหน่งทำให้สิทธิในค่าบริหารงานซึ่งเคยได้รับจากลูกทีมเดิมยกเลิกไป แต่จะทดแทนโดยค่า Compensation จากลูกทีมเดิมในปีแรกร้อยละ 2 และในปีที่สอง ร้อยละ 1.5 ของยอดขายของลูกทีมเดิม หลังจากสองปีสิทธิในลูกทีมเดิมจะหมดไป

การจ่ายโบนัส การจ่ายโบนัสของแต่ละบริษัทเมื่อพิจารณาแล้วจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน 3 ประเภท จากการจ่ายโดยพิจารณาจากเป้าการขายหรือมาตรฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพนักงานขายสามารถทำการขายได้ถึงเกณฑ์ก็จะได้รับโบนัส แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

ปริมาณขาย โดยตั้งเป้าการขายเป็นจำนวนเงิน (มาตรฐานราคาเงินสด) หรือจำนวนชุด

ระยะเวลาการชำระหนี้ กรณีขายเงินสด เงินผ่อนชำระระยะสั้น

โบนัสประจำวัน เป็นลักษณะเฉพาะการเป็นวัน เปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ แล้วแต่ความต้องการโดยใช้มาตรฐานของทั้งปริมาณและระยะเวลา แต่มีระยะเวลาในรายการสั้นกว่า เพื่อมิให้พนักงานชินต่อรายการโบนัส

การกำหนดมาตรฐานการให้โบนัสของแต่ละบริษัทจะแตกต่างกันในจำนวนเงิน จำนวนชุด และระยะเวลา

การแข่งขันการขาย ลักษณะโดยทั่วไปจะมีความคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันคือ

ระยะเวลาการแข่งขัน 1 เดือน 6 เดือน 12 เดือน โดยบริษัทเบสท์บูคส์ฯ และบริษัทฟาร์อีสต์ฯ จะใช้ช่วงระยะเวลา 6 เดือน และ 12 เดือน บริษัทโกรเลียร์ฯ จะใช้ช่วงเวลาสั้นกว่า ส่วนใหญ่จะเป็น 1 เดือน 3 เดือน

ระบบการแข่งขัน ใช้ระบบโควต้า โควต้าและพิจารณายอดขายสูงสุด วางเงินเดิมพัน (เฉพาะบริษัทโกรเลียร์)

รางวัล เงิน ของรางวัลจะเป็นเครื่องใช้เครื่องประดับ เช่น เน็คไท ปากกา วิทยุ โทรศัพท์ ตู้เย็น กระเป๋าเดินทาง รถจักรยานยนต์ สร้อยคอทองคำ กำไรทองคำ และคูงานต่างประเทศ

ระดับการแข่งขัน ภายในแผนก ยอดส่วนตัว ยอดทีมระดับเดียวกัน ภายในบริษัท ยอดส่วนตัว ยอดทีมระดับเดียวกัน

บริษัทโกรเลียร์ฯ มีลักษณะแตกต่างกันคือ ใช้แต้มต่อตามระดับตำแหน่งในการแข่งยอด

ส่วนตัวโดยถือว่าในตำแหน่งระดับที่สูงกว่าจะมีความสามารถและประสิทธิภาพดีกว่าจะต้องทำให้แก่ระดับต่ำกว่า ส่วนบริษัทเบสท์บูคส์และบริษัทฟาร์อีสต์ฯ พิจารณาถึงเวลาที่ใช้ควบคุมทีมขายทำให้เสียเวลาการถ่ายทอดส่วนตัว เป็นการทำให้แก่ระดับต่ำกว่าอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องใช้เดิมต่ออีก

การประชุมการขาย บริษัทเบสท์บูคส์ฯ มีการประชุม 1 ครั้งต่อสัปดาห์ บริษัทฟาร์อีสต์ฯ มีการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง บริษัทโกลเดียร์ฯ มีการประชุมสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

ผู้จัดการฝ่าย (DM) ของแต่ละบริษัทจะประชุมการขายในฝ่ายของตนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งแล้วแต่ความเหมาะสมของสถานการณ์ยอดขายหรือมีสินค้าใหม่ที่ทีมจะต้องดูแล ก็จะจัดประชุมการขายขึ้น ในการประชุมประจำวันพบได้จากบริษัทเบสท์บูคส์ฯ และบริษัทโกลเดียร์ฯ ในช่วงเวลาเช้างานคือ เวลาเช้า พนักงานขายทุกคนต้องมาที่ฝ่ายของตน และในเวลาเย็น ในส่วนของบริษัทฟาร์อีสต์ฯ เนื่องจากไม่กำหนดเวลาเช้างาน การรายงานตัวกระทำเวลาใดก็ได้ ช่วงทำการ จึงไม่มีประชุมประจำวันแต่ประการใด

การแบ่งเขตการขาย บริษัทเบสท์บูคส์ฯ และบริษัทโกลเดียร์ฯ ใช้การแบ่งเขตในลักษณะภูมิศาสตร์ แบ่งเป็นจังหวัด (ในกรณีการขายต่างจังหวัด) การแบ่งในลักษณะนี้ เป็นการตกลงของผู้จัดการฝ่ายกับผู้บริหารของบริษัทถึงเส้นทางในการขาย ลักษณะการเดินสายผ่านจังหวัดต่าง ๆ ข้อแตกต่างของบริษัทฟาร์อีสต์ฯ คือ เน้นเฉพาะการขายเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ยกเว้นกรณีที่จะกระตุ้นพนักงานขายให้ทำงาน แข่งขัน

การเลื่อนตำแหน่ง แต่ละบริษัทจะใช้การวัดข้อมูลเชิงปริมาณโดยพิจารณาจากยอดขายของพนักงานในแต่ละระดับตำแหน่ง โดยมีการกำหนดยอดขายมาตรฐาน และพิจารณาจากข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบด้วย การพิจารณาของหัวหน้าทีม ส่วนที่แตกต่างกันคือ เป้าการขายต่อเดือนจะแตกต่างกัน

การควบคุมพนักงานขาย การควบคุมของแต่ละบริษัทมีลักษณะเป็นนโยบายของบริษัทที่พนักงานทุกคนควรที่จะปฏิบัติตาม เพื่อให้การขายของบริษัทเป็นไปตามเป้าและมีความต่อเนื่องกัน แต่มิได้เป็นระเบียบข้อปฏิบัติประการใด มิได้มีประกาศอย่างเป็นทางการ เกี่ยวกับระเบียบของ

พนักงานขาย ดังนั้นการควบคุมเพื่อให้พนักงานขายอยู่ภายในนโยบายของบริษัท ขึ้นอยู่กับผู้จัดการทีมที่จะสามารถควบคุมทีมของตนให้ได้ตามนโยบายของบริษัทที่ได้วางไว้ การให้พนักงานขายเข้าบริษัททุกวัน เพื่อส่งใบสั่งซื้อและแจ้งข่าวสาร แต่ละบริษัทมีข้อปลีกย่อยแตกต่างกันแต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือเพื่อแก้ปัญหาการขายของพนักงานที่ยังติดขัด ให้คำปรึกษาและให้กำลังใจ สร้างสำนึกในการทำงานอย่างจริงจัง จุดมุ่งหมายรองลงมา คือเพื่อรับใบสั่งซื้อให้เร็วที่สุด เพื่อการจัดส่งตามหมายกำหนดการ และมีให้เงินค่าน้อยอยู่กับพนักงานขายนานเกินไปอาจสูญหายหรือเกิดการทุจริต บริษัทเบสท์บูคส์ได้กำหนดให้พนักงานเข้างานเวลา 8.30 น. บริษัทฟาร์อีสต์ฯ ไม่ได้กำหนดเวลาไว้แน่นอน แต่จะต้องเข้าบริษัท 1 ครั้ง บริษัทโกรเลียร์ฯ เข้าเวลา 8.30 น. และ 16.00 น. การเขียนรายงานการขายประจำวันมีเพียงบริษัทฟาร์อีสต์ฯ เป็นบริษัทเดียว และใช้เฉพาะพนักงานขายช่วงทดลองงาน การตั้งเป้าการขายเป็นนโยบายที่ทุกบริษัทใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นการขายของพนักงานขาย โดยมีตำแหน่งและรางวัลเป็นเครื่องจูงใจ การใช้ระบบค่านายหน้าเพียงอย่างเดียว ทำให้พนักงานขายมีความพยายามในการปิดการขายให้สำเร็จ และขยายผลการขาย แสวงหาลูกค้าเป้าหมาย เป็นการควบคุมในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ พนักงานขายที่ปฏิบัติงานนอกเหนือจากนโยบายของทางบริษัทจะไม่มีบทลงโทษที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของหัวหน้าทีมที่ควบคุมอยู่

การ Charge back จากระบบเงินผ่อนทำให้ทุกบริษัทมีฝ่ายตรวจสอบฐานะลูกค้า แต่ปัญหาหนี้สูญก็ยังคงเป็นปัญหาอยู่ การพิจารณาลูกค้าผิดพลาดทำให้เกิดปัญหานี้ การ charge back ของแต่ละบริษัทจึงเป็นเรื่องสำคัญส่วนหนึ่งที่จะทำให้พนักงานขายพิจารณาลูกค้าอย่างรอบคอบโดยบริษัทเบสท์บูคส์ จะใช้นโยบาย charge back นี้เฉพาะกรณีไป มีกฎเกณฑ์ที่ยืดหยุ่นได้ ขึ้นอยู่กับตัวสินค้า จำนวนที่ผ่อนชำระแล้วการแก้ไขปัญหาของพนักงานขายกับหัวหน้าทีม ในระบบสาขาของบริษัทฟาร์อีสต์ฯ และบริษัทโกรเลียร์ฯ จะมีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน คือ บริษัทฟาร์อีสต์ฯ จะ charge back กับพนักงานขายเมื่อเกิดหนี้สูญหรือยกเลิกคำสั่งซื้อ (ลูกค้าชำระไม่เกิน 1 ใน 3 ของราคา) นโยบายของบริษัทโกรเลียร์ฯ คือลูกค้าขาดการชำระ 2 งวด ติดต่อกัน

ในทุกบริษัทจะ Charge back ค่านายหน้าและค่าบริหารงานที่จ่ายออกไปกลับคืน

ทั้งหมดในทางปฏิบัติเมื่อลูกค้าขอยกเลิกคำสั่งซื้อ ฝ่ายการเงินจะแจ้งแก่พนักงานขายซึ่งเป็นเจ้าของใบสั่งซื้อ โดยแก้ปัญหาให้เบาลง เช่น นำไปขายต่อในลักษณะสินค้ามือสอง หรือสินค้ามีตำหนิ เพื่อมิให้เกิดการ charge back และลดยอดหนี้สูญ

ลักษณะการแข่งขันในตลาดสารานุกรมที่ใช้ระบบการขายโดยตรง

การแข่งขันในตลาดสารานุกรมที่ใช้ระบบการขายโดยตรงมีลักษณะที่เป็นการแข่งขันที่ไม่เด่นชัด เนื่องจากในตลาดไม่มีการออกวางจำหน่ายใช้ช่องทางการจำหน่ายเฉพาะพนักงานขาย ออกพบลูกค้าเพื่อเสนอขาย ลูกค้าจะรู้จักเฉพาะสินค้าของบริษัทที่กำลังเสนอขายอยู่เพียงบริษัทเดียว ทำให้ลูกค้าไม่มีข้อมูลเพื่อมาเปรียบเทียบ การแข่งขันในตลาดนี้จึงมีลักษณะในเชิงการแข่งขันทางอ้อม คือ การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและการจัดการด้านการขายเพื่อให้พนักงานขายพบลูกค้าเพิ่มขึ้น ปิดการขายได้มากขึ้น ทำให้โอกาสที่บริษัทอื่นซึ่งมาเสนอขายในภายหลังปิดการขายได้น้อยลง เนื่องจากข้อจำกัด เช่น ด้านการเงินของลูกค้า มีเงินในจำนวนจำกัด สารานุกรมมีอายุการใช้งานยาวนาน เป็นต้น

การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและการจัดการด้านการขายเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันทางอ้อมของตลาดนี้โดยสร้างความต้องการกับลูกค้า และจูงใจพนักงานขายให้เพิ่มขึ้น เช่น การนำสารานุกรมบางชุดมาแปลเป็นภาษาไทยเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า รายการของแถมที่จูงใจ การผ่อนชำระด้วยเงื่อนไขที่น่าสนใจ การออกงานแสดงสินค้า การเพิ่มจำนวนพนักงานขาย เพิ่มสิ่งจูงใจให้พนักงานขายทำให้ออกพบลูกค้ามีความถี่สูงขึ้นและพยายามปิดการขายมากขึ้น สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนในการแข่งขันในตลาดสารานุกรมที่ใช้ระบบการขายโดยตรง

แนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา

1. การบริหารงานขายของสารานุกรมที่ใช้ระบบการขายโดยตรงในแต่ละบริษัทมีความแตกต่างกัน

จากการพิจารณาในทวิเคราะห์แสดงให้เห็นถึงข้อแตกต่างของการบริหารงานขายของ
 สาราณุกรมที่ใช้ระบบการขายโดยตรงในแต่ละบริษัทในหลายปัจจัยมีความแตกต่างกันในราย-
 ละเอียดเท่านั้น ส่วนหน้าที่การบริหารงานโดยทั่วไปคล้ายคลึงกัน.

2. การสรรหาพนักงานขายที่มีคุณสมบัติตามที่บริษัทต้องการให้ได้จำนวนมากเพียงพอ
 เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อระบบการขายโดยตรงของสารานุกรม

การใช้ช่องทางการจำหน่ายโดยระบบการขายโดยตรงของสารานุกรมเป็นการใช้พนักงาน-
 งานขายออกพบลูกค้าเพียงช่องทางเดียว โดยไม่ผ่านร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก ปริมาณยอดขาย
 ทั้งหมดจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของพนักงานขาย ซึ่งจะต้องมีคุณสมบัติตรงตามที่บริษัทต้องการ
 คุณสมบัติเบื้องต้นก็คือคุณสมบัติตามที่ประกาศรับสมัคร แต่คุณสมบัติที่บริษัทต้องการนอกเหนือจาก
 คุณสมบัติเบื้องต้นที่สำคัญคือความอดทน ซึ่งจะทราบต่อเมื่อเริ่มปฏิบัติงานแล้ว

ในการเสนอขายจะต้องมีทั้งความสำเร็จและความล้มเหลว เมื่อพนักงานขายเริ่ม
 ทดลองงาน ประสบการณ์ในการขายยังไม่เพียงพอ เมื่อทำการปิดการขายไม่สำเร็จหลายครั้ง
 ผู้ที่ไม่มีความอดทนจะเริ่มหันความสนใจมาโทษความผิดที่บริษัท เริ่มมีทัศนคติที่ไม่ดี แทนที่จะหันมา
 พิจารณาความสามารถของตนเอง พนักงานขายผู้นั้นจะเริ่มพบลูกค้าที่น้อยลง โอกาสที่จะทำงาน
 สำเร็จก็ยิ่งลดลงและออกจากงานไปในที่สุด ซึ่งในการขายให้ประสบความสำเร็จ พนักงานขาย
 จำเป็นจะต้องมีประสบการณ์ในการขายโดยพบลูกค้าให้มากขึ้น เรียนรู้ และทำความเข้าใจกับ
 ตัวสินค้าให้ถ่องแท้ ซึ่งแต่ละคนจะใช้เวลาในการปิดการขายสำเร็จเป็นครั้งแรกแตกต่างกัน ตั้ง
 นั้นหากพนักงานขายขาดความอดทน เป็นคุณสมบัติพื้นฐาน พนักงานผู้นั้นก็จะขาดคุณสมบัติที่เหมาะสม
 สมกับเป็นพนักงานขาย.

การสรรหาพนักงานนอกจากจะต้องมีคุณสมบัติตามที่บริษัทต้องการแล้ว จะต้องมีความ
 ที่มากเพียงพอที่จะสร้างปริมาณขายให้ได้ตามประมาณการ ซึ่งแต่ละบริษัทก็พยายามที่จะสรรหา
 พนักงานขายที่เหมาะสมให้ได้จำนวนที่เพียงพอเนื่องจากแต่ละบริษัทยังขาดแคลนพนักงานขายอยู่อีก
 จำนวนมาก และมีอัตราการเข้าออกจากงานสูง ซึ่งเกิดจากข้อจำกัดคือ คนส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติ
 ไม่ดีต่ออาชีพการขาย ขาดความอดทนประกอบกับระบบผลตอบแทนแบบค่านายหน้าเพียงอย่างเดียว

จึงทำให้ในการเปิดรับสมัครแต่ละครั้งจะได้พนักงานชายซึ่งยึดเป็นอาชีพอย่างจริงจังเพียง 1 หรือ 2 คน หรืออาจไม่มีเลย บริษัทจึงจำเป็นต้องเปิดรับสมัครอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเสริมพนักงานชายให้เพียงพอกับความต้องการ