

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์
ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง



สารนิพนธ์
ของ
เอกพล สินธุ์เจริญ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2554

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์
ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์
ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2554

เอกพล สินธุ์เจริญ. (2554). ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของ พนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์.

งานวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การ หาค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์เปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีการ ทดสอบแบบการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด และการวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. พนักงานขายทางโทรศัพท์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 29 ปี มี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า และมีประสบการณ์ในการทำงานขายทาง โทรศัพท์ 1-3 ปี

2. ความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อยู่ใน ระดับดีอย่างมาก ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ โดยภาพรวมตรงกับรูปแบบ A แรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อยู่ในระดับดี ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อยู่ใน ระดับดีอย่างมาก และมีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทาง โทรศัพท์ อยู่ในระดับดี

3. ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ส่วนประสบการณ์ ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ มีผลต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ปัจจัยด้านความสามารถในการขาย ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการ ขาย และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขาย ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

SUCCESS FACTORS IN PERSONAL ACCIDENT INSURANCE SALE OF TELESALERS
OF AN INSURANCE COMPANY



AN ABSTRACT
BY
EKAPOL SINCHAROEN

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Management
at Srinakharinwirot University

May 2011

Ekapol Sincharoen. (2011). *Success Factors in Personal Accident Insurance Sale of Telesales of an Insurance Company*. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Paiboon Archarungroj.

The purpose of this research is to study the success factors in personal accident insurance sale of telesales of an insurance company. The sample consisted of 200 telesales people of an insurance company by using a questionnaire as the tool for collecting data. The statistics applied to analyze the data were percentage, statistical tools mean and standard deviation. The statistics use to test the hypothesis were t-test, One-Way Analysis of Variance, Least significant Difference (LSD) and Pearson Product Moment Correlation coefficient.

The results show that

1. Most of the telesales are female, aged 25 - 29 years old, single, bachelor's degree level or higher with work experience 1-3 years as telesales.
2. Their ability to sell personal accident insurance are at very good level. Overall characteristics of telesales are matching with type A and their motivations in selling personal accident insurance are at the good level. For opinion about facilities at work are at very good level and the success in selling personal accident insurance of telesales are at the good level.
3. Telesales' personalities; gender, age, marital status and education level do not affect their success in selling personal accident insurance while the work experience in telesales effects their success in selling personal accident insurance at statistically significant level of 0.05.
4. Factors of selling ability, characteristics, motivation and facilitate at work are correlated with success in sales of personal accident insurance of telesales at statistically significant level of 0.01.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขาย
ทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ของ เอกพล สินธุ์เจริญ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์)

..... กรรมการสารนิพนธ์
(อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน)

..... กรรมการสารนิพนธ์
(อาจารย์สิมฐากร ชูทรัพย์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิติมา สังข์เกษม)

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ.2554

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน และอาจารย์สิฏฐฎากร ชูทรัพย์ ที่เสียสละเวลาในการให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขคุณภาพเครื่องมือของการวิจัยในครั้งนี้ และขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย พร้อมทั้งให้ความเมตตาช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ผู้ซึ่งให้ชีวิต ความรัก ความห่วงใย การอบรมสั่งสอน การดูแลเอาใจใส่ รวมถึงพี่ชายที่คอยให้คำแนะนำที่ดีเสมอมา และขอขอบคุณท่านผู้บริหาร หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงานที่คอยช่วยเหลือ และสนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้ รวมถึงขอขอบคุณพนักงานผู้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม ที่ทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

นอกจากนี้ต้องขอขอบคุณ คณะเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ ประสานงาน อำนวยความสะดวกต่างๆ และให้คำแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

และขอขอบคุณน้องๆ MBA การจัดการรุ่น 11 ทุกท่าน ที่ให้ความเคารพ มิตรภาพ ความเป็นกันเอง ความช่วยเหลือ และการแบ่งปันประสบการณ์ที่ดีต่างๆ ทั้งในและนอกห้องเรียน รวมถึงการกระตุ้นเตือนเพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ คุณประโยชน์และความดีอันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรำลึกเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา บรรพบุรุษ ญาติพี่น้อง ตลอดจนบูรพาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาอบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีมีคุณค่าตลอดมา จนกระทั่งประสบผลสำเร็จได้ในวันนี้

เอกพล สิ้นธุ์เจริญ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	3
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทักษะการทำงาน.....	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ.....	11
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ.....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน.....	22
ทฤษฎีความต้องการประสพผลสำเร็จ.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3 วิธีดำเนินการวิจัย	33
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	33
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	41

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์.....	48
การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล..	50
การวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล.....	52
การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน.....	53
การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล.....	54
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	56
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	72
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาวิจัย.....	72
สรุปผลการวิจัย.....	75
อภิปรายผล.....	80
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	83
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	84
บรรณานุกรม.....	85
ภาคผนวก.....	89
ภาคผนวก ก.....	90
ภาคผนวก ข.....	96
ภาคผนวก ค.....	98
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	100

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์.....	48
2 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ (จัดกลุ่มใหม่).....	50
3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง...	50
4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง.....	51
5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับแรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง.....	53
6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง.....	54
7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง...	55
8 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของจำนวนลูกค้าที่ขายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง.....	55
9 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามเพศ.....	56
10 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามอายุ.....	57
11 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	58
12 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	59
13 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์.....	60

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
14	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผลความแตกต่างกันของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานทางโทรศัพท์ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD).....	61
15	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความสามารถในการขาย กับ ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์.	62
16	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกภาพ กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์.....	64
17	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย กับ ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์.	66
18	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์.....	68
19	แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	70

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

- | | | |
|---|---|----|
| 1 | กรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 6 |
| 2 | แสดงแผนภาพการเปรียบเทียบทฤษฎีความต้องการ..... | 29 |



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การดำเนินชีวิตของผู้คนในปัจจุบันนั้นต้องพบกับความเสี่ยงภัยและอันตรายอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะเหตุที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดฝัน หรือที่เรียกว่าอุบัติเหตุเหล่านั้น สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคนและทุกที่ ไม่ว่าจะเป็นที่บ้าน ในสถานที่ทำงาน หรือตามที่สาธารณะต่างๆ ดังนั้นเพื่อความไม่ประมาท และเพื่อเป็นการบรรเทาความเสียหายอันอาจจะเกิดขึ้นแก่ชีวิตและทรัพย์สินของทุกคน การทำประกันภัยจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการดำเนินชีวิตที่ทุกคนให้ความสำคัญ

การประกันภัย เป็นการที่บริษัทผู้รับประกันภัย ทำหน้าที่เป็นหลักประกันแก่บุคคลทั่วไป หรือผู้เอาประกันภัย โดยหากเกิดความเดือดร้อนทางการเงินจากภัยที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งก่อให้เกิดความสูญเสีย หรือความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สินนั้น บริษัทผู้รับประกันภัย จะจ่ายเงินชดเชยให้ผู้เอาประกันภัยตามจำนวนและเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้ หรืออาจจะทำให้ทรัพย์สินที่เอาประกันภัยไว้ นั้นกลับสู่สภาพเดิมหรือใกล้เคียงของเดิม โดยผู้รับประกันภัยจะได้เงินค่าเบี้ยประกันภัยเป็นการตอบแทนจากบริษัทผู้เอาประกันภัยตามจำนวนที่ตกลงกัน (ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกันภัย : สถาบันประกันภัยไทย. 2552) การประกันภัย สามารถเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า เป็นเครื่องมือทางสังคมที่สามารถจัดสรรเงินเพื่อทดแทนผลของความโชคร้ายที่สมาชิกบางคนในสังคมได้รับ โดยเงินที่นำมาจัดสรรนั้นเป็นเงินที่เก็บรวบรวมมาจากสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการ ดังนั้นการประกันภัยจึงเสมือนเป็นกองทุนซึ่งผู้เอาประกันภัยทุกคนจะต้องช่วยกันจ่ายลงขัน โดยจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความเสี่ยงภัยที่สมาชิกลำมาเอาประกันภัย และเมื่อมีภัยที่เอาประกันภัยไว้เกิดขึ้น สมาชิกก็มีสิทธิ์ที่จะเรียกร้องค่าเสียหายจากกองทุนในวงเงินที่ตกลงกันไว้นั่นเอง

การประกันภัยอุบัติเหตุ เป็นการประกันภัยที่ให้ความคุ้มครองต่อผู้เอาประกันภัยในกรณีที่ผู้เอาประกันภัย ประสบอุบัติเหตุได้รับความบาดเจ็บทางร่างกาย และหากผลของการบาดเจ็บนั้นส่งผลให้ผู้เอาประกันภัยต้องเข้ารับการรักษาพยาบาล หรือรุนแรงถึงขั้นทุพพลภาพ สูญเสียอวัยวะ หรือเสียชีวิต บริษัทประกันภัยจะเข้ามาชำระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจาก การรักษาพยาบาลของผู้เอาประกันภัย หรือจ่ายค่าทดแทนให้แก่ผู้เอาประกันภัยหากผู้เอาประกันภัยต้องสูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพ หรือเสียชีวิต โดยการประกันภัยอุบัติเหตุแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันภัยอุบัติเหตุกลุ่ม และการประกันภัยอุบัติเหตุสำหรับนักเรียน นิสิต และนักศึกษา

การประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ถือเป็นการประกันประเภทหนึ่งของการประกันภัยอุบัติเหตุ ที่ให้ความคุ้มครองอุบัติเหตุซึ่งเกิดขึ้นแก่บุคคลนั้น ซึ่งแต่เดิมการทำประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

บุคคลนั้นจะเป็นสัญญาเพิ่มเติมชนิดหนึ่งของการทำประกันชีวิต แต่ในปัจจุบันมีบริษัทประกันภัยหลายบริษัทที่นำเอาการประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลนี้ เป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท เพราะแนวโน้มการทำประกันประเภทนี้มีสูงขึ้น เนื่องจากลักษณะการทำประกันแบบปีต่อปี การจ่ายเบี้ยประกันสามารถจ่ายเป็นรายเดือน หรือรายปีก็ได้ และยังสะดวกสบายด้วยการจ่ายเบี้ยประกันผ่านบัตรเครดิตได้อีกด้วย

ในเรื่องของช่องทางการจำหน่ายนั้น เนื่องจากในปัจจุบัน เทคโนโลยีทางการสื่อสารมีความก้าวหน้า ช่องทางในการขายประกันประเภทนี้มีเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการทำตลาดโดยใช้โทรศัพท์หรือเทเลมาร์เก็ตติ้ง (Telemarketing) เป็นที่นิยมใช้มากในการทำ การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย การตลาดโดยใช้โทรศัพท์นิยมใช้ทั้งในกลุ่มสินค้าอุปโภค-บริโภค และสินค้าแบบธุรกิจกับธุรกิจ (B to B) โดยมีข้อดี คือ มีความเป็นส่วนตัวสูง สามารถตอบโต้ได้ทันที สร้างความสนใจได้และสามารถวัดผลได้ เป็นเครื่องมือที่สามารถวัดและประเมินผลได้อย่างชัดเจนถึงผลการลงทุนและผลที่ได้รับจากการทำตลาดโดยใช้โทรศัพท์ เทเลมาร์เก็ตติ้งซึ่งงบประมาณต่อคนในการเข้าถึงผู้บริโภคน้อยกว่าการขายโดยพนักงานขายแบบเผชิญหน้า ถือเป็นเครื่องมือที่ประหยัดที่สุดในการรักษาและติดต่อกับลูกค้า สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด เนื่องจากมีรายละเอียดด้านฐานข้อมูลเป็นตัวกำหนดทิศทางและวางแผนการใช้เครื่องมือในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงมีลักษณะเป็นส่วนบุคคลสูง และสามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละบุคคลได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วมากกว่าสื่ออื่นๆ ส่วนข้อจำกัดก็มีเช่นกัน คือ มีต้นทุนในการวางระบบค่อนข้างสูง กลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่าคุณรุกล้ำหรือก้าวก้าว เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และทำลายภาพลักษณ์ของบริษัท

จากเหตุผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ช่องทางการจำหน่ายโดยใช้โทรศัพท์มีความสำคัญเป็นอย่างมาก และการที่จะสร้างความสำเร็จในการขายประกันผ่านช่องทางนี้ก็คือตัวพนักงานขายทางโทรศัพท์นั่นเอง ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ ทั้งต่อการดำเนินงานของบริษัทประกัน และต่อตัวพนักงานขายทางโทรศัพท์ ที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพการงานของตนเอง ส่วนสาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกบริษัทประกันแห่งหนึ่ง (*) นี้ในการวิจัย เพราะเป็นบริษัทที่มีผลประกอบการที่ดี โดยดูจากการมีส่วนแบ่งทางการตลาดของประเภทประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคลเป็นอันดับ 1 ใน 3 จากรายงานประจำปี 2552 ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย

หมายเหตุ : บริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง (*) คือไม่สามารถเปิดเผยชื่อบริษัทได้ เนื่องจากทางบริษัทประกันดังกล่าวไม่อนุญาตให้ทำการเปิดเผยชื่อ แต่ผู้วิจัยได้รับอนุญาตให้ดำเนินการวิจัยและเก็บแบบสอบถามได้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ที่มีผลต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของพนักงานขายทางโทรศัพท์ กับการสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลของงานวิจัยจะทำให้ผู้ประกอบการหรือบริษัทประกัน ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาบุคลากรหรือพนักงานขาย เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ
2. ผลของงานวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อพนักงานขายประกันผ่านทางโทรศัพท์ ในการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง เพื่อที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขายทางโทรศัพท์ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 385 คน (ที่มา : ข้อมูลฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ณ เดือนธันวาคม 2553)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขายทางโทรศัพท์ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนั้น เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้หลักการคำนวณของ Taro Yamane (Yamane.1967: 580-581) ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ เท่ากับ 196 ตัวอย่าง และผู้วิจัยได้ทำการเพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 4 คน รวมแล้วได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้
 - 1.1 ลักษณะส่วนบุคคล
 - 1.1.1 เพศ
 - 1.1.1.1 ชาย

- 1.1.1.2 หญิง
- 1.1.2 อายุ
 - 1.1.2.1 20 - 24 ปี
 - 1.1.2.2 25 - 29 ปี
 - 1.1.2.3 30 ปีขึ้นไป
- 1.1.3 สถานภาพสมรส
 - 1.1.3.1 โสด
 - 1.1.3.2 สมรส
 - 1.1.3.3 หม้าย/หย่าร้าง
- 1.1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด
 - 1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 1.1.4.2 ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
- 1.1.5 ประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์
 - 1.1.5.1 ต่ำกว่า 1 ปี
 - 1.1.5.2 1 - 3 ปี
 - 1.1.5.3 มากกว่า 3 ปีขึ้นไป
- 1.2 ปัจจัยสู่ความสำเร็จของพนักงานขายทางโทรศัพท์
 - 1.2.1 ปัจจัยด้านความสามารถในการขาย
 - 1.2.2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ
 - 1.2.3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย
 - 1.2.4 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- 2.1 ค่าตอบแทน
- 2.2 ความก้าวหน้าในอาชีพ
- 2.3 มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น
- 2.4 ความภาคภูมิใจในงานที่ทำ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล** หมายถึง การประกันที่เน้นความคุ้มครองเฉพาะอุบัติเหตุที่ผู้เอาประกันได้รับความบาดเจ็บทางร่างกาย ซึ่งส่งผลให้ต้องเข้ารับการรักษาพยาบาลหรือรุนแรงถึงขั้นทุพพลภาพ สูญเสียอวัยวะหรือเสียชีวิต ผู้เอาประกันสามารถเลือกซื้อความคุ้มครองเฉพาะบางอย่างก็ได้ เช่น ต้องการให้คุ้มครองเฉพาะการเสียชีวิต การสูญเสียอวัยวะ และ

ทุกพลภาพ โดยไม่ซื้อความคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลก็ได้ ส่วนใหญ่การทำประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล จะเป็นลักษณะปีต่อปี แต่ผู้ทำประกันสามารถซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลระยะสั้นได้ เพื่อความคุ้มครองระยะสั้น เช่น สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในบางช่วง

2. พนักงานขายทางโทรศัพท์ หมายถึง พนักงานผู้ดำเนินการขายประกัน ซึ่งใช้วิธีเสนอขายผ่านทางโทรศัพท์ โดยไม่ต้องออกไปพบลูกค้าด้วยตนเอง

3. ผู้เอาประกันภัย หมายถึง บุคคลผู้ที่ได้รับการคุ้มครองจากกรมธรรม์ประกันภัย

4. ผู้รับประกันภัย หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายที่จะชดใช้ค่าสินไหมทดแทนหรือจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับผลประโยชน์ เมื่อมีเหตุการณ์ตามที่ระบุไว้ในสัญญาเกิดขึ้น

5. เบี้ยประกันภัย หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันภัยจะต้องชำระให้แก่ผู้รับประกันภัยตามสัญญา

6. ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล หมายถึง สิ่งที่มีผล หรือเป็นตัวก่อให้เกิดผลความสำเร็จของพนักงานขาย โดยวัดจากจำนวนรายของลูกค้ำที่ตกลงทำประกัน ค่าตอบแทน ความก้าวหน้าในอาชีพ ความรู้ความสามารถ รวมถึงความภาคภูมิใจในงานที่ทำ เมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานคนอื่น

6.1 ค่าตอบแทน หมายถึง รายได้ที่ได้รับการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

6.2 ความก้าวหน้าในอาชีพ หมายถึง การที่พนักงานขายทางโทรศัพท์ได้รับค่าตอบแทนหรือรายได้เพิ่มขึ้น รวมถึงโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งเป็นหัวหน้าพนักงานขายทางโทรศัพท์

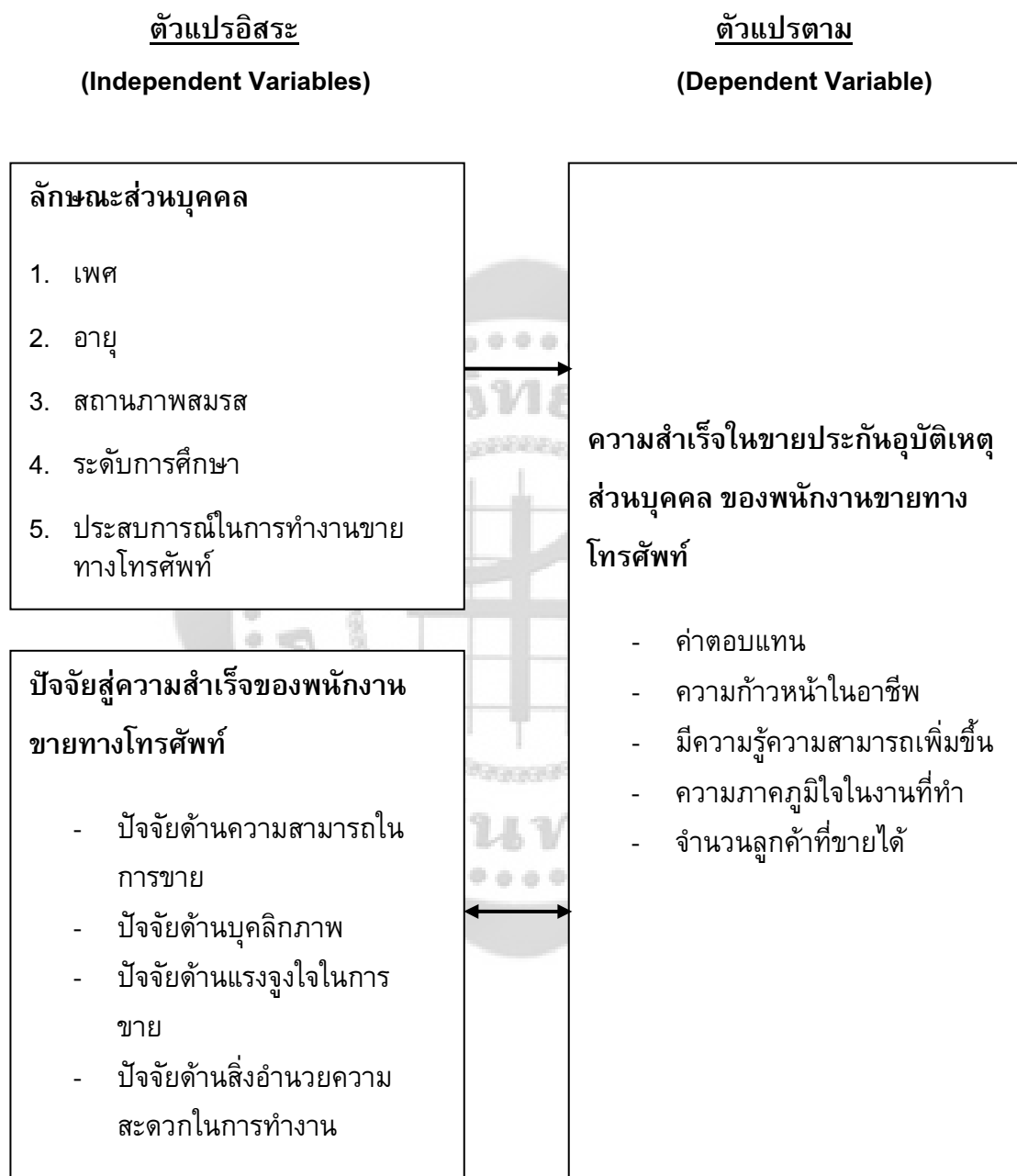
6.3 ความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น หมายถึง การได้รับความรู้ใหม่ๆ และทักษะในการทำงานเพิ่มขึ้น

6.4 ความภาคภูมิใจในงานที่ทำ หมายถึง การที่พนักงานขายทางโทรศัพท์มีความรู้สึกที่ดีต่อการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

6.5 จำนวนลูกค้ำที่ขายได้ หมายถึง จำนวนของลูกค้ำ ที่ตกลงซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง” ผู้วิจัยมีกรอบแนวความคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านความสามารถในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์
3. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์
4. ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์
5. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ค้นคว้าศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้
นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทักษะการทำงาน
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน
5. ทฤษฎีความต้องการประสพผลสำเร็จ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทักษะการทำงาน

ทักษะในการจัดการ (Management skills) ผู้จัดการจำเป็นจะต้องมีทักษะและ
ความสามารถ เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย ประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ.องค์การ
และการจัดการ. : 24)

1. ทักษะด้านเทคนิค (Technical skills) เป็นความสามารถที่จะประยุกต์ใช้ความรู้และ
ความชำนาญเฉพาะด้าน เป็นทักษะของกลุ่มวิชาชีพ เช่น วิศวกร นักการบัญชี หรือศัลยแพทย์ที่จะ
มุ่งทักษะด้านเทคนิค โดยอาศัยการศึกษาที่เป็นทางการ ทักษะที่มีรูปแบบอย่างแพร่หลายจะต้องมี
การเรียนรู้เฉพาะด้านทั้งในทางทฤษฎีและการปฏิบัติในสาขากลุ่มวิชาชีพ ทักษะด้านเทคนิคจะไม่มี
การกำหนดที่ตายตัวเพราะทักษะเหล่านี้อาจจะเริ่มต้นเรียนรู้ในโรงเรียนหรือที่ทำงานหรืออาจศึกษา
จากโปรแกรมการฝึกอบรมที่เป็นทางการได้ งานด้านวิชาชีพหรือเทคนิคเหล่านี้ต้องการผู้เชี่ยวชาญ
เฉพาะด้านจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลที่จะต้องพัฒนาทักษะด้านเทคนิคในการทำงาน

2. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human skill) เป็นความสามารถในการทำงานร่วมกับบุคคล
อื่นโดยมีความเข้าใจ และมีความสามารถในการจูงใจผู้อื่นทั้งเป็นรายบุคคลและรายกลุ่ม บุคคล
จำนวนมากมีความชำนาญในทักษะด้านเทคนิค แต่ไม่มีความชำนาญด้านมนุษยสัมพันธ์จึงทำให้มี
ลักษณะความเป็นผู้นำที่บกพร่อง เช่น เป็นผู้ฟังที่ไม่ดีไม่สามารถเข้าใจความต้องการของบุคคลอื่น
หรือมีความลำปากที่จะแก้ปัญหาข้อขัดแย้ง เนื่องจากผู้จัดการจะต้องช่วยให้งานต่าง ๆ ลุล่วงไปด้วยดี

จึงต้องมีทักษะความเป็นมนุษยสัมพันธ์เพื่อจูงใจ (Motivate) เพื่อสื่อสาร (Communicate) และมอบหมายงาน (Delegate)

3. ทักษะด้านแนวความคิด (Conceptual skills) เป็นความสามารถด้านความคิดที่จะวิเคราะห์และแยกแยะสถานการณ์ที่ซับซ้อน ตัวอย่าง หากต้องการให้ระบุปัญหา ผู้จัดการก็จำเป็นต้องใช้ทักษะด้านการตัดสินใจในการกำหนดทางเลือก ประเมินทางเลือก หรือตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด

4. ทักษะด้านการบริหารธุรกิจ (Business management skills) ประกอบด้วย (1) ทักษะด้านการตัดสินใจ (Planning) และการกำหนดเป้าหมาย (Goal setting) (2) ทักษะด้านการตัดสินใจ (Decision making) (3) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human relations) (4) ทักษะด้านการตลาด (Marketing) (5) ทักษะด้านการเงิน (Finance) (6) ทักษะด้านการบัญชี (Accounting) (7) ทักษะด้านการบริหาร (Management) (8) ทักษะด้านการควบคุม (Control) (9) ทักษะด้านการเจรจาซื้อขาย (Negotiation) (10) ทักษะด้านนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด (Venture launch) (11) ทักษะด้านการบริหารที่สร้างความเจริญเติบโตให้แก่กิจการ (Managing growth) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่น ๆ. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ. : 36)

ความสามารถในการทำงาน

ความสามารถ (Ability) หมายถึง การมีความรู้ หรือทักษะในการทำงานบางอย่าง หรือสมรรถภาพของบุคคลที่จะทำงานต่าง ๆ ได้ตามที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งโดยทั่วไปความสามารถของบุคคลในองค์กรแบ่งออกเป็น 2 ประการดังนี้

1. **ความสามารถทางสติปัญญา (Intellectual ability)** ความสามารถของบุคคลจะแตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม สติปัญญาดังกล่าวจะแสดงออกซึ่งความสามารถที่เด่นชัด หรือความสามารถที่ด้อย ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของงาน ความสามารถทางสติปัญญาสามารถทดสอบ หรือวัดได้จากแบบทดสอบ IQ (Intellectual Quotient test) ซึ่งประกอบด้วยความสามารถด้านความถนัด (Aptitude test) ความเข้าใจภาษา (Verbal comprehension) ความไวในการรับรู้ (Perceptual speed) การให้เหตุผลเชิงอนุมานและอุปมาน (Inductive and deductive reasoning) ความเข้าใจในการมองภาพและรูปทรงต่าง ๆ (Spatial visualization) และความจำ (Memory)

2. **ความสามารถทางกายภาพ (Physical ability)** ประกอบด้วยความแข็งแรงของร่างกาย ความอดทนในการทำงาน มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวขององค์กร กล่าวคือบุคคลที่มีสุขภาพดีจะมีร่างกายแข็งแรงอดทนที่จะทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ

การจัดการด้านพนักงานขายทางโทรศัพท์

อรรถ มณีสงฆ์ (2546: 176-181) กล่าวว่า ในกระบวนการคัดสรรบุคลากรมาทำงานในการขายทางโทรศัพท์ นับว่าเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากการใช้การขายทางโทรศัพท์นั้น พนักงานขายถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดประการหนึ่ง เพราะต้องมีการสื่อสารโต้ตอบกับลูกค้า หรือผู้ที่สนใจของกิจการ ดังนั้น คุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นพนักงานขายทางโทรศัพท์ควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- น้ำเสียงที่ชัดเจน อ่อนนุ่ม และมีความมั่นใจ
- ความสามารถในการเรียนรู้แนวคิดใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว
- ความสามารถในการฟัง และทำความเข้าใจ
- มีความมั่นใจในตนเองและต้องการประสบความสำเร็จ
- ชอบติดต่อกับผู้คน และชอบการแนะนำบุคคลอื่น
- มีความอ่อนคลays ไม่เครียด
- เป็นคนตั้งใจจริง มีความมุ่งมั่น

นอกจากนี้ หากเป็นพนักงานขายทางโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound) ควรจะมีคุณลักษณะเพิ่มเติม ได้แก่

- สามารถควบคุมอารมณ์ได้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะลูกค้าจะโทรเข้ามาต่อว่าเรื่องใด ๆ
- ตอบสนองได้รวดเร็ว และถูกต้อง

ส่วนพนักงานทางโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound) ควรมีคุณลักษณะเพิ่มเติม ได้แก่

- มีความสามารถในการขาย เข้าใจขั้นตอนต่างๆ ของการเสนอขาย และสามารถตอบสนองข้อโต้แย้งของลูกค้าได้ โดยก่อให้เกิดความรู้สึกแบบชนะ - ชนะ (win - win)
- มีข้อมูลที่ถูกต้อง
- สามารถแสดงความเปิดเผยทางโทรศัพท์ได้
- มีความมุ่งมั่นต่อเป้าหมายที่ได้รับ

ความสำเร็จของการขายโดยใช้โทรศัพท์

สำหรับการดำเนินงานการขายโดยใช้โทรศัพท์ที่ประสบผลสำเร็จนั้น จะขึ้นอยู่กับ การเลือกพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่เหมาะสม บุคคลเหล่านั้นจะต้องได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดี พร้อมทั้งจัดหาสิ่งจูงใจ เพื่อกระตุ้นให้เกิดกำลังใจในการทำงานที่ทำขาย ควรจะเป็นบุคคลที่มีน้ำเสียงที่นุ่มนวล พบว่าการใช้ผู้หญิงจะได้ผลดีกว่าผู้ชายในการขายผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ ควรจะให้เริ่มจากการเสนอขายตามบทคำพูด (Script) ก่อน จนกว่าจะชำนาญและพูดเองได้ การกล่าวเปิดประโยคแรกกับลูกค้ามีความสำคัญมาก ควรจะสั้น กระชับ เขียวชวนให้เกิดการถามและทำให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ

ควรรู้วิธีจับการสนทนากับลูกค้าที่มีโอกาสซื้อน้อย ควรรู้จักเลือกเวลาในการโทรศัพท์เข้าถึงลูกค้าในเวลาที่เหมาะสม

สำหรับการคัดเลือกพนักงานควรมีคุณสมบัติดังนี้ มีทักษะการสื่อสาร เป็นผู้ฟังที่ดีและใช้คำถามเป็น น้ำเสียงหน้าฟัง มีความสม่ำเสมอในการโทรหา ลูกค้า/คน/วัน มีสำนึกของการให้บริการ มีทักษะในการพิมพ์ดีด มีระเบียบวินัยและการบริหารเวลา ชอบการเรียนรู้ ชอบการติดต่อสื่อสาร มีการตัดสินใจแก้ปัญหาได้ดี มีทัศนคติที่ดี เป็นต้น

นอกจากในเรื่องของบุคลากรแล้ว ความสำเร็จของการขายทางโทรศัพท์จะเกี่ยวข้องกับความพร้อมทางด้านอื่นๆ อีก ได้แก่ ต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีคู่สายโทรศัพท์ที่เพียงพอ มีอุปกรณ์การโทรศัพท์ และ Headset พร้อม มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โปรแกรม ที่ทันสมัย มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี เช่น มีฉากกั้นเป็นสัดส่วน (Partition) รวมไปถึงต้องมีหัวหน้า (Tele-supervisor) อยู่ด้วย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. (2541 : 49-53) ได้ให้ความหมายของ บุคลิกภาพ ไว้ดังนี้ (Personality) หมายถึง แบบแผนพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งเป็นลักษณะเอกลักษณ์ที่ แสดงออกทั้งทางด้านความคิด ความรู้สึก ความสนใจ สติปัญญา รวมทั้งด้านสรีระ เน้น บุคลิกภาพภายนอกและภายในทำให้สามารถแยกแยะความแตกต่างของบุคคลได้ หรือหมายถึง ลักษณะภายในและภายนอกของบุคคล รวมทั้งรูปร่าง ทรวดทรง การแต่งกาย อากัปกิริยา ท่าทาง การวางตัว ความสนใจ นิสัย ความสามารถ การหย่อนสมรรถภาพ ความชอบ ความไม่ชอบ ความร่าเริง ความอดทน เชาว์ปัญญา ความจำ การลืม และรสนิยม เป็นต้น ปัจจัยที่กำหนดบุคลิกภาพของบุคคล (Personality determinants) ได้แก่ พันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม

พันธุกรรม (Heredity) หมายถึง ลักษณะต่างๆที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษไปสู่ลูกหลาน โดยผ่านทางยีนส์ (Genes) ในโครโมโซม (Chromosome) ซึ่งได้แก่ ลักษณะด้านร่างกาย เช่น ความสูง สีผิว เพศ ชนิดของโลหิต เป็นต้น ลักษณะทางสติปัญญา และโรคบางชนิด เช่น โรคเบาหวาน ตาบอดสี เป็นต้น

สิ่งแวดล้อม (Environment) หมายถึง สภาพที่มีผลต่อบุคลิกภาพ เช่น สภาพแวดล้อมก่อนเกิด หลังเกิด การอบรมเลี้ยงดู การศึกษา กลุ่มเพื่อนๆ ทัศนคติ ค่านิยม วัฒนธรรม เป็นต้น

แนวคิดที่เกี่ยวกับบุคลิกภาพ มีดังนี้

1. บุคลิกภาพเป็นผลรวมจากพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม

2. บุคลิกภาพต้องมีการสร้างเสริม ไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ
 3. บุคลิกภาพต้องใช้เวลาในการหล่อหลอมมาเป็นระยะเวลานาน ไม่อาจเกิดขึ้นได้ในช่วงระยะเวลาสั้น
 4. บุคลิกภาพพื้นฐานของบุคคลจะถูกหล่อหลอมในช่วงอายุ แรกเกิด - 6 ขวบ
 5. บุคลิกภาพสามารถปรับปรุงได้ ไม่ใช่สิ่งที่คงที่ตายตัว
 6. ไม่มีบุคคลคู่ใดที่จะมีบุคลิกภาพเหมือนกันทุกประการ (No two individuals are ever identical)
 7. ไม่มีบุคลิกภาพของบุคคลใดที่สมบูรณ์พร้อมจนไม่มีทางปรับปรุงหรือพัฒนาให้ดีขึ้นได้อีก (No two person are born exactly alike)
 8. บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะทางกายและจิตร่วมกัน และมีส่วนเกี่ยวข้องกับอย่างใกล้ชิดกับความรอบรู้ (Cognitive) อารมณ์ (Affective) อันจะเป็นรูปอารมณ์ติดกาย (Temperament) และการกระทำ (Cona-tive) ซึ่งจะออกมาในลักษณะนิสัย (Character)
 9. บุคลิกภาพ มีผลโดยตรงทั้งบวกและลบต่อองค์กร ธุรกิจ การงาน หรือสะท้อนเป็นภาพพจน์ของหน่วยงานและองค์กร
 10. บุคลิกภาพมีผลอย่างยิ่งต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของบุคคลทั้งส่วนตน ครอบครัว และหน่วยงาน
- ประเภทบุคลิกภาพตามท้องถื่นการคัดเลือก (Selected organization personality)
- การคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานด้วยการสัมภาษณ์จะมุ่งให้ความสำคัญในเรื่องต่อไปนี้
1. ร่างกาย (Physical) หมายถึง รูปร่าง หน้าตา สุขภาพ อนามัย น้ำหนัก ความสูง ทรงผม การเดิน การแต่งเนื้อแต่งตัว เป็นต้น
 2. ความรู้ (Knowledge or attainments) หมายถึง ความรู้ทางวิชาสามัญ วิชาชีพ ความรู้พิเศษ ประสบการณ์ในการทำงาน
 3. เซวรณ์ปัญญา (Intelligence) หมายถึง ความเฉลียวฉลาด ความรอบคอบ ไหวพริบ และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
 4. ความสนใจ (Interests) หมายถึง ความเอาใจใส่ ความสนใจของแต่ละคนว่ามีความสนใจในเรื่องราวต่างๆ มากน้อยเพียงไร เช่น การเมือง กีฬา งานอดิเรก วิชาการที่ตนร่ำเรียนมา เป็นต้น

5. นิสัยใจคอ (Habit or disposition) เป็นคนเอาการเอางาน หรือเหลวไหล ไม่สู้งาน โอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ซื่อโมโห ฉุนเฉียว เยือกเย็น

ประเภทบุคลิกภาพ ประกอบด้วย

1. บุคลิกภาพทางร่างกาย (Physical personality) เช่น รูปร่างใหญ่ รูปร่างเล็กบอบบาง ขนาด น้ำหนัก รูปทรง หน้าตา ความสูง สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพและความแข็งแรงในตัวบุคคลและยังมีผลทางจิตใจด้วย

2. บุคลิกภาพทางจิตใจ (Psychological personality) เช่น ความจำ การลืม จิตนาการ ความสนใจ ความตั้งใจ การตัดสินใจ เป็นต้น เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสมอง

3. บุคลิกภาพทางความสามารถ (Capability personality) หมายถึง ความสามารถในการทำงานอันเป็นลักษณะเฉพาะบุคคล เช่น แก่เหตุการณ์เฉพาะหน้า สติปัญญา ไหวพริบ ความคิดริเริ่ม และความสามารถอันเกิดจากการฝึกฝน เช่น มีทักษะในการทำงานอย่างหนึ่งอย่างใด ทักษะในภาษาต่างประเทศ กีฬา ศิลปะ เป็นต้น

4. บุคลิกภาพทางจริยธรรม (Ethical personality) หมายถึง ความประพฤติ ศีลธรรม จรรยา เช่น ความสุภาพ ความอ่อนโยน ความซื่อสัตย์ ความไม่เห็นแก่ตัว เป็นต้น

5. บุคลิกภาพทางสังคม (Social personality) คือ พฤติกรรมที่แสดงต่อผู้อื่น จะเป็นรูปร่างท่าทาง กริยา ความประพฤติ เช่น ชอบคบหาสมาคม ชอบเก็บตัว ชอบออกตัว สงบเสถียร ชอบเด่นชอบรับในเหตุผลของผู้อื่น ยอมแพ้คนทุกกรณี เป็นต้น

6. บุคลิกภาพทางใจและอารมณ์ (Mental and emotional personality) คือ ความรู้สึกทางจิตใจที่ทำให้เกิดการกระทำต่างๆ เช่น ตื่นเต้น ตกใจง่าย เฉยๆ กล้าหาญ ขลาด ใจเย็น ใจร้อน เป็นต้น

7. บุคลิกภาพทางกำลังใจ (Morale personality) คือ ความสามารถที่ควบคุมบังคับพฤติกรรมต่างๆที่กระทำไปโดยเจตนาได้ เช่น เป็นคนกระฉับกระเฉง ว่องไว ฉะฉาน ใจแข็ง ใจอ่อน มีความมั่นคง ความขยันหมั่นเพียร บากบั่น อุตุน ต่อต้านกับความลำบาก ความขาดแคลน การต่อสู้กับอุปสรรค ความเบื่อง่าย ความตั้งใจที่ยึดมั่นในจุดมุ่งหมาย ขจัดอุปสรรค สงบเสถียร ไม่รุกรานใคร คนที่มีกำลังใจดีสามารถควบคุมพฤติกรรมไว้ได้ คนที่มีกำลังใจอ่อนไหวจะไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมของตนได้ ถ้ารู้สึกดีใจก็หัวเราะออกมาดังๆ แสดงสีหน้าพอใจเกินไป ถ้าเสียใจก็ร้องไห้ แสดงความเศร้าโศก เป็นต้น

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพ

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพ (Personality determinants) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล บุคลิกภาพจะเป็นอย่างไรก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เป็นตัวกำหนด ดังนี้

1. ตัวกำหนดทางด้านสรีรวิทยา (ทางด้านร่างกายและจิตใจ) (Constitutional determinants) ซึ่งได้รับการถ่ายทอดทางพันธุกรรมแต่กำเนิด โดยผ่านทางยีนส์ในโครโมโซม ซึ่งได้แก่ ลักษณะความสูง ผิว สติปัญญา เป็นต้น

2. ตัวกำหนดทางด้านการเป็นสมาชิกกลุ่ม (Group determinants) ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มโรงเรียน กลุ่มเพื่อน กลุ่มสังคม เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า กระบวนการขัดเกลาหรือการอบรมสั่งสอนของกลุ่มมีอิทธิพลต่อการกำหนดบุคลิกภาพของบุคคลในหลายระดับด้วยกัน กล่าวคือ เมื่อเด็กเข้าโรงเรียน ครู เพื่อน นักเรียน มีอิทธิพลต่อการกำหนดหรือพัฒนาบุคลิกภาพของเด็กในฐานะเป็นสมาชิกของโรงเรียน ของกลุ่มเพื่อน เมื่อเด็กเติบโตไปทำงาน ไปมีชีวิตรในสังคม เด็กได้รับการขัดเกลาถ่ายทอดและพัฒนาบุคลิกภาพอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และมีกลุ่มที่สำคัญอีกกลุ่มหนึ่ง คือ สื่อมวลชน ซึ่งมีมากมายหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคปัจจุบันเป็นยุคของข่าวสารข้อมูล เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดหรือปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพของบุคคลโดยไม่รู้ตัว

3. ตัวกำหนดบทบาท (Role determinants) บุคคลในสังคมต่างมีบทบาทหลายบทบาท เช่น บทบาทเป็นพ่อ แม่ ลูก พี่ น้อง สามี ภรรยา และยังมีบทบาทในสังคม เช่น นายกรัฐมนตรี ประธานมูลนิธิ วิทยากร ที่ปรึกษา การมีหลายบทบาทก็ทำให้ต้องมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันไป ตามแต่ละบทบาทซึ่งเป็นที่มาของบุคลิกภาพ

4. ตัวกำหนดทางด้านสถานการณ์ หรือสภาวะแวดล้อม (Situation determinants) สถานการณ์บางสถานการณ์เป็นตัวสำคัญในการกำหนดบุคลิกภาพและพฤติกรรมของบุคคล เนื่องจากสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เป็นเหตุให้บุคคลเกิดความกดดันและว้าวุ่นใจ วิธีการลดความกดดันหรือว้าวุ่นใจอาจใช้กลไกป้องกันตัว

5. การยอมรับของกลุ่ม (Social determinants) คนที่มีบุคลิกภาพดีเยี่ยมเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไปใครๆก็ต้องการ หรือ ชอบที่จะให้ร่วมอยู่ในกลุ่มเพราะทำให้เกิดความมั่นคงทางจิตใจทฤษฎีบุคลิกภาพ

ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic theory) Sigmund Freud จิตแพทย์ชาวเวียนนา ประเทศออสเตรีย เป็นผู้เสนอทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญของจิตใต้สำนึก (Unconscious mind) และยอมรับว่า บุคลิกภาพของบุคคลเป็นผลมาจากการทำงานของโครงสร้างจิต 3 ระบบ คือ Id, Ego และ Superego

1. อิด (Id) คือ โครงสร้างของจิตที่เป็นแรงขับภายในที่ยึดหลักความพอใจ (Pleasure) และเป็นแรงขับที่ยังไม่ได้รับการขัดเกลา แบ่งเป็น

1.1 สัญชาตญาณแห่งการมีชีวิต (Life instinct) ได้แก่ ความต้องการอาหาร ต้องการพักผ่อน ต้องการความสุขสบาย และต้องการหลีกเลี่ยงอันตราย

1.2 สัญชาตญาณแห่งความตาย (Death instinct) ได้แก่ ความต้องการทำลายตนเองหรือผู้อื่น Freud เน้นความสำคัญของความต้องการทางเพศ (Sex) และความก้าวร้าว (Aggression) ว่า สัญชาตญาณ แห่งการมีชีวิตและความตาย เป็นแรงขับภายในที่สำคัญมากต่อการพัฒนาบุคลิกภาพ ที่แสดงออกมาเพื่อความ สุข ความพอใจของตนเองหรือยึดหลักความพอใจ (Pleasure principle)

2. อีโก้ (Ego) เป็นส่วนที่ติดต่อกับโลกภายนอกจึงควบคุม Id ให้อำนาจหลักแห่งความจริง (Reality principle) ไม่ใช่แสดงออกตามความพอใจของตนเองเพียงอย่างเดียว แต่ต้องคิดและแสดงออกอย่างมีเหตุมีผลด้วย

3. ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) เป็นโครงสร้างของจิตที่เริ่มพัฒนาในวัยเด็ก เมื่ออายุได้ 3-5 ปีจากการอบรมสั่งสอนและถ่ายทอดวัฒนธรรมทางสังคม หรือกระบวนการสังคมประจักษ์ โดยอาศัยหลักของศีลธรรมจรรยาบรรณนิยมประเพณี และค่านิยมต่างๆในสังคม (Moral principle) Superego เป็นตัวควบคุมความคิดและความต้องการให้แสดงออกในลักษณะที่เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม

โครงสร้างจิตทั้ง 3 แบบ คือ Id, Ego และ Superego มีความสัมพันธ์กัน ถ้าจิต 3 ระบบทำงานมีความสัมพันธ์กันดี บุคคลก็จะแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างเหมาะสม มีสุขภาพจิตดีทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับตน แต่ถ้าพฤติกรรมโครงสร้างจิตทั้ง 3 ระบบทำงานไม่สอดคล้องกันหรือขัดแย้งกัน บุคคลจะมีปัญหาการปรับตัวทางบุคลิกภาพ Ego จะเป็นระบบที่ใช้พลังมากที่สุด เพราะมีหน้าที่ควบคุม Id ในการปรับตัวเข้ากับสังคมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ บางครั้ง Ego ไม่สามารถควบคุมสกัดกั้น Id ไว้ได้ บุคคลก็จะแสดงสิ่งต่างๆ ออกมาตามที่ Id ปรารถนา โดยไม่ยึดหลักแห่งความจริงสำหรับคนที่เคร่งครัดต่อระเบียบ หรือกฎเกณฑ์มากๆนั้น พลังจิตส่วนใหญ่จะถูกนำไปใช้ใน Superego เพื่อต่อต้าน Id ทำให้พลังงานจิตที่มีระบบ Ego มีน้อยลง จึงทำให้ปรับตัวลำบากเช่นกัน เพราะเกิดความกลัวและวิตกกังวลตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม Ego ต้องทำหน้าที่ประนีประนอมทั้ง Id และ Superego ให้แสดงออกมาอย่างเหมาะสมและมีเหตุผล

กลไกป้องกันตัว (Defense mechanism) เมื่อบุคคลเติบโตขึ้นอิทธิพลของการเรียนรู้จะทำให้รู้จักปรับตัวได้เมื่อเกิดปัญหาขึ้น ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นอาจจะมีสาเหตุมาจากสิ่งแวดล้อมภายนอกหรือเกิดจากความขัดแย้งภายในใจของบุคคลนั่นเอง โครงสร้างจิตระบบ Ego จะมีหน้าที่สำคัญในการป้องกันไม่ให้เกิดความวิตกกังวลมากเกินไป โดยใช้หลักแห่งความจริงมาแก้ปัญหา แต่ในบางครั้ง Ego จำเป็นต้องแก้ปัญหาในลักษณะที่บิดเบือน และไม่ชอบด้วยเหตุผล เพื่อป้องกันการจู่

โงมของ Id และ Superego ซึ่งเรียกว่า กลไกป้องกันตัว อันเป็นกลวิธีที่มนุษย์ได้จากการเรียนรู้ และเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องใช้กลวิธีนี้ แต่หากบุคคลแก้ความวิตกกังวลโดยใช้กลไกป้องกันตัวมากเกินไป จะทำให้สูญเสียพลังมากไป ทำให้พลังงานจิตที่ Ego จะนำไปใช้ประนีประนอม Id กับ Superego โดยใช้หลักแห่งความจริงน้อยลง และอาจมีผลต่อสุขภาพจิตของบุคคลได้ ทำให้ไม่ยอมเผชิญกับความจริงและนำไปสู่ปัญหาบุคลิกภาพ

นักจิตวิทยาากลุ่มจิตวิเคราะห์ได้เสนอกลไกป้องกันตัวไว้หลายวิธีดังนี้

1. การเก็บกด (Repression) เป็นการเก็บความรู้สึกทุกข์ เศร้าโศก ผิดหวัง หรือความละเอียดใจต่างๆออกไปจากจิตสำนึก เพื่อให้ตนเองสบายใจขึ้น
2. การโยนบาป (Projection) เป็นการโยนความผิดไปให้ผู้อื่น เพื่อความสบายใจของตน แต่เป็นการทำงานในระดับจิตสำนึก
3. การอ้างเหตุผล (Rationalization) เป็นกลไกป้องกันตัวที่บุคคลพยายามหาเหตุผลมาอ้าง หรือแก้ตัวเพื่อให้ตนเองสบายใจ ดังคำพังเพยที่ว่า อุ่นเบรียวมะนาวหวาน
4. การทำให้สิ่งที่ตรงข้ามกับความรู้สึก (Reaction Formation) เป็นการกระทำที่บุคคลนั้นก็ไม่รู้ตัวเพราะเป็นการทำงานในระดับจิตใต้สำนึก ตัวอย่าง แม่เลี้ยงบางคนอาจจะเกลียดลูกเลี้ยงมาก แต่ไม่กล้าแสดงออกเพราะกลัวจะโดนตำหนิจากคนรอบข้าง จึงมีพฤติกรรมที่ตรงข้าม เพื่อลดความวิตกกังวล เช่น เอาใจใส่และห่วงใยเกินกว่าเหตุ
5. การปฏิเสธ (Denial) เป็นการบอกปิด หรือการไม่ยอมรับข่าวสาร หรือเหตุการณ์ต่างๆ ตัวอย่างเช่น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งที่สะเทือนใจ ข่าวร้าย บุคคลจะปฏิเสธทันทีว่า ไม่จริง ไม่เชื่อ เป็นไปไม่ได้ ฯลฯ
6. การถอยกลับ (Regression) บางครั้งเมื่อบุคคลเกิดความไม่สบายใจ อาจจะมีพฤติกรรมถอยกลับไปสู่วัยต้นๆอีก เพื่อลดความกังวลใจที่เกิดขึ้น เช่น เด็กที่พ่อแม่มีลูกใหม่ และกลัวว่าตนเองจะไม่เป็นที่สนใจของพ่อแม่จึงมีพฤติกรรมพูดไม่ชัด หรือขอดูดขวดนมเหมือนเด็กเล็กๆอีก
7. การเพ้อฝัน (Fantasy) เป็นการนึกฝันเพื่อให้เกิดความสบายใจแก่ตนเอง เพราะในความเป็นจริงไม่สามารถจะเกิดขึ้นได้
8. การชดเชย (Compensation) คนบางคนมีปมด้อย และรู้สึกกังวลถึงปมด้อยของตนเองตลอดเวลาจึงมีพฤติกรรมชดเชยโดยการสร้างปมเด่น เพื่อชดเชยปมด้อยของตน ทำให้สบายใจขึ้น ตัวอย่าง นักเรียนที่เรียนหนังสือไม่เก่ง แต่อาจมีความสามารถจนเป็นนักกีฬาที่มีชื่อเสียงที่สุดได้
9. การระบาย (Sublimation) การแสดงถึงความต้องการบางอย่าง สังคมอาจไม่ยอมรับบุคคลจึงหาทางระบายเพื่อความสบายใจของตน เช่น นักเขียน หรือนักกวีที่สามารถแต่งนิยายรักได้

ตีเยี่ยมหรือจิตกรที่วาดภาพเปลือยได้สวยงาม ซึ่งเป็นการระบายความต้องการทางเพศในลักษณะที่จะทำให้สังคมยอมรับ เช่น ภาพวาด หรือบทกวี เป็นต้น

คุณสมบัติบุคลิกภาพที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมองค์กร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่น ๆ. พฤติกรรมองค์กร. 2541 : 57-61) คุณสมบัติบุคลิกภาพที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมองค์กร (Major personality influencing OB) ในส่วนนี้เราต้องมีความระมัดระวังที่จะประเมินคุณสมบัติบุคลิกภาพที่สำคัญ ซึ่งพบว่าเป็นตัวชี้ที่มีอำนาจสำหรับพฤติกรรมในองค์กรประกอบด้วย

1. สภาพการควบคุมตัวเอง (Locus of control) เป็นระดับซึ่งบุคคลเชื่อว่าเขาจะควบคุมชะตาชีวิตของตัวเองได้มากหรือน้อยประกอบด้วย 2 กรณี คือ (1) สภาพการควบคุมจากภายใน (Internal) เป็นบุคคลซึ่งเชื่อว่าเขาสามารถควบคุมสิ่งซึ่งเกิดขึ้นกับเขาได้ (2) สภาพการควบคุมจากภายนอก (External) เป็นบุคคลที่เชื่อว่าสิ่งซึ่งเกิดขึ้นควบคุมจากอิทธิพลภายนอก เช่น โชคชะตาหรือโอกาส การวิจัยจำนวนมากได้เปรียบเทียบสภาพการควบคุมจากภายในและภายนอก พบว่า ผู้ที่มีสภาพการควบคุมจากปัจจัยภายนอกสูงเป็นผู้ที่มีความพึงพอใจในการทำงานน้อย มีอัตราการขาดงานสูง มีส่วนในการกำหนดงานและมีความเกี่ยวข้องกับงานน้อยกว่ากลุ่มที่มีสภาพการควบคุมจากภายใน สาเหตุที่สภาพการควบคุมจากภายนอกไม่ได้รับความพึงพอใจ คือ เขารับรู้ตัวเองว่ามีการควบคุมตัวเองเกี่ยวกับผลลัพธ์ขององค์กรได้น้อย ผลกระทบจากสภาพการควบคุมเกี่ยวกับการขาดงานเป็นสิ่งที่น่าสนใจ สภาพการควบคุมจากภายในเชื่อว่าสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญภายใต้การควบคุมตัวเองโดยมีอุปนิสัยที่เหมาะสมเพื่อว่าจะมีความรับผิดชอบมากขึ้นสำหรับสุขภาพและมีอุปนิสัยที่ดีซึ่งจะนำไปสู่การเกิดเหตุการณ์เจ็บป่วย หรือเกิดการขาดงานลดลง

2. Machiavellianism (Machs) การจูงใจบุคคลเพื่อให้ได้รับอำนาจและการควบคุมพฤติกรรมของบุคคลอื่นซึ่งเป็นมาตรการที่ใช้วัดบุคคลในเรื่องเหตุผล การควบคุมอารมณ์ และความเชื่อซึ่งเป็นผลที่ได้รับจะพิสูจน์เป้าหมายในการทำงานของบุคคล

3. การยกย่อง (Self-Esteem (SE)) เป็นระดับความชอบ พอใจหรือไม่พอใจตัวเอง (Self-esteem) การวิจัยพบว่าการพบที่ที่น่าสนใจในพฤติกรรมองค์กร ตัวอย่าง การยกย่องส่วนตัวมีความสนใจในการคาดหวังความสำเร็จ คนที่มี SE สูงจะมีความสามารถที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จ และมีความเสี่ยงมากในการคัดเลือกงานมีการสรุปเกี่ยวกับการยกย่องว่าคนที่มี SE ต่ำจะมีการยอมรับอิทธิพลภายนอกมากกว่าคนที่มี SE สูง คนที่มี SE ต่ำ จะเกี่ยวข้องกับการทำให้บุคคลอื่นพอใจ จากศึกษาจะยืนยันว่า คนที่ SE สูงจะมีความพึงพอใจในงานมากกว่าคนที่ SE ต่ำ

4. การตรวจสอบตัวเองในลักษณะบุคลิกภาพ (Self-monitoring) เป็นลักษณะบุคลิกภาพซึ่งวัดความสามารถในการประเมินตัวเองเพื่อปรับพฤติกรรมของตัวเองให้สอดคล้องกับปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยสถานการณ์บุคคลที่มีการตรวจสอบตัวเองสูงในการติดตามวัดความสามารถ

ตัวเองจะมีความสามารถในการประยุกต์ในปัจจัยสถานการณ์ภายนอกได้ แล้วก็มีความอ่อนไหวต่อการชี้แนะของสภาพแวดล้อม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันในสถานการณ์ต่างๆ การตรวจสอบตัวเองสามารถที่จะสร้างความแตกต่างกันระหว่างบุคคลที่มีการตรวจสอบตัวเอง การวิจัยเกี่ยวกับการตรวจสอบตนเองอยู่ในระยะเริ่มต้น ดังนั้นการพยากรณ์ อาจจะเป็นลักษณะไม่ชัดเจนเหตุการณ์เบื้องต้นเสนอแนะว่าการตรวจสอบตัวเองในระดับสูงมีแนวโน้มที่จะมีการสนใจกับพฤติกรรมของบุคคลอื่นด้วย และสามารถ ทำงานได้มากกว่า ผู้ตรวจสอบตัวเองในระดับต่ำ และตั้งสมมุติฐานว่าผู้ตรวจสอบตัวเองสูงจะ ประสบความสำเร็จในตำแหน่งการบริหาร

5. การเผชิญความเสี่ยง (Risk taking) บุคคลจะมีความแตกต่างกันในเต็มใจที่จะฉวยโอกาสที่จะเผชิญหรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ซึ่งมีผลกระทบต่อวิธีการที่จะตัดสินใจ เวลาและจำนวนข้อมูลที่ใช้จัดการใช้ก่อนการตัดสินใจ ตัวอย่างผู้จัดการ 79 คน ที่ทำงานในแบบฝึกหัดจำลองพนักงานซึ่งต้องการให้เขาตัดสินใจในการจ้างงานผู้จัดการที่เผชิญความเสี่ยงสูงจะมีการตัดสินใจที่รวดเร็วมากขึ้นและใช้ข้อมูลในการตัดสินใจน้อยกว่าผู้จัดการที่เผชิญความเสี่ยงต่ำ แต่ความถูกต้องในการตัดสินใจจะเหมือนกันทั้งสองกลุ่มเป็นการถูกต้องที่จะสรุปว่าผู้จัดการในองค์กรต้องเผชิญความเสี่ยงที่มีความแตกต่างแต่ละบุคคล ในทัศนะนี้เป็นการสมเหตุสมผลที่จะยอมรับถึงความแตกต่างที่จะพิจารณาแนวโน้มเผชิญความเสี่ยงกับความต้องการงานเฉพาะอย่าง ตัวอย่าง แนวโน้มที่จะเผชิญความเสี่ยงสูง จะนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น

6. บุคลิกภาพรูปแบบ A (Type A personality) เป็นลักษณะบุคคลที่มีความสามารถในการต่อสู้กับอุปสรรคได้ตลอดเวลาเพื่อให้บรรลุผลมากขึ้นโดยใช้เวลาลดลง หรือพฤติกรรมแสดงออกถึงความเร่งด่วนและเป็นต่อเหนือคู่แข่ง บุคลิกภาพรูปแบบ A มีลักษณะดังนี้ (1) มีการเคลื่อนไหว การเดินและการรับประทานอย่างรวดเร็ว (2) ไม่อดทนกับเหตุการณ์ส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้น (3) มีความคิดที่จะทำสองสิ่งขึ้นไปพร้อมๆกัน (4) ไม่สามารถปล่อยให้มีความว่าง (5) การวัดความสำเร็จในรูปของจำนวนในทุกสิ่งที่ปรารถนา บุคลิกภาพรูปแบบ B (Type B personality) พฤติกรรมแสดงออกถึงความสามารถค่อยเป็นค่อยไป ขาดทัศนคติในการแข่งขัน ซึ่งมีลักษณะตรงกันข้ามกับรูปแบบ A บุคลิกภาพรูปแบบ B มีดังนี้ (1) ไม่เดือดร้อนที่จะเกี่ยวกับความรู้สึกเร่งด่วนของเวลา (2) รู้สึกถึงความไม่จำเป็นในการแสดงหรือการอภิปรายเกี่ยวกับความสำเร็จวันเสียแต่มีการเปิดรับในสถานการณ์ (3) แสดงอารมณ์ขันและมีการผ่อนคลายมากกว่าที่จะแสดงความเหนือกว่า (4) สามารถผ่อนคลายโดยไม่เกิดความรู้สึกผิดบุคลิกภาพรูปแบบ A จะเป็นแรงงานที่มีความรวดเร็ว เพราะว่ามีที่ปริมาณมากกว่าคุณภาพ ในตำแหน่งการบริหารรูปแบบ A นานๆ ครั้งจะมีความคิดสร้างสรรค์เพราะมีที่ปริมาณและความรวดเร็วซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ในอดีต เมื่อมีการเผชิญกับปัญหาโดยจะไม่จัดสรรเวลาเพื่อพัฒนาผลลัพธ์ที่เป็นเอกลักษณ์สำหรับปัญหาใหม่ นานๆ ครั้งจึงจะเปลี่ยนการตอบสนองเพื่อความท้าทายเฉพาะอย่างยิ่ง บุคลิกภาพรูปแบบ A และบุคลิกภาพรูปแบบ B จะมีความสำเร็จมากขึ้นในองค์กรเพราะจากการทำงานหนักของรูปแบบ A รูปแบบ B จะปรากฏว่าอยู่ในระดับสูง พนักงานชายจำนวนมาก โดยทั่วไปมีบุคลิกภาพรูปแบบ A ผู้บริหารอาวุโส

โดยทั่วไปรูปแบบ B คำตอบขึ้นอยู่กับแนวโน้มของรูปแบบ A ที่จะตัดคุณภาพโดยเลือกคุณภาพ แทนปริมาณ การเลื่อนตำแหน่งในบริษัทและองค์การมืออาชีพ

จากแนวคิดด้านบุคลิกภาพได้มีการแบ่งบุคลิกภาพของคนทั่วไปออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ คนที่มีบุคลิกภาพแบบ A ซึ่งเป็นบุคลิกภาพที่กระตือรือร้น ซึ่งตรงกับสภาวะจิตที่ว้าวุ่นให้รีบ ตักส่วนคนที่มีบุคลิกภาพแบบ B ซึ่งเป็นบุคลิกภาพที่ทำงานแบบค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งตรงกับสภาวะจิต ซ้ำๆได้พริ้วเลื่องงาม โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาสร้างเป็นแบบสอบถามในส่วนที่เป็นบุคลิกภาพ และ นำมาใช้ในการกำหนดกรอบความคิดทางด้านตัวแปรอิสระ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ คำว่าแรงจูงใจ (Motivation) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า *Movere* ซึ่งมีความหมายว่าการเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นเรื่องของความรู้สึกไม่หยุดนิ่ง ทำให้เกิด พฤติกรรมหรือการกระทำ (สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. 2541 : 83)

ดรักเกอร์ (Druker. 1971 : 302-303) ได้ให้ความหมายว่า การจูงใจเป็นการกระทำให้ ผู้ปฏิบัติงานทำงานอย่างได้ผลสูงสุดและมีความรับผิดชอบในผลงานของเขา

กลัค (Glueck. 1982 : 138) ได้ให้ความหมายว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะภายในของ บุคคลซึ่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทางและระดับของพฤติกรรม ทำให้การทำงานของแต่ละบุคคลมี พลังงานมากขึ้นและดำเนินเรื่อยไปอย่างต่อเนื่อง จนบรรลุความต้องการของตนเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และสมชาย หิรัญกิตติ. (2530 : 150) ได้ให้ความหมายว่า การจูงใจ หมายถึงวิธีการชักนำพฤติกรรมของแต่ละบุคคลให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ ความต้องการของมนุษย์ สิ่งจูงใจจะเกิดขึ้นได้จากภายในและภายนอกบุคคล

เอ็ด สาระภูมิ (2529 :7) ได้ให้ความหมายว่า การจูงใจ หมายถึงการกระตุ้นหรือเร้า เพื่อ ช่วยให้การกระทำต่างๆสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ซึ่งเป็นภาวะการกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทำงานด้วย ความขยันขันแข็ง มีความกระตือรือร้นจะอุทิศเวลา แรงกาย แรงใจ และสติปัญญาในการปฏิบัติงาน โดยมีความสำคัญในหน้าที่ความรับผิดชอบควบคู่กันไปด้วย

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow (Maslow's hierarchy of needs) กล่าวว่า ความต้องการของคนเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการจูงใจ และความต้องการของคนที่มีข้อสังเกต ดังนี้ (1) คนเรามีความต้องการไม่สิ้นสุด เมื่อได้รับการตอบสนองจากความต้องการอย่างหนึ่งแล้วก็

จะเกิดความต้องการในสิ่งอื่นต่อไปไม่มีวันสิ้นสุด (2) ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะทำให้เกิดการจูงใจที่จะทำพฤติกรรม ส่วนความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เกิดการจูงใจอีกต่อไป (3) ความต้องการของคนจะเป็นลำดับขั้น โดยเริ่มจากความต้องการพื้นฐานที่จำเป็นไปสู่ความต้องการในระดับสูงขึ้น และความต้องการในระดับต้นจะเป็นพื้นฐานของความต้องการในระดับสูงขึ้นไป คนจึงจำเป็นต้องได้รับการตอบสนองความต้องการเป็นลำดับขั้น จึงจะพัฒนาความต้องการในระดับสูงขึ้น

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow ผู้บริหารสามารถจูงใจให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นและมีความสุขในการปฏิบัติหน้าที่ ด้วยการนำทฤษฎีตามลำดับขั้นความต้องการของ Maslow มาประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น ความต้องการน้ำ อาหาร อากาศ การพักผ่อนนอนหลับ ขับถ่าย ความต้องการทางเพศ ความจำเป็นจะต้องได้รับการตอบสนองด้านร่างกายอย่างเพียงพอ จากนั้นจึงเริ่มมีความต้องการในขั้นต่อไป เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านนี้ องค์กรจึงต้องอาศัยการจูงใจด้านการให้ผลตอบแทนเพื่อให้ร่างกายสุขสบาย เช่น อาหาร เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม ของใช้ต่างๆ บ้านพักที่อยู่อาศัย การได้รับการเยียวยารักษาโรค และการมีสภาพแวดล้อม บรรยากาศในการทำงานที่ถูกสุขลักษณะอนามัย การตอบสนองดังกล่าวอาจจะออกมาในลักษณะของตัวเงินที่จ่ายเป็นค่าตอบแทนหรือการจัดสวัสดิการ

ขั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย (Security or safety needs) เป็นความต้องการในขั้นที่สอง ซึ่งคนมีความต้องการความปลอดภัยในชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สิน หน้าที่การงาน เช่น ความเป็นอยู่ปลอดภัย ไม่มีอันตรายจากโจรผู้ร้าย ไม่มีการทำร้าย การคุกคาม เสี่ยงภัย ทำให้ได้รับความเจ็บปวด อันตรายทั้งร่างกายและจิตใจ ตลอดจนมีหน้าที่การงาน รายได้ที่มั่นคง สม่ำเสมอ มีสวัสดิการ มีบำเหน็จบำนาญ การที่ผู้บริหารจูงใจด้วยการสร้างความรู้สึกไม่หวาดระแวงเกรงกลัว แต่เป็นความรู้สึกสบายใจ ปลอดภัย และมีความมั่นคงในการปฏิบัติงาน ไม่หวาดหวั่นที่จะถูกปลดออกจากงานโดยไม่มีเหตุผล หรือไม่ได้รับความเป็นธรรม ซึ่งหมายถึงพนักงานทุกคนรู้สึกว่า มีหลักประกันความมั่นคงและปลอดภัยในหน้าที่การงาน

ขั้นที่ 3 ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (Affiliation or acceptance needs) หรือความต้องการด้านสังคมและความรัก (Social and love needs) เป็นส่วนหนึ่งของสังคม เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการร่างกาย และมีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยแล้ว ก็จะพัฒนาความต้องการความรักจากบุคคลรอบข้าง ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกของกลุ่ม ของครอบครัว ต้องการได้รับความใส่ใจและเป็นที่ยอมรับของเพื่อน การที่พนักงานรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ได้รับความรัก ความอบอุ่น จากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานมีความห่วงใย ดูแล ช่วยเหลือ เอื้ออาทรซึ่งกันและกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารได้ให้ความสำคัญและตอบสนองความต้องการ

ดังกล่าว การสร้างวัฒนธรรมองค์การ ด้วยการจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ เช่น การให้พนักงานได้มีโอกาสพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์

ขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการการได้รับความนับถือความมีชื่อเสียง เกียรติยศ เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง บุคคลจึงพยายามทำสิ่งต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จ จนเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น ทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าตนก็สามารถทำได้ การจูงใจพนักงานประเภทนี้ จึงไม่ใช่เงินเดือน สวัสดิการ หรือความมั่นคง แต่เป็นการยอมรับความสามารถและให้โอกาสมีส่วนร่วมในการบริหารกิจการ ผู้บริหารอาจพิจารณามอบหมายงานการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น การมอบหมายให้เป็นตัวแทนองค์การไปเข้าร่วมประชุม เป็นต้น การกระทำดังกล่าวแสดงว่าผู้บริหารไว้วางใจ ยอมรับในความสามารถ ความรู้ และความเชื่อมั่นว่าพนักงานสามารถทำได้ดี

ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for self actualization) เป็นความต้องการที่จะใช้ความสามารถสูงสุดที่ตนมีอยู่ ทำในสิ่งที่สามารถจะทำได้ เช่น ความต้องการเป็นเจ้าของกิจการ นักเขียนที่มีชื่อเสียง กล่าวโดยสรุป คือ ความต้องการประสบความสำเร็จและสมหวังในสิ่งที่ตนหวังหรือต้องการ ผู้บริหารจูงใจพนักงานให้รู้ถึงความสำเร็จของตน เช่น การจัดโครงการพนักงานดีเด่น การมอบรางวัล การชมเชย การประกาศเกียรติคุณต่อความสำเร็จของพนักงาน เป็นต้น

ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer

ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer (Alderfer's ERG theory) ทฤษฎีความต้องการ Alderfer หรือเรียกอีกอย่างว่า ทฤษฎี ERG (ERG ย่อมาจาก Existence-Relatedness-Growth theory) Alderfer เป็นเจ้าของทฤษฎี ซึ่งเน้นการทำให้เกิดความพอใจความต้องการของมนุษย์ แต่ไม่คำนึงถึงขั้นความต้องการว่าความต้องการใดจะเกิดขึ้นก่อนหรือหลัง และความต้องการหลายๆ อย่างอาจเกิดขึ้นพร้อมกันก็ได้ ความต้องการตามทฤษฎี ERG มีน้อยกว่าความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow Alderfer ได้แบ่งความต้องการของบุคคลออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1. ความต้องการมีชีวิตอยู่ (Existence needs) เป็นความต้องการของบุคคลที่ต้องการตอบสนองเพื่อให้มีชีวิต เป็นความต้องการได้รับการตอบสนองทางกาย กล่าวคือ ต้องการอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย เครื่องใช้ต่างๆ ยารักษาโรค ผู้บริหารจึงควรตอบสนองความต้องการด้วยการให้ค่าตอบแทนเป็นเงินค่าจ้าง เงินพิเศษ รวมถึงความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยจากการทำงานได้รับความยุติธรรม มีการทำสัญญาว่าจ้างการทำงาน เป็นต้น

2. ความต้องการมีสัมพันธภาพ (Relatedness needs) เป็นความต้องการของบุคคลที่จะมีมิตรไมตรี มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่อยู่แวดล้อมในการทำงานผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรใน

องค์การมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลภายนอกด้วยเช่น การจัดกิจกรรมที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม เกิดสถานภาพที่ยอมรับทาสังคม

3. ความต้องการความก้าวหน้า (Growth needs) เป็นความต้องการสูงสุดของบุคคล ได้แก่ ความต้องการได้รับการยกย่อง และความต้องการความสำเร็จในชีวิต ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเองให้เจริญก้าวหน้า ด้วยการพิจารณาการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งหรือมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานกว้างขึ้น โดยมีหน้าที่งานสูงขึ้น อันเป็นโอกาสที่พนักงานจะก้าวไปสู่ความสำเร็จ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคนอื่นๆ. 2541 : 111)

จากแนวคิดในเรื่องของแรงจูงใจถือได้ว่าแรงจูงใจเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญที่ทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นไม่ว่าจะเป็นพนักงานในตำแหน่งใด ตัวอย่าง พนักงานในระดับล่างซึ่งมีเงินเดือนไม่สูงมากมีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการในเรื่องของปัจจัยสี่ ส่วนพนักงานที่มีเงินเดือนระดับปานกลางถึงระดับสูง มีรายได้เพียงพอในการดำรงชีพ จึงทำให้มีแรงจูงใจในขั้นที่สูงขึ้น อันได้แก่ ความมั่นคงในหน้าที่การงาน และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ความหมายของสภาพแวดล้อมในการทำงาน

โจนส์ (สุชาติา เหมพรหมราช. 2551: 9; อ้างอิงจาก Jones. 1994: pp. 1807-A) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างรวมทั้งหมด ที่อยู่ล้อมรอบปัจเจกบุคคลหรือกลุ่ม ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคม หรือวัฒนธรรม ซึ่งต่างก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ได้ทั้งสิ้น

สำเนาวิ ขจรศิลป์ (สุชาติา เหมพรหมราช. 2551: 9; อ้างอิงจาก สำเนาวิ ขจรศิลป์. 2542. หน้า 101) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง สิ่งมีชีวิต สิ่งไม่มีชีวิต และสภาพการณ์ต่างๆ ที่บุคคลสร้างขึ้น สิ่งมีชีวิตในที่นี้ คือ พืช สัตว์ และมนุษย์ ส่วนสิ่งไม่มีชีวิตนั้น มีหลายอย่าง เช่น อาคาร สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตลอดจนขนาด และสถานที่ตั้งของหน่วยงาน ส่วนสภาพการณ์ต่างๆ ที่บุคคลสร้างขึ้น เช่น กฎระเบียบนโยบาย สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมตลอดจนบรรยากาศที่บุคคลกลุ่มต่างๆ สร้างขึ้น

กนกศิลป์ พุทธิศิลป์พรสกุล (สุชาติา เหมพรหมราช. 2551: 9; อ้างอิงจาก กนกศิลป์ พุทธิศิลป์พรสกุล. 2543. หน้า 63) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง สภาพและองค์ประกอบต่างๆ ภายในหน่วยงานทางการแพทย์ ที่จะส่งเสริม และเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ของพยาบาลวิชาชีพ ประเมินได้จากการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพจากสภาพแวดล้อมในหน่วยงาน

วาริน แซ่ตั้ง (สุชาติา เหมพรหมราช. 2551: 9; อ้างอิงจาก วาริน แซ่ตั้ง. 2543. หน้า 11) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน มีผลต่อความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ โครงสร้างของหน่วยงาน การให้รางวัล เป้าหมายของหน่วยงาน ความผูกพัน ต่อหน่วยงาน วิธีการทำงาน การตัดสินใจ การอบรมพัฒนาบุคลากร เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และสภาพแวดล้อมด้านกายภาพ

เมอร์ริน (Mullins. 1985) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง บรรยากาศการทำงาน ความมีอิสระ ความผูกพัน การมีส่วนร่วม และสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย วิธีการส่งเสริมการทำงาน และลดความคับข้องใจของผู้ปฏิบัติงาน โดยการสนองต่อความต้องการดังกล่าว ดังนั้นแนวทางการบริหารบุคคลสมัยใหม่จึงมุ่งไปที่การจัดสภาพแวดล้อมภายใต้เงื่อนไขที่คนจะทำงานได้อย่างมีความสุข และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งอุทิศร่างกาย แรงใจ ให้องค์การประสบความสำเร็จ

สรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง องค์ประกอบทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ล้อมรอบตัวเราภายในหน่วยงานหรือองค์การที่ส่งเสริมหรือเอื้อต่อการทำงาน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ความรู้สึกนึกคิด รวมทั้งการเรียนรู้ของบุคคล

องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมในการทำงาน

อุ้นตา นพคุณ (2527: 102-109) ได้แบ่งสภาพแวดล้อมในการเรียนการสอนผู้ใหญ่ในองค์การออกเป็น 2 องค์ประกอบ คือ

1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ได้แก่ แสงสว่าง เสียง การระบายอากาศ ห้องทำงาน และเครื่องมืออุปกรณ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1.1 แสงสว่าง ห้องควรมีแสงสว่างพอเพียงแก่การเรียนการสอน หากแสงสว่างน้อยหรือมากเกินไปจะทำให้เกิดผลเสียแก่สายตา โดยจัดให้มีค่าความเข้มของแสงประมาณ 30 ฟุตแรงเทียน ส่วนห้องที่มีการทำงานหรือการเรียนที่ใช้สายตามากๆ ควรมีความเข้มของแสง 50 ฟุตแรงเทียนขึ้นไป (กองวิจัยทางการศึกษา. 2545: 21) ซึ่งการเพ่งสายตามากในที่มีแสงสว่างน้อยจะทำให้กล้ามเนื้อตาเกิดความเมื่อยล้า ทำให้ขาดสมาธิในการทำงาน และการเรียนรู้

1.2 เสียง เสียงต่างๆ ควรมีระดับความดังของเสียงที่เหมาะสม ไม่ก้องและไม่ซ่า เนื่องจากเสียงรบกวนที่ดังมากจะเป็นอุปสรรคต่อการเรียน ผู้เรียนจะขาดสมาธิ ระดับความดังของเสียงรบกวนภายนอกอาคารไม่ควรเกิน 70 เดซิเบล ภายในไม่ควรเกินกว่า 35 – 40 เดซิเบล (กองวิจัยทางการศึกษา. 2545: 21)

1.3 การระบายอากาศ การระบายอากาศจากธรรมชาติ คือ ลม และการระบายอากาศจากอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ได้แก่ พัดลม และเครื่องปรับอากาศ สภาพการระบายอากาศจะต้องมีการถ่ายเทอากาศอย่างพอเพียง มีอุณหภูมิพอเหมาะ และมีความชื้นพอเหมาะด้วย เลนนี และคาร์เดิล (กองวิจัยทางการศึกษา. 2545: 19. อ้างอิงจาก Lene. 1996, Cardle. 1966) ได้ทำการทดลองเกี่ยวกับอิทธิพลของอุณหภูมิที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ พบว่า เมื่อได้เรียนในห้องเรียนที่มีเครื่องปรับอากาศมีการแสดงออกมากกว่า มีการปฏิบัติงานผิดพลาดน้อยกว่า และใช้เวลาเรียนน้อยกว่าการเรียนในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ

1.4 ห้องปฏิบัติงาน ควรจัดสถานที่ให้สะอาด มีระเบียบ และจัดสถานที่ให้พอดีกับจำนวนคน ไม่แคบไป และไม่โล่งจนเกินไป รวมทั้งมีการจัดสถานที่เพื่อสามารถใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ ได้อย่างสะดวก

1.5 เครื่องมืออุปกรณ์ในการปฏิบัติงาน เป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจที่จะปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ (สุชาติา เหมพรหมราช. 2551: 11; อ้างอิงจาก วนิภา ว่องวิจนะ. 2535. หน้า 20) ซึ่งถ้ามีเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ พร้อมครบครัน วางไว้เป็นระเบียบ สะดวกต่อการใช้งาน และมีนวัตกรรมใหม่ๆ เชิงสร้างสรรค์ จะช่วยลดระดับความเครียดแก่ผู้ปฏิบัติงาน ทำให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

2. สภาพแวดล้อมทางสังคม และจิตวิทยา (Social and Psychological Environment) ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ

2.1 ด้านโครงสร้าง (Structure) โครงสร้างที่ยืดหยุ่น ใช้กลุ่มปฏิบัติการกิจกรรมโยกย้ายเปลี่ยนแปลงบุคลากรฝ่ายต่างๆ ได้ง่าย ความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ ยอมผละออกจากประเพณี การประสานงานมากและบทบาทกว้าง ทรัพยากรเคลื่อนย้ายได้ง่าย

2.2 บรรยากาศ (Atmosphere) บรรยากาศเน้นบุคคล อบอุ่น สนใจผู้อื่น เป็นกันเอง สนิทสนม และไว้วางใจซึ่งกันและกัน

2.3 ปรัชญา และเจตคติฝ่ายจัดการ (Management philosophy and Attitude) หน้าที่ของฝ่ายจัดการ คือ การส่งเสริมให้บุคลากรกล้าแสดงออก อำนวยนั้นใช้เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานเท่านั้น มีการทดลอง กล้าเสี่ยง เจตคติต่อการทำผิดว่าเป็นการเรียนรู้ เน้นการพัฒนาบุคลากร ระบบพึ่งพา ซึ่งกันและกัน เป็นระบบเปิดที่ร่วมกันใช้และแบ่งปันทรัพยากร เป็นการพัฒนาและนำทรัพยากรไปใช้ มีความอดทนสูงในเรื่องการเปลี่ยนแปลง

2.4 การตัดสินใจและกำหนดนโยบาย (Decision making and policy making) ให้ทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วม ร่วมมือกันกำหนดนโยบาย และการปฏิบัติตามนโยบาย ตัดสินใจด้วยวิธีการแก้ปัญหา การตัดสินใจถือเสมือนว่าเป็นการนำข้อสมมุติฐานไปทดสอบ

2.5 การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารคล่องตัวไปได้หลายทิศทางจากล่างบน และรอบข้าง มีการแสดงอารมณ์ ความรู้สึก

วนิภา ว่องวิจนะ (สุชาติา เหมพรหมราช. 2551: 10; อ้างอิงจาก วนิภา ว่องวิจนะ. 2535. หน้า 21-29) ได้แบ่งสภาพแวดล้อมในการทำงานออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. สภาพการทำงานด้านกายภาพ หมายถึง สภาพแวดล้อมต่างๆ ภายในที่ทำงาน ประกอบด้วย แสงสว่าง เสียง สภาพอากาศ

2. สภาพการทำงานที่เกี่ยวกับด้านสังคม หมายถึง สังคม สิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีผลกระทบต่อบุคคลผู้ปฏิบัติงาน แบ่งออกเป็นด้านสัมพันธภาพและด้านการสนับสนุน

3. สภาพการทำงานที่เกี่ยวกับด้านจิตอารมณ์ หมายถึง ความคิด ความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อสิ่งแวดล้อมในการทำงานทั้งด้านกายภาพ และจิตสังคม แบ่งออกเป็น ความคิดสร้างสรรค์ ความมีอิสระในการทำงาน และความต้องการพัฒนาตนเอง

มูส์ (สวรัตน์ สวชนไพบูลย์. 2548: 11; อ้างอิงจาก Moos) ได้แบ่งสภาพแวดล้อมในการทำงานออกเป็น 10 ด้านคือ

1. ความเกี่ยวข้องในการทำงาน (Involvement) เป็นลักษณะความต้องการมีส่วนร่วม มีโอกาสที่จะเสนอแนะ การได้รับการยอมรับด้านความคิดเห็น ทำให้รู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญ และมีความเคารพในตนเองมากขึ้น การที่สมาชิกทุกคนในกลุ่มมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ได้ผสมผสานความรู้ ทักษะและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ความขัดแย้งก็จะไม่เกิดขึ้น งานก็จะมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ตรงกันข้ามถ้าองค์กรไม่เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วม หรือมีความรู้สึกเกี่ยวข้องในการทำงาน ลักษณะการทำงานอยู่ภายใต้การชี้แนะและเน้นที่ผลผลิต ก็คือการทำงานจะมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บังคับบัญชาและขององค์กร ทำให้พนักงานรู้สึกว่าตนต้องพึ่งพาบุคคลอื่น ต้องสุภาพถ่อมตน ปฏิบัติตามคำสั่ง โดยไม่ต้องใช้ความสามารถในการพัฒนาตนเอง ผลคือพนักงานจะรู้สึกทุกข์ใจ ผลผลิตต่ำและอาจมีการปรับตัวโดยการลาออก

2. การได้รับการสนับสนุน (Support) การได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชาก็เป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่จะส่งเสริมหรือหยุดยั้งประสิทธิภาพในการทำงาน ถ้าบุคคลใดมีเพื่อนร่วมงานที่มีความสามารถสูงพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือผู้อื่น และมีความเป็นมิตรก็อาจจะทำให้บุคคลมีความพอใจในสภาพแวดล้อมในการทำงานมากกว่าผู้อื่น

3. การได้รับการกระตุ้นให้ได้แสดงออก (Spontaneity) คือการที่ผู้บังคับบัญชาจะต้องเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความรู้สึกและความคิดเห็นเต็มที่ หากบุคคลมีความกลัวในการแสดงออก การติดต่อสื่อสารจะกระทำไม่ได้เต็มที่ ความริเริ่มสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิผลมากที่สุดจะไม่

ถูกนำออกมาแก้ปัญหา การเปิดโอกาสดังกล่าวทำได้ในลักษณะการให้อภิปรายแสดงความคิดเห็น และเสนอแนะวิธีแก้ปัญหา

4. ความเป็นอิสระในการทำงาน (Autonomy) เป็นลักษณะที่พนักงานมีอิสระที่จะใช้ความคิดริเริ่มของตนเอง มีความรับผิดชอบในการทำงาน และงานชิ้นนั้นจะสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับตัวพนักงาน ความไม่มีอิสระในการทำงาน และไม่มีอำนาจในการทำงาน เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความเหนื่อยหน่ายในอาชีพได้ ทั้งนี้เนื่องจากว่าพนักงานอาจมีความรู้สึกว่าจะไม่สามารถที่จะควบคุมสภาพแวดล้อมในการทำงานได้

5. การได้รับคำแนะนำในเรื่องการทำงาน (Practical Orientation) ลักษณะการให้คำแนะนำในเรื่องการทำงาน เป็นการพัฒนาบุคคลโดยจัดให้มีการแนะนำและฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้มีการปรับปรุงทักษะในการทำงาน เมื่องานเริ่มมีความยุ่งยากทางเทคนิคและเป็นงานเฉพาะอย่างมากยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีสิ่งใหม่ๆ ทางด้านเทคโนโลยี เช่น มีวิธีการผลิต มีการจัดโครงสร้างของบทบาท และการรับผิดชอบต่องานใหม่ การเปลี่ยนแปลงขององค์การอาจก่อให้เกิดความตึงเครียดได้ อันเนื่องจากการขาดการแนะนำ และให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการทำงาน

6. การได้รับคำแนะนำเรื่องปัญหาส่วนบุคคล (Personal Problem Orientation) เมื่อพนักงานมีปัญหาเกิดขึ้น และไม่สามารถที่จะแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง ผู้บังคับบัญชาก็อาจจะกระตุ้นให้พนักงานได้แสดงความรู้สึกออกมา โดยผู้บังคับบัญชาหรือผู้ที่ให้คำปรึกษา ต้องมีทักษะอย่างดี ในการฟังปัญหาของพนักงาน แล้วกระตุ้นหรือสนับสนุนให้พนักงานเล่าปัญหาให้ฟัง พนักงานที่ได้รับการให้คำปรึกษาทำให้สามารถลดความเครียดทางอารมณ์ได้

7. การแสดงความโกรธและความก้าวร้าว (Anger and Aggression) คือ การเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น สามารถที่จะโต้แย้งกับเพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชาได้อย่างเสรี โดยที่สามารถแสดงความโกรธ และก้าวร้าวต่อผู้อื่นได้อย่างเปิดเผย

8. การสั่งการและระเบียบในองค์การ (Order and Organization) คือ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์การ การสร้างความเชื่อถือให้แก่พนักงานเพื่อให้พนักงานฟังและปฏิบัติตาม

9. ความชัดเจนในการปฏิบัติงาน (Program Clarity) คือ ลักษณะงานที่มีความชัดเจน มีขอบเขตความรับผิดชอบ และมีความเข้าใจในหน้าที่ที่รับผิดชอบ

10. การควบคุมโดยผู้บังคับบัญชา (Staff Control) คือ รูปแบบการบังคับบัญชา และการควบคุมดูแลของผู้บังคับบัญชา

บุญทัน ดอกไธสง (2530: 48) ได้แบ่งสภาพแวดล้อมในการทำงานออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. สภาพแวดล้อมของงาน ได้แก่ แสงสว่าง อุณหภูมิ เป็นต้น
2. สภาพแวดล้อมของบุคคล ได้แก่ ผู้ร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา เป็นต้น
3. สภาพแวดล้อมสังคม ได้แก่ เศรษฐกิจ บทบาทของการเมือง เป็นต้น
4. สภาพแวดล้อมของรายได้ ได้แก่ เงินเดือน ค่าตอบแทน เป็นต้น

ทฤษฎีความต้องการประสพผลสำเร็จ (The need to achieve theory)

ทฤษฎี สันติวงษ์ (2533 : 392-394) ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์อีกทฤษฎีหนึ่ง ที่เรียกว่าทฤษฎีการต้องการประสพผลสำเร็จทั้ง 3 อย่าง คือ ความสำเร็จ (Achievement) อำนาจ (Power) และการมีสายสัมพันธ์ (Affiliation) นี่เป็นทฤษฎีที่กำหนดขึ้น โดย David C. McClelland และ J.W. Atkinson ตามทฤษฎีนี้เชื่อว่าโดยปกติแล้วความต้องการที่มีอยู่ในตัวคนจะมีเพียงสองชนิด คือ การต้องการมีความสุขสบาย และต้องการปลอดจากการเจ็บปวดแต่สำหรับความต้องการ อื่น ๆ นั้น ต่างก็เกิดขึ้นภายหลังโดยวิธีการเรียนรู้ แต่อย่างไรก็ตามโดยที่มนุษย์ทุกคนต่างก็ใช้ชีวิต ขวนขวายหาสิ่งต่าง ๆ มาคล้ายกัน จึงต่างมีประสบการณ์เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ มาเหมือน ๆ กัน จนในที่สุดมนุษย์ทุกคนต่างก็จะเรียนรู้ถึงความต้องการชนิดเดียวกันได้เหมือนกัน แต่จะต่างกันก็แต่ เฉพาะขนาด ของความต้องการจะมีมากน้อยแตกต่างกันไปด้วยเหตุนี้จึงสรุปได้ว่ามนุษย์ทุกคนต่าง ก็จะมีความต้องการเหมือนกัน แต่จะมีขนาดมากน้อยแตกต่างกัน ความต้องการทั้ง 3 ชนิด จะมีดังนี้

ความต้องการด้านความสำเร็จ (Achievement) คนที่ซึ่งมีความต้องการประสพผลสำเร็จสูง โดยมากมักจะนิยมตั้งเป้าหมายงานไว้ค่อนข้างสูง คนเหล่านี้ชอบที่จะทำงานให้ได้ผลดีด้วยตนเอง และมีความมุ่งมั่นปรารถนาที่จะทำให้งานนั้น ๆ สำเร็จผลให้ได้ด้วย ฝีมือของตนเอง คนเหล่านี้จะ สนใจถึงความสำเร็จตามที่ได้ตั้งใจไว้เป็นสำคัญ มากกว่าที่จะคำนึงถึงรางวัลหรือผลประโยชน์ที่จะได้ จากการงานนั้น คนพวกนี้มีบุคลิกลักษณะเด่น 3 ประการ คือ (1) จะตั้งเป้าหมายงานที่ยากและ ทำหาย (2) ต้องการจะทราบถึงความเป็นไปของงานที่ก้าวหน้าไปแต่ละขั้นว่าเป็นไปตามที่ตั้งไว้ เพียงใด และจะไม่ชอบการทำงานยาวนานเรื่อยเปื่อยโดยไม่รู้จักจบสิ้น โดยที่ไม่อาจเห็นชัดถึงคุณค่า หรือความสำเร็จของงานที่ทำ (3) คนกลุ่มนี้ต้องการที่จะควบคุมผลการการทำงานที่เกิดจากการที่ตนได้ พยายามทุ่มเทกำลังความพยายามไป และจะไม่ชอบอยู่ภายใต้การควบคุมของ ผู้หนึ่งผู้ใด รวมทั้งการไม่ชอบ ทำงานประเภทที่ขึ้นกับโชคหรือที่คาดการณ์ผลไม่ได้ จุดมุ่งหมายของคนเหล่านี้คือ ต้องการทำให้ โครงการหนึ่งซึ่งชัดเจนเป็นการเฉพาะโดยมีขอบเขตแจ้งชัดแต่จะไม่นิยมทำงานที่ต้องขึ้นกับโอกาสที่ เอาแน่นอนไม่ได้ หรือที่ต้องขึ้นกับคนอื่น

ความต้องการด้านอำนาจ (Power) คือความต้องการที่อยากจะมีอำนาจเหนือบุคคลอื่น และจะมุ่งพยายามแสดงออกเพื่อมีอำนาจควบคุมเหนือต่อทั้งทรัพย์สิน สิ่งของ และในทางสังคม คนประเภทที่นิยมชมชื่นต่ออำนาจเป็นอย่างมากนี้ ต่างจะพยายามมุ่งใช้วิธีสร้างอิทธิพลเหนือหรือพยายามหว่านล้อมให้เกิดการยอมรับนับถือจากฝ่ายอื่น และบ่อยครั้งต่างจะไฝ่หาตำแหน่งที่จะได้เป็นผู้นำของกลุ่มที่ตนสังกัดอยู่ คนกลุ่มนี้จะรู้สึกมีแรงจูงใจสูงถ้าหากได้มีการเปิดโอกาสให้เขาได้แสดงออกในทางต่างๆ ที่จะเพิ่มบทบาท อำนาจให้เต็มที่ ลักษณะของคนที่มีความต้องการด้านอำนาจนี้จะมีดังนี้ คือ(1)นิยมและเชื่อในระบบอำนาจที่มีอยู่ในองค์กร (2) เชื่อในคุณค่าของงานที่ทำ (3) พร้อมทั้งจะสละประโยชน์ส่วนตนให้กับองค์กร (4) เชื่อในความเป็นธรรมที่ไม่มีการลำเอียงใด ๆ

ความต้องการสายสัมพันธ์ (Affiliation) คือ การให้น้ำหนักความสำคัญต่อมิตรจิต และความสัมพันธ์ระหว่างกัน และหวังจะได้รับการมีน้ำใจตอบแทนจากคนอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้คนที่มีความต้องการทางสายสัมพันธ์มากจึงมักจะแสดงออกโดยการหวังหรืออยากที่จะได้รับการยอมรับจากคนอื่นให้มากที่สุด โดยพยายามทำตนให้สอดคล้องเข้ากับความต้องการและความอยากได้ของฝ่ายอื่น และจะพยายามทำตนเป็นคนจริงใจและพยายามเข้าใจความรู้สึกของฝ่ายอื่น ๆ ให้มาก ดังนั้น คนประเภทนี้จึงมุ่งพยายามและแสวงหาโอกาสที่จะสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ การหวังจะได้รู้จักและมีโอกาสสื่อความกับคนอื่น จึงเป็นสิ่งที่คนกลุ่มนี้จะเสาะหาตลอดเวลา ประโยชน์จากการทราบถึงความต้องการตามแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวนี้ ก็คือคนทุกคนจะมีความแตกต่างกันในประสบการณ์ที่แต่ละคนเคยมีมาทั้งในแง่ของความต้องการด้านความสำเร็จ ด้านอำนาจ และด้านสายสัมพันธ์ ดังนั้น จึงเป็นข้อคิดที่สำคัญที่ชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารทุกคนต้องทำการประเมินถึงความเข้มแข็งรูปแสดงเปรียบเทียบทฤษฎีความต้องการทั้งสาม คือ Maslow, Alderfer และ McClelland ดังนี้

Maslow	Alderfer	Mcclelland
ความต้องการสำเร็จ ตามความนึกคิด	ความต้องการ ก้าวหน้าเติบโต	ความต้องการด้าน ความสำเร็จ
ความต้องการมีฐานะเด่น		ความต้องการมีอำนาจ
ความต้องการทางสังคม	ความต้องการมีความ สัมพันธ์กับฝ่ายอื่น	ความต้องการมี สายสัมพันธ์
ความต้องการทางด้าน ความมั่นคง	ความต้องการอยู่รอด	
ความต้องการทาง ด้านร่างกาย		

ภาพประกอบ 2 แสดงแผนภาพการเปรียบเทียบทฤษฎีความต้องการ

ที่มา : Hyler Bracey, Anbrey Sanford and James C. Quick, *Basic Management : An experience based aproach Revised Edition ;Plano, Texas : Business Publications, Inc., 1981, p.32.*)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สนธิยา ชูขจร (2546.) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต ผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนประกันชีวิตมีทัศนคติในระดับดีมากในด้านอาชีพตัวแทนเป็นอาชีพที่ต้องพบปะบุคคลมากขึ้นเพื่อแนะนำสู่ผู้มุ่งหวัง ด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพตัวแทนประกันชีวิตส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพในระดับสูง ด้านแรงจูงใจตัวแทนประกันชีวิตมีความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมในการให้สวัสดิการของบริษัทความมั่นใจในชื่อเสียง ความต้องการทำงานในการสร้างตำแหน่งใหม่ที่สูงขึ้น และความพอใจในการสนับสนุนความก้าวหน้าของบริษัทในระดับดีมาก ความพึงพอใจในผลตอบแทนของคอมมิชชั่น โบนัส การจัด

แข่งขันในระดับดี ด้านบุคลิกภาพ ตัวแทนประกันชีวิตมีความเห็นเกี่ยวกับความจริงใจที่มีต่อลูกค้า และเพื่อนร่วมอาชีพในระดับดีมาก ด้านประชากรศาสตร์พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตที่มีเพศแตกต่างกันมีความสำเร็จในอาชีพไม่แตกต่างกัน ตัวแทนประกันชีวิตที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานแตกต่างกันมีความสำเร็จในอาชีพแตกต่างกัน ปัจจัยด้านทัศนคติ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพ และกลยุทธ์ในการขายของตัวแทนประกันชีวิตมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันชีวิต

อุษณี สุนทรโรทก (2539) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ ลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ เพศ การศึกษา และสถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ แต่ปัจจัยเรื่องอายุมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในสายงานอาชีพ ซึ่งอายุช่วง 35 - 45 ปี เป็นช่วงอายุที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด นอกจากนี้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งได้แก่ ประสบการณ์ด้านการขายประกันเต็มเวลา ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต ความพึงพอใจในอาชีพ ทัศนคติที่ดีต่อบริษัท นิสัยงานที่ดี (หมายถึง ความขยัน อดทน ซื่อสัตย์ การวางแผน การขาย การให้บริการหลังการขายที่ดี) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

ปรีดา จิรวินัส (2546) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในสายงานอาชีพนักบัญชีในธุรกิจเอกชน โดยศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล และความสำเร็จในสายงานอาชีพนักบัญชีในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านกายภาพที่ได้รับจากหน้าทำงาน ด้านเนื้องาน ด้านได้รับการยอมรับนับถือและความมั่นคง ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ด้านการพัฒนาอาชีพงาน ด้านการมีโอกาสนในการบริหาร และด้านความภาคภูมิใจ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักบัญชีในธุรกิจเอกชนมีระดับของความสำเร็จโดยรวมในสายงานอาชีพนักบัญชีในธุรกิจเอกชนในด้านต่าง ๆ นักบัญชีในธุรกิจเอกชนจะประสบความสำเร็จอย่างมาก และเมื่อพิจารณาความสำเร็จในสายงานอาชีพนักบัญชีในธุรกิจเอกชนรายด้าน พบว่าด้านการให้การยอมรับนับถือและความมั่นคง ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ด้านความภาคภูมิใจ ด้านเนื้องาน ด้านการมีโอกาสนในการบริหารและด้านกายภาพที่ได้รับจากหน้าทำงาน นักบัญชีในธุรกิจเอกชนจะประสบความสำเร็จมาก และความสำเร็จในสายงานอาชีพนักบัญชีในธุรกิจเอกชนในด้านการพัฒนาอาชีพงาน นักบัญชีธุรกิจเอกชนไม่แน่ใจว่าจะประสบความสำเร็จ

ยงยุทธ พิรพงศ์พิพัฒน์ (2538) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานในองค์การเอกชนแห่งหนึ่ง โดยการวิจัยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลทั่วไป ได้แก่ ระดับตำแหน่งงาน เพศ สถานภาพสมรส วุฒิการศึกษา อายุ และปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ซึ่งได้แก่ ลักษณะเป็นช่างเท้าหน้า ลักษณะกล้าที่จะยืนหยัดเรียกร้อง ลักษณะต้องการความสำเร็จ ลักษณะเป็นตัวของตัวเอง ลักษณะต้องการเป็นที่ยอมรับ ลักษณะสุขุม ใจเย็น ลักษณะมีความคิดริเริ่มลักษณะ

ควบคุมตัวเอง โดยศึกษาปัจจัยเหล่านี้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งผลการวิจัยปรากฏว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคลทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย ตำแหน่งงาน เพศ สถานภาพสมรส วุฒิการศึกษา อายุ มีระดับความพึงพอใจในการทำงานไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1.1 ในกลุ่มของพนักงานในระดับบริหาร มีความพึงพอใจในการทำงานไม่แตกต่างจากกลุ่มของพนักงานในระดับปฏิบัติการ

1.2 เพศหญิง มีความพึงพอใจในการทำงานไม่แตกต่างจากเพศชาย

1.3 พนักงานที่สมรสแล้ว มีความพึงพอใจในการทำงานไม่แตกต่างจากพนักงานที่เป็นโสด

1.4 พนักงานที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจไม่แตกต่างจากพนักงานที่วุฒิการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

1.5 พนักงานที่มีอายุมากกว่า มีความพึงพอใจในการทำงานไม่แตกต่างจากพนักงานที่มีอายุน้อยกว่า

2. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะที่เป็นช่างเท้าหน้า ลักษณะกล้าที่จะยืนหยัดเรียกร้อง ลักษณะที่ต้องการความสำเร็จ ลักษณะที่เป็นตัวของตัวเอง ลักษณะต้องการเป็นที่ยอมรับ ลักษณะที่สุขุมใจเย็น ลักษณะที่มีความคิดริเริ่ม ลักษณะที่ควบคุมตัวเอง พบว่ามี 5 ปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และ 3 ปัจจัยมีระดับความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 5 ปัจจัย คือ

- พนักงานที่มีลักษณะเป็นช่างเท้าหน้ามากกว่า มีความพึงพอใจในการทำงาน มากกว่ากลุ่มที่มีลักษณะเป็นช่างเท้าหน้าน้อยกว่า

- พนักงานที่มีลักษณะต้องการความสำเร็จมากกว่า มีความพึงพอใจในการทำงาน มากกว่ากลุ่มที่มีลักษณะต้องการความสำเร็จน้อยกว่า

- พนักงานที่มีลักษณะต้องการเป็นที่ยอมรับมากกว่า มีความพึงพอใจในการทำงาน มากกว่ากลุ่มที่มีลักษณะต้องการเป็นที่ยอมรับน้อยกว่า

- พนักงานที่มีลักษณะสุขุมใจเย็นมากกว่า มีความพึงพอใจในการทำงาน มากกว่ากลุ่มที่มีลักษณะสุขุมใจเย็นน้อยกว่า

- พนักงานที่มีลักษณะควบคุมตนเองมากกว่า มีความพึงพอใจในการทำงาน มากกว่ากลุ่มที่มีลักษณะควบคุมตนเองน้อยกว่า

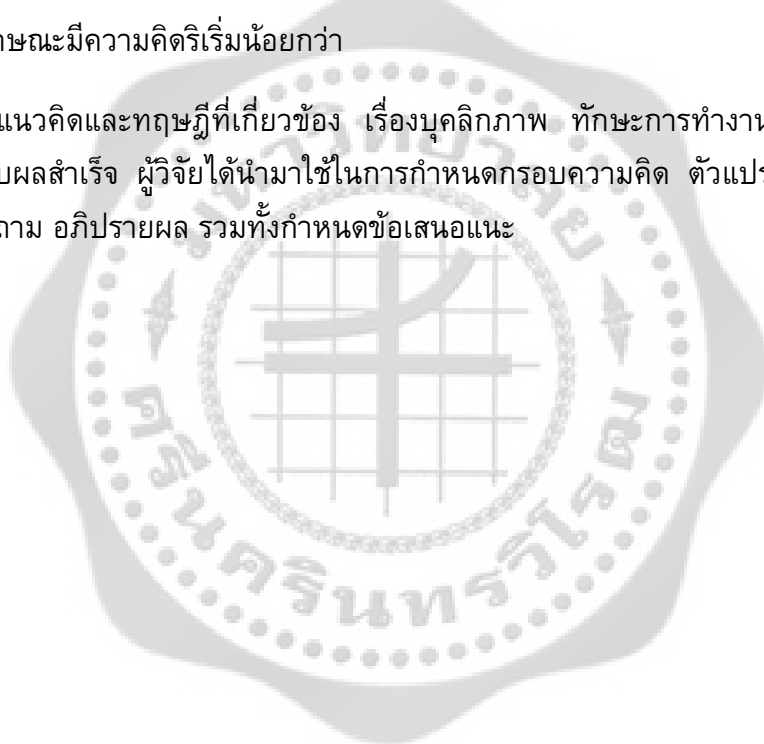
1.2 ปัจจัยที่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 3 ปัจจัย คือ

- พนักงานที่มีลักษณะกล้ายืนหยัดเรียกร้องมากกว่า มีความพึงพอใจในการทำงานไม่แตกต่างจากกลุ่มที่มีลักษณะกล้ายืนหยัดเรียกร้องน้อยกว่า

- พนักงานที่มีลักษณะเป็นตัวของตัวเองมากกว่า มีความพึงพอใจในการทำงานไม่แตกต่างจากกลุ่มที่มีลักษณะเป็นตัวของตัวเองน้อยกว่า

- พนักงานที่มีลักษณะมีความคิดริเริ่มมากกว่า มีความพึงพอใจในการทำงานไม่แตกต่างจากกลุ่มที่มีลักษณะมีความคิดริเริ่มน้อยกว่า

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เรื่องบุคลิกภาพ ทักษะการทำงาน แรงจูงใจ ความต้องการประสบผลสำเร็จ ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการกำหนดกรอบความคิด ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม ออกแบบสอบถาม อภิปรายผล รวมทั้งกำหนดข้อเสนอแนะ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขายทางโทรศัพท์ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 385 คน (ที่มา : ข้อมูลฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ณ เดือนธันวาคม 2553)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขายทางโทรศัพท์ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนั้น เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้หลักการคำนวณของ Taro Yamane โดยยอมให้ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2548 : 194) โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
N	แทน	จำนวนประชากร
e	แทน	ระดับความคลาดเคลื่อน (0.05)

$$\begin{aligned} \text{เมื่อแทนค่าในสูตร} \quad n &= \frac{385}{1 + 385(0.05)^2} \\ &= 196 \end{aligned}$$

จากการคำนวณพบว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n) เท่ากับ 196 คน ผู้วิจัยได้ทำการเพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 4 คน รวมแล้วได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทราบความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะถูกเลือกเข้าเป็นตัวอย่าง ดังนั้นในการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Judgement Sampling) โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามเฉพาะพนักงานขายทางโทรศัพท์ของบริษัท ประกันแห่งหนึ่ง และดำเนินการเก็บแบบสอบถามแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างครบจำนวน 200 คน ตามสัดส่วนที่คำนวณได้

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยมีการดำเนินการสร้างตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าตำรา ข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ รวมถึงการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อให้มีประสิทธิภาพและครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย

2. ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตและประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสร้างรูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question) มีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

1. 20 - 24 ปี
2. 25 - 29 ปี
3. 30 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพสมรส เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1. โสด
2. สมรส
3. หม้าย/หย่าร้าง

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษาสูงสุด เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี หรือสูงกว่า

ข้อที่ 5 ประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

1. ต่ำกว่า 1 ปี
2. 1 - 3 ปี
3. มากกว่า 3 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสามารถในการขายของพนักงานขาย ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Question) แบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating Scale Method: Likert Scale Question) จำนวนทั้งหมด 5 ข้อ ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับดังนี้

ระดับประเมิน	ระดับความคิดเห็น	
ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับ 3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
ระดับ 2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การอภิปรายผลการวิจัยของส่วนที่ 2 ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 129) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากนั้นกำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมินผลแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสามารถในการขายของพนักงานขาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการขาย
1.00 - 1.80	มีความสามารถในการขายในระดับไม่ดีอย่างมาก
1.81 - 2.60	มีความสามารถในการขายในระดับไม่ดี
2.61 - 3.40	มีความสามารถในการขายในระดับปานกลาง
3.41 - 4.20	มีความสามารถในการขายในระดับดี
4.21 - 5.00	มีความสามารถในการขายในระดับดีอย่างมาก

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขาย เป็นคำถามแบบ Semantic Differential Scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับคือ

- ระดับ 5 หมายถึง มีลักษณะบุคลิกภาพตรงกับรูปแบบ A อย่างมาก
- ระดับ 4 หมายถึง มีลักษณะบุคลิกภาพตรงกับรูปแบบ A
- ระดับ 3 หมายถึง มีลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง มีลักษณะบุคลิกภาพตรงกับรูปแบบ B
- ระดับ 1 หมายถึง มีลักษณะบุคลิกภาพตรงกับรูปแบบ B อย่างมาก

การอภิปรายผลการวิจัยของส่วนที่ 3 ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 129) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากนั้นกำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมินผลแบบสอบถามลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับลักษณะบุคลิกภาพ
1.00 - 1.80	มีลักษณะบุคลิกภาพตรงกับรูปแบบ B อย่างมาก
1.81 - 2.60	มีลักษณะบุคลิกภาพตรงกับรูปแบบ B
2.61 - 3.40	มีลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นกลาง
3.41 - 4.20	มีลักษณะบุคลิกภาพตรงกับรูปแบบ A
4.21 - 5.00	มีลักษณะบุคลิกภาพตรงกับรูปแบบ A อย่างมาก

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายของพนักงานขาย ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Question) แบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating Scale Method: Likert Scale Question) จำนวนทั้งหมด 6 ข้อ ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับดังนี้

ระดับประเมิน	ระดับความคิดเห็น
ระดับ 5	หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 4	หมายถึง เห็นด้วย
ระดับ 3	หมายถึง ไม่แน่ใจ
ระดับ 2	หมายถึง ไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การอธิบายผลการวิจัยของส่วนที่ 4 ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายผลและแปลความหมายค่าคะแนน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 129) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากนั้นกำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมินผลแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายของพนักงานขาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการขาย
1.00 - 1.80	มีแรงจูงใจในการขายในระดับไม่ดีอย่างมาก
1.81 - 2.60	มีแรงจูงใจในการขายในระดับไม่ดี

2.61 - 3.40	มีแรงจูงใจในการขายในระดับปานกลาง
3.41 - 4.20	มีแรงจูงใจในการขายในระดับดี
4.21 - 5.00	มีแรงจูงใจในการขายในระดับดีอย่างมาก

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Question) แบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating Scale Method: Likert Scale Question) จำนวนทั้งหมด 4 ข้อ ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับดังนี้

ระดับประเมิน	ระดับความคิดเห็น	
ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับ 3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
ระดับ 2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การอธิบายผลการวิจัยของส่วนที่ 5 ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายผลและแปลความหมายค่าคะแนน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 129) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นกำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมินผลแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวก
1.00 - 1.80	สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานอยู่ในระดับไม่ดีอย่างมาก
1.81 - 2.60	สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานอยู่ในระดับไม่ดี
2.61 - 3.40	สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง
3.41 - 4.20	สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานอยู่ในระดับดี
4.21 - 5.00	สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานอยู่ในระดับดีอย่างมาก

ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ แบ่งเป็น 6 ข้อ โดยในข้อที่ 1 ถึง 4 ซึ่งเป็นเรื่องของคำตอบแทน ความก้าวหน้าในอาชีพ มีความรู้ความสามารถ และภาคภูมิใจในงานที่ทำ แบบสอบถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับคือ

- ระดับ 5 หมายถึง ความสำเร็จในการขายในระดับดีมาก
- ระดับ 4 หมายถึง ความสำเร็จในการขายในระดับดี
- ระดับ 3 หมายถึง ความสำเร็จในการขายในระดับปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ความสำเร็จในการขายในระดับไม่ดี
- ระดับ 1 หมายถึง ความสำเร็จในการขายในระดับไม่ดีมาก

การอภิปรายผลการวิจัยของข้อที่ 1 ถึง 4 นี้ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 129) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นกำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมินผลแบบสอบถามความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำเร็จ
1.00 - 1.80	มีความสำเร็จในการขายในระดับไม่ดีอย่างมาก
1.81 - 2.60	มีความสำเร็จในการขายในระดับไม่ดี
2.61 - 3.40	มีความสำเร็จในการขายในระดับปานกลาง
3.41 - 4.20	มีความสำเร็จในการขายในระดับดี
4.21 - 5.00	มีความสำเร็จในการขายในระดับดีอย่างมาก

ส่วนข้อที่ 5 และ 6 จำนวนลูกค้าที่ขายได้ และจำนวนลูกค้าที่ขายได้ทั้งหมด เป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกจำนวนลูกค้าที่ขายได้ และที่ขายได้ทั้งหมด ตามลำดับ

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้คณะกรรมการตรวจสอบ และเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความเหมาะสม

ของเนื้อหา จากนั้นนำมาปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจน และถูกต้องก่อนนำไปใช้

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุดเพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการคำนวณค่า Cronbach's alpha (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2548: 449) ดังนี้

$$\text{Cronbach's alpha} = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k-1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

โดย k = จำนวนคำถาม

$\overline{\text{covariance}}$ = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ

$\overline{\text{variance}}$ = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมของคำถาม

ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นในแต่ละด้านดังนี้

- ความสามารถในการขายของพนักงานขาย มีค่าเท่ากับ 0.789
- ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขาย มีค่าเท่ากับ 0.755
- แรงจูงใจในการขายของพนักงานขาย มีค่าเท่ากับ 0.750
- ความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มีค่าเท่ากับ 0.817
- ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ มีค่าเท่ากับ 0.761

5. นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง ก่อนนำออกไปใช้เก็บข้อมูลภาคสนาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำการวิจัยครั้งนี้โดยตรง โดยผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองซึ่งเป็นข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพื่อให้ได้ข้อมูลสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยไม่ได้เก็บรวบรวมด้วยตนเอง แต่ได้นำมาจากการค้นคว้าจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษาวิจัยและสื่อต่างๆ รวมทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานต่างๆ ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากทำการรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยการตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามและคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก โดยคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์เท่านั้น
2. ทำการลงรหัส (Coding) ข้อมูล โดยแบ่งเป็นกลุ่มตามตัวแปรที่ทำการศึกษา แล้วนำข้อมูลบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์
3. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

โดยวิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด และประสบการณ์ในการทำงาน แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการขายของพนักงานขาย แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขาย แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการขายของพนักงานขาย แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน แสดงผลเป็น ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เพื่อทดสอบสมมุติฐานการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียด ดังนี้

1. สมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ค่าแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

2. สมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความสามารถในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

การวิเคราะห์ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

3. สมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

การวิเคราะห์ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

4. สมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

การวิเคราะห์ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

5. สมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

การวิเคราะห์ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าสถิติ 2 ประเภทในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายถึงข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ
 f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
 n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{x}) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 35)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum x$ แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด
 n แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 65)

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 x^2 แทน ผลรวมคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 n แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทำการทดสอบสมมุติฐานที่ตั้งขึ้น จะใช้สถิติต่างๆ ดังนี้

2.1 สถิติ t-test ใช้สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ทดสอบสมมุติฐานด้านเพศ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 178) โดยมีสูตรดังนี้

ในกรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{Sp \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติทดสอบ t มีองศาอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution

\bar{x}_1, \bar{x}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ
S_p	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม
n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

ในกรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
\bar{x}_1, \bar{x}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ
S_1^2, S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ
n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

2.2 สถิติการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป (สถิติเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. 2542: 393) มีสูตรดังนี้

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างประชากร	$k - 1$	$SS(B) = \sum_{i=1}^k \frac{T_i^2}{n_i} - \frac{T^2}{n}$	$MS(B) = \frac{SS(B)}{k - 1}$	$\frac{MS(B)}{MS(W)}$
ภายในประชากร	$n - k$	$SS(W) = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} x_{ij}^2 - \frac{T_i^2}{n_i}$	$MS(W) = \frac{SS(W)}{n - k}$	
รวม	$n - 1$	$SS(T) = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} x_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$		

เมื่อ k	แทน	จำนวนประชากรที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
n	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้นที่เลือกมาจากประชากรทุกประชากร
n_i	แทน	จำนวนตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากรที่ i

X_{ij}	แทน	ค่าสังเกตซึ่งได้จากตัวอย่างที่ j ที่เลือกมาจากประชากรที่ i
T_i	แทน	ผลรวมของค่าสังเกตจากตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากรที่ i
T	แทน	ผลรวมของค่าสังเกตจากตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากรทุกประชากร
$SS (B)$	แทน	ผลรวมกำลังสองระหว่างประชากร (Between Sum of Square)
$k - 1$	แทน	องศาแห่งความเป็นอิสระระหว่างประชากร (Between Degree of Freedom)
$SS (W)$	แทน	ผลรวมกำลังสองภายในประชากร (Within Sum of Square)
$n - k$	แทน	องศาแห่งความเป็นอิสระของภายในประชากร
$MS (B)$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
$MS (W)$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)
F	แทน	ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2544: 333)

$$LSD = \sqrt{n-k} \text{MSE} \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

$$r = n - k$$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
	MSE	แทน	ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
	n	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

α แทน ค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด

2.3 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) โดยใช้สูตร ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์.2540: 144 – 145)

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
n	แทน	จำนวนคู่ของข้อมูล
$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนของตัวแปร x
$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนนของตัวแปร y
$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณของคะแนนตัวแปร x และ y
$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของคะแนนตัวแปร x
$\sum y^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของคะแนนตัวแปร x

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แทนด้วยสัญลักษณ์ r มีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง +1 ค่าที่อยู่ตรงกลางคือ 0 หมายความว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ถ้าค่า $ r $ มีค่าสูงกว่า	0.90	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก
ถ้าค่า $ r $ มีค่าตั้งแต่	0.70-0.89	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ถ้าค่า $ r $ มีค่าตั้งแต่	0.30-0.69	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
ถ้าค่า $ r $ มีค่าตั้งแต่	0.01-0.29	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ถ้าค่า $ r $ มีค่าเท่ากับ	0	แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง” การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
Prob., p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 7 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ โดยแจกแจงจำนวน และร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	53	26.5
หญิง	147	73.5
รวม	200	100.0
2. อายุ		
20 - 24 ปี	39	19.5
25 - 29 ปี	99	49.5
30 ปีขึ้นไป	62	31.0
รวม	200	100.0
3. สถานภาพสมรส*		
โสด	136	68.0
สมรส	59	29.5
หม้าย/หย่าร้าง	5	2.5
รวม	200	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	76	38.0
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	124	62.0
รวม	200	100.0
5. ประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์		
ต่ำกว่า 1 ปี	68	34.0
1 - 3 ปี	84	42.0
มากกว่า 3 ปีขึ้นไป	48	24.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 200 คน สรุปผลได้ดังนี้

เพศ

พนักงานขายทางโทรศัพท์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5

อายุ

พนักงานขายทางโทรศัพท์ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-29 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคืออายุ 30 ปีขึ้นไป มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และอายุระหว่าง 20-24 ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5

สถานภาพสมรส

พนักงานขายทางโทรศัพท์ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ระดับการศึกษา

พนักงานขายทางโทรศัพท์ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0

ประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์

พนักงานขายทางโทรศัพท์ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ 1-3 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์มากกว่า 3 ปีขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0

เนื่องจากมีอันตรายภาคชั้นของข้อมูลด้านสถานภาพสมรสของพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีความถี่น้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มใหม่เพื่อเป็นการใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ (จัดกลุ่มใหม่)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. สถานภาพสมรส		
โสด	136	68.0
สมรส/หม้าย/หย่าร้าง	64	32.0
รวม	200	100.0

สถานภาพสมรส

พนักงานขายทางโทรศัพท์ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 และสถานภาพสมรส/หม้าย/หย่าร้าง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง โดยแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ความสามารถในการขาย ของพนักงานขายทางโทรศัพท์	\bar{X}	S.D.	ระดับความสามารถ
ท่านสามารถโน้มหน้าและเข้าใจถึงปัญหาของลูกค้าได้	4.16	.650	ดี
ท่านสามารถตอบข้อโต้แย้ง และข้อสงสัยของลูกค้าได้	4.22	.651	ดีอย่างมาก
ท่านสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและ ได้ใจความ	4.23	.690	ดีอย่างมาก

ตาราง 3 (ต่อ)

ความสามารถในการขาย ของพนักงานขายทางโทรศัพท์	\bar{X}	S.D.	ระดับความสามารถ
ท่านสามารถใช้ประโยชน์กับเครื่องมือที่ใช้ในการ ขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.24	.703	ดีมาก
ท่านรับฟังถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างตั้งใจ	4.25	.685	ดีมาก
รวม	4.22	.576	ดีมาก

จากตาราง 3 ความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีความสามารถในระดับดีมาก ได้แก่ เรื่องการรับฟังถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างตั้งใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ เรื่องการใช้ประโยชน์กับเครื่องมือที่ใช้ในการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เรื่องการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและตั้งใจความ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และเรื่องการตอบข้อโต้แย้งและข้อสงสัยของลูกค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนความสามารถในระดับดี ได้แก่ เรื่องการโน้มน้าวและเข้าใจถึงปัญหาของลูกค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง โดยแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ลักษณะบุคลิกภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับบุคลิกภาพ
การมาทำงานสาย (ไม่เคยมาสายเลย.....มาสายเป็นบางครั้ง)	3.66	1.054	ตรงกับรูปแบบ A
ลักษณะการแข่งขัน (ชอบการแข่งขัน.....ไม่ชอบการแข่งขัน)	3.49	1.084	ตรงกับรูปแบบ A
ความรู้สึกกระตือรือร้นในการทำงาน (รู้สึกกระตือรือร้น.....ไม่เคยรู้สึกกระตือรือร้น)	3.82	.903	ตรงกับรูปแบบ A

ตาราง 4 (ต่อ)

ลักษณะบุคลิกภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับบุคลิกภาพ
รูปแบบการทำงาน (ทำหลายสิ่งในขณะเดียวกัน.....ทำสิ่งเดียวใน ช่วงเวลาหนึ่ง)	3.45	1.021	ตรงกับรูปแบบ A
ความรวดเร็วในการทำงาน (ทำงานด้วยความรวดเร็ว.....ทำงานด้วยความ ประณีต)	3.70	.884	ตรงกับรูปแบบ A
การแสดงอารมณ์ความรู้สึก (แสดงออกตามความรู้สึก.....เก็บความรู้สึกไว้)	3.71	.938	ตรงกับรูปแบบ A
การสนใจสิ่งแวดล้อมภายนอก (สนใจมาก.....สนใจน้อย)	3.48	.966	ตรงกับรูปแบบ A
รวม	3.61	.731	ตรงกับรูปแบบ A

จากตาราง 4 ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งโดยภาพรวมตรงกับรูปแบบ A ทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลักษณะบุคลิกภาพตรงรูปแบบ A ได้แก่ เรื่องความรู้สึกกระตือรือร้นในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 รองลงมาคือ เรื่องการแสดงอารมณ์ความรู้สึก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เรื่องความรวดเร็วในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เรื่องการมาทำงานสาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เรื่องลักษณะการแข่งขัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 เรื่องการสนใจสิ่งแวดล้อมภายนอก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และเรื่องรูปแบบการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง โดยแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับแรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

แรงจูงใจในการขาย ของพนักงานขายทางโทรศัพท์	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ท่านมีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จได้ด้วย ตนเอง	4.50	.585	ดีอย่างมาก
หลักสำคัญก็คือท่านจะต้องขายให้ได้เท่านั้น	4.17	.728	ดี
การที่ท่านต้องการประสบความสำเร็จในการขาย เป็นการทำเพื่อตัวเอง	4.02	.964	ดี
ท่านจะขายต่อไป แม้ว่าท่านจะประสบ ความสำเร็จแล้วก็ตาม เพราะถือเป็นการท้าทาย ความสามารถ	4.26	.743	ดีอย่างมาก
ท่านไม่เคยคิดที่จะเลิกขาย เพราะยังคงพึงพอใจ ที่จะขายต่อไป	4.13	.795	ดี
ท่านขายเพราะรู้สึกว่าจะชอบและรักในงานด้านนี้	4.11	.823	ดี
รวม	4.19	.550	ดี

จากตาราง 5 แรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า แรงจูงใจในระดับดีอย่างมาก ได้แก่ เรื่องการมีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และเรื่องการจะขายต่อไป แม้ว่าท่านจะประสบความสำเร็จแล้วก็ตาม เพราะถือเป็นการท้าทายความสามารถ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนแรงจูงใจในระดับดี ได้แก่ เรื่องหลักสำคัญก็คือท่านจะต้องขายให้ได้เท่านั้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เรื่องการไม่เคยคิดที่จะเลิกขาย เพราะยังคงพึงพอใจที่จะขายต่อไป โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เรื่องการขายเพราะรู้สึกว่าจะชอบและรักในงานด้านนี้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และเรื่องการทำท่านต้องการประสบความสำเร็จในการขาย เป็นการทำเพื่อตัวเอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง โดยแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สถานที่ทำงานเหมาะสมแก่การทำงานเช่น สะอาด, เงียบสงบ	4.31	.817	ดีมาก
อุปกรณ์ที่ช่วยในการขาย เช่น เครื่อง คอมพิวเตอร์, โทรศัพท์ สามารถใช้งานได้เป็น อย่างดี	4.24	.725	ดีมาก
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการขาย สามารถ ทำงานได้อย่างรวดเร็ว	4.08	.893	ดี
มีมุมพักผ่อน ดื่มน้ำ ชา กาแฟ ให้กับพนักงาน อย่างพอเพียง	4.32	.867	ดีมาก
รวม	4.24	.629	ดีมาก

จากตาราง 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคิดเห็นในระดับดีมาก ได้แก่ เรื่องการมีมุมพักผ่อน ดื่มน้ำ ชา กาแฟ ให้กับพนักงานอย่างพอเพียง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ เรื่องสถานที่ทำงานเหมาะสมแก่การทำงานเช่น สะอาด, เงียบสงบ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และเรื่องอุปกรณ์ที่ช่วยในการขาย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์, โทรศัพท์ สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ เรื่องโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการขาย สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง โดยแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ ของพนักงานขายทางโทรศัพท์	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำเร็จ
ค่าตอบแทนจากการขายเมื่อเทียบกับเพื่อนในที่ ทำงาน (มากกว่า.....น้อยกว่า)	3.65	.960	ดี
ความก้าวหน้าในอาชีพขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล (มีความก้าวหน้า.....ไม่มีความก้าวหน้า)	3.78	.840	ดี
มีความรู้ความสามารถเมื่อเทียบกับเพื่อนในที่ ทำงาน (มากกว่า.....น้อยกว่า)	3.85	.819	ดี
ความภาคภูมิใจในงานที่ทำ (มีความภูมิใจ.....ไม่มีความภูมิใจ)	4.15	.798	ดี
รวม	3.86	.710	ดี

จากตาราง 7 ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสำเร็จในระดับดี ได้แก่ เรื่องความภาคภูมิใจในงานที่ทำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ เรื่องความรู้ความสามารถเมื่อเทียบกับเพื่อนในที่ทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เรื่องความก้าวหน้าในอาชีพขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และเรื่องค่าตอบแทนจากการขายเมื่อเทียบกับเพื่อนในที่ทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

นอกจากนี้ ยังมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องของจำนวนลูกค้าที่ขายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยแสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 8 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของจำนวนลูกค้าที่ขายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

จำนวนลูกค้าที่ขายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{X}	S.D.
จำนวนลูกค้าที่ขายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	12	370	101.59	70.742

จากตาราง 8 จำนวนลูกค้าที่ขายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งโดยภาพรวม มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 12 ราย ค่าสูงสุด เท่ากับ 370 ราย และค่าเฉลี่ยของจำนวนลูกค้าที่ขายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 101.59 ราย

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน

โดยสามารถจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 5 สมมติฐาน ดังนี้คือ

สมมติฐานข้อที่ 1.1 พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติทดสอบ (t-test) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	t-test for Equality of Means				
		\bar{X}	S.D	t	df	Sig. (2-tailed)
ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล	ชาย	3.86	.647	.027	198	.979
	หญิง	3.85	.733			

จากตาราง 9 ผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบแบบ Independent Sample t-test พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.979 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พนักงานขายทางโทรศัพท์ ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2 พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way Analysis of Variance (One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และเมื่อใดถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	2.634	2	1.317	2.653	.073
	ภายในกลุ่ม	97.796	197	.496		
	รวม	100.430	199			

จากตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติทดสอบ One Way Analysis of Variance (One Way ANOVA) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.073 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าพนักงานขายทางโทรศัพท์ ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3 พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติทดสอบ (t-test) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ตัวแปรที่ศึกษา	สถานะภาพ	t-test for Equality of Means				
		\bar{X}	S.D	t	df	Sig. (2-tailed)
ความสำเร็จในการขายประกัน อุบัติเหตุส่วนบุคคล	โสด	3.85	.687	-.255	198	.799
	สมรส/หม้าย/ หย่าร้าง	3.88	.763			

จากตาราง 11 ผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้การทดสอบแบบ Independent Sample t-test พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.799 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พนักงานขายทาง

โทรศัพท์ ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4 พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติทดสอบ (t-test) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	ระดับการศึกษา	t-test for Equality of Means				
		\bar{X}	S.D	t	df	Sig. (2-tailed)
ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล	ต่ำกว่า	3.96	.720	1.684	198	.094
	ปริญญาตรี	3.79	.699			
	หรือสูงกว่า					

จากตาราง 12 ผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้การทดสอบแบบ Independent Sample t-test พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.094 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พนักงานขายทางโทรศัพท์ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5 พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way Analysis of Variance (One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และเมื่อใดถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	4.015	2	2.008	4.102*	.018
	ภายในกลุ่ม	96.414	197	.489		
	รวม	100.430	199			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ โดยใช้สถิติทดสอบ One Way Analysis of Variance (One Way ANOVA) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าพนักงานขายทางโทรศัพท์ ที่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเพื่อให้ทราบว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผลความแตกต่างกันของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์คู่ใดที่มีความแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี ทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผลความแตกต่างกันของความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

ประสบการณ์ในการ ทำงานขายทางโทรศัพท์	Mean	(1)	(2)	(3)
ต่ำกว่า 1 ปี	3.841	-	.109 (.337)	-.252 (.058)
1 - 3 ปี	3.732		-	-.361** (.005)
มากกว่า 3 ปีขึ้นไป	4.093			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 14 เมื่อเปรียบเทียบความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์พบว่า พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ 1 - 3 ปี กับพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์มากกว่า 3 ปีขึ้นไป มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์มากกว่า 3 ปีขึ้นไป มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ 1 - 3 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์มากกว่า 3 ปีขึ้นไป มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลมากกว่าพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ 1 - 3 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.361

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความสามารถในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านความสามารถในการขาย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขาย ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

H_1 : ปัจจัยด้านความสามารถในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความสามารถในการขาย กับ ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของ พนักงานขายทางโทรศัพท์			
ความสามารถในการขาย	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์ / ทิศทาง
ท่านสามารถโน้มหน้าและเข้าใจถึงปัญหาของลูกค้าได้	0.339**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
ท่านสามารถตอบข้อโต้แย้ง และข้อสงสัยของลูกค้าได้	0.330**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
ท่านสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและได้ใจความ	0.345**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
ท่านสามารถใช้ประโยชน์กับเครื่องมือที่ใช้ในการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.374**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
ท่านรับฟังถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างตั้งใจ	0.342**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
ความสามารถในการขายโดยรวม	0.406**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความสามารถในการขาย กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความสามารถในการขายโดยรวม กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านความสามารถในการขายโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.406 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีปัจจัยด้านความสามารถในการขายโดยรวมมากขึ้น จะมีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลมากขึ้นด้วย ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความสามารถในการขายเป็นรายข้อ พบว่า การสามารถโน้มน้าวและเข้าใจถึงปัญหาของลูกค้าได้ การสามารถตอบข้อโต้แย้งและข้อสงสัยของลูกค้าได้ การสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและได้ใจความ การสามารถใช้ประโยชน์กับเครื่องมือที่ใช้ในการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการรับฟังถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างตั้งใจ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ทุกข้อ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านความสามารถในการขายในข้อการสามารถโน้มน้าวและเข้าใจถึงปัญหาของลูกค้าได้ การสามารถตอบข้อโต้แย้งและข้อสงสัยของลูกค้าได้ การสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและได้ใจความ การสามารถใช้ประโยชน์กับเครื่องมือที่ใช้ในการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการรับฟังถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างตั้งใจ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.339 0.330 0.345 0.374 และ 0.342 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีปัจจัยด้านความสามารถในการขายในทุกข้อมากขึ้น จะมีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลมากขึ้นด้วย ในระดับปานกลาง

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

H_1 : ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกภาพ กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของ พนักงานขายทางโทรศัพท์			
บุคลิกภาพ	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์ / ทิศทาง
การมาทำงานสาย	0.475**	0.000	ปานกลาง/ทิศทาง เดียวกัน
ลักษณะการแข่งขัน	0.555**	0.000	ปานกลาง/ทิศทาง เดียวกัน
ความกระตือรือร้นในการทำงาน	0.577**	0.000	ปานกลาง/ทิศทาง เดียวกัน
รูปแบบการทำงาน	0.479**	0.000	ปานกลาง/ทิศทาง เดียวกัน
ความรวดเร็วในการทำงาน	0.638**	0.000	ปานกลาง/ทิศทาง เดียวกัน
การแสดงอารมณ์ความรู้สึก	0.337**	0.000	ปานกลาง/ทิศทาง เดียวกัน
การสนใจสิ่งแวดล้อมภายนอก	0.407**	0.000	ปานกลาง/ทิศทาง เดียวกัน
บุคลิกภาพโดยรวม	0.662**	0.000	ปานกลาง/ทิศทาง เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกภาพ กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกภาพโดยรวม กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

บุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.662 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีปัจจัยด้านบุคลิกภาพโดยรวมมากขึ้น จะมีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลมากขึ้นด้วย ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านบุคลิกภาพเป็นรายข้อ พบว่า การมาทำงานสาย ลักษณะการแข่งขัน ความกระตือรือร้นในการทำงาน รูปแบบการทำงาน ความรวดเร็วในการทำงาน การแสดงอารมณ์ความรู้สึก และการสนใจสิ่งแวดล้อมภายนอก มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ทุกข้อ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพในข้อการมาทำงานสาย ลักษณะการแข่งขัน ความกระตือรือร้นในการทำงาน รูปแบบการทำงาน ความรวดเร็วในการทำงาน การแสดงอารมณ์ความรู้สึก และการสนใจสิ่งแวดล้อมภายนอก มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.475 0.555 0.577 0.479 0.638 0.337 และ 0.407 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีปัจจัยด้านบุคลิกภาพในทุกข้อมากขึ้น จะมีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลมากขึ้นด้วย ในระดับปานกลาง

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์
ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

H_1 : ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

แรงจูงใจในการขาย	ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์ / ทิศทาง
ท่านมีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเอง	0.314**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
หลักสำคัญก็คือท่านจะต้องขายให้ได้เท่านั้น	0.284**	0.000	ต่ำ/ทิศทางเดียวกัน
การที่ท่านต้องการประสบความสำเร็จในการขาย เป็นการทำเพื่อตัวเอง	0.231**	0.001	ต่ำ/ทิศทางเดียวกัน
ท่านจะขายต่อไป แม้ว่าท่านจะประสบความสำเร็จแล้วก็ตาม เพราะถือเป็นการท้าทายความสามารถ	0.400**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
ท่านไม่เคยคิดที่จะเลิกขาย เพราะยังคงพึงพอใจที่จะขายต่อไป	0.428**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
ท่านขายเพราะรู้สึกชอบและรักในงานด้านนี้	0.462**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
แรงจูงใจในการขายโดยรวม	0.494**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายโดยรวม กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของ

พนักงานขายทางโทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.494 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายโดยรวมมากขึ้น จะมีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลมากขึ้นด้วย ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายเป็นรายข้อ พบว่า การมีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเอง หลักสำคัญก็คือท่านจะต้องขายให้ได้เท่านั้น การที่ท่านต้องการประสบความสำเร็จในการขายเป็นการทำเพื่อตัวเอง การจะขายต่อไปแม้ว่าท่านจะประสบความสำเร็จแล้วก็ตามเพราะถือเป็นการท้าทายความสามารถ การไม่เคยคิดที่จะเลิกขายเพราะยังคงพึงพอใจที่จะขายต่อไป และการขายเพราะรู้สึกว่าจะชอบและรักในงานด้านนี้ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 0.000 0.001 0.000 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายในข้อการมีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเอง หลักสำคัญก็คือท่านจะต้องขายให้ได้เท่านั้น การที่ท่านต้องการประสบความสำเร็จในการขายเป็นการทำเพื่อตัวเอง การจะขายต่อไปแม้ว่าท่านจะประสบความสำเร็จแล้วก็ตามเพราะถือเป็นการท้าทายความสามารถ การไม่เคยคิดที่จะเลิกขายเพราะยังคงพึงพอใจที่จะขายต่อไป และการขายเพราะรู้สึกว่าจะชอบและรักในงานด้านนี้ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.314 0.284 0.231 0.400 0.428 และ 0.462 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ต่ำ ต่ำ ปานกลาง ปานกลาง และปานกลางตามลำดับ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายในทุกข้อมากขึ้น จะมีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลมากขึ้นด้วย

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

H_1 : ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการ

ทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงาน กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของ พนักงานขายทางโทรศัพท์			
สิ่งแวดล้อมในการทำงาน	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์ / ทิศทาง
สถานที่ทำงานเหมาะสมแก่การทำงาน เช่น สะอาด, เงียบสงบ	0.337**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
อุปกรณ์ที่ช่วยในการขาย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์, โทรศัพท์สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี	0.267**	0.000	ต่ำ/ทิศทางเดียวกัน
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการขาย สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว	0.339**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
มีมุมพักผ่อน ดื่มน้ำ ซา กาแฟให้กับพนักงานอย่างพอเพียง	0.353**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน
สิ่งแวดล้อมในการทำงานโดยรวม	0.428**	0.000	ปานกลาง/ทิศทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงาน กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงานโดยรวม กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงานโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.428 แสดงว่า ตัวแปร

ทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานโดยรวมมากขึ้น จะมีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลมากขึ้นด้วย ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่ทำงานเหมาะสมแก่การทำงานเช่น สะอาด, เงียบสงบ อุปกรณ์ที่ช่วยในการขาย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์, โทรศัพท์สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการขายสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว และมีมุมพักผ่อน ดื่มน้ำ ชา กาแฟ ให้กับพนักงานอย่างพอเพียง มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ทุกข้อ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานในข้อสถานที่ทำงานเหมาะสมแก่การทำงานเช่น สะอาด, เงียบสงบ อุปกรณ์ที่ช่วยในการขาย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์, โทรศัพท์สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการขายสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว และมีมุมพักผ่อน ดื่มน้ำ ชา กาแฟ ให้กับพนักงานอย่างพอเพียง มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.337 0.267 0.339 และ 0.353 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ต่ำ ปานกลาง และปานกลางตามลำดับ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานในทุกข้อมากขึ้น จะมีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลมากขึ้นด้วย

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 19 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกัน อุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน		
สมมติฐานข้อที่ 1.1 พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกัน อุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.2 พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกัน อุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน	One Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.3 พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกัน อุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.4 พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกัน อุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน	t-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.5 พนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกัน อุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน	One Way ANOVA	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความสามารถในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกัน อุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกัน อุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 19 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง” เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือบริษัทประกันใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาบุคลากรหรือพนักงานขาย เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ ผลของงานวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อพนักงานขายประกันผ่านทางโทรศัพท์ ในการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง เพื่อที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ที่มีผลต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของพนักงานขายทางโทรศัพท์ กับการสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านความสามารถในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์
3. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์
4. ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์
5. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานขายทางโทรศัพท์ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 385 คน (ที่มา : ข้อมูลฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ณ เดือนธันวาคม 2553)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขายทางโทรศัพท์ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนั้น เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้หลักการคำนวณของ Taro Yamane (Yamane.1967: 580-581) ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ เท่ากับ 196 ตัวอย่าง และผู้วิจัยได้ทำการเพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 4 คน รวมแล้วได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Judgement Sampling) โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามเฉพาะพนักงานขายทางโทรศัพท์ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง และดำเนินการเก็บแบบสอบถามแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างครบจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยมีการดำเนินการสร้างตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าตำรา ข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ รวมถึงการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อให้มีประสิทธิภาพและครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย

2. ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตและประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสร้างรูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสามารถในการขายของพนักงานขาย ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating Scale Method: Likert Scale Question) จำนวนทั้งหมด 5 ข้อ ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขาย เป็นคำถามแบบ Semantic Differential Scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายของพนักงานขาย ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating Scale Method: Likert Scale Question) จำนวนทั้งหมด 6 ข้อ ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating Scale Method: Likert Scale Question) จำนวนทั้งหมด 4 ข้อ ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ แบ่งเป็น 6 ข้อ โดยในข้อที่ 1 ถึง 4 ซึ่งเป็นเรื่องของคำตอบแทน ความก้าวหน้าในอาชีพ มีความรู้ความสามารถ และความภาคภูมิใจในงานที่ทำ แบบสอบถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ และข้อ 5 ถึง 6 เป็นจำนวนลูกค้าที่ขายได้ และจำนวนลูกค้าที่ขายได้ทั้งหมด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้คณะกรรมการตรวจสอบ และเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำมาปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจน และถูกต้องก่อนนำไปใช้

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุดเพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นในแต่ละด้านดังนี้

- ความสามารถในการขายของพนักงานขาย มีค่าเท่ากับ 0.789
- ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขาย มีค่าเท่ากับ 0.755
- แรงจูงใจในการขายของพนักงานขาย มีค่าเท่ากับ 0.750
- ความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มีค่าเท่ากับ 0.817
- ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ มีค่าเท่ากับ 0.761

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความสามารถในการขายของพนักงานขาย ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขาย ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายของพนักงานขาย ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน และส่วนที่ 6 ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความสามารถในการขายของพนักงานขาย ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขาย ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายของพนักงานขาย ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน และส่วนที่ 6 ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ สถานภาพ สมรส และระดับการศึกษา

2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ และประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์

2.3 สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ถึงข้อที่ 5

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง สรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานขายทางโทรศัพท์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 มีอายุระหว่าง 25-29 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 และมีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ 1-3 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง พบว่า ความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีอย่างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสามารถในการขายประกันอย่างมาก ได้แก่ เรื่องการรับฟังถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างตั้งใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ เรื่องการใช้ประโยชน์กับเครื่องมือที่ใช้ในการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เรื่องการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและได้ใจความ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และเรื่องการตอบข้อโต้แย้งและข้อสงสัยของลูกค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนความสามารถในระดับดี ได้แก่ เรื่องการโน้มน้าวและเข้าใจถึงปัญหาของลูกค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง พบว่า ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งโดยภาพรวมตรงกับรูปแบบ A โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลักษณะบุคลิกภาพตรงรูปแบบ A ได้แก่ เรื่องความรู้สึกกระตือรือร้นในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 รองลงมาคือ เรื่องการแสดงอารมณ์ความรู้สึก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เรื่องความรวดเร็วในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เรื่องการมาทำงานสาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เรื่องลักษณะการแข่งขัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 เรื่องการสนใจสิ่งแวดล้อมภายนอก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และเรื่องรูปแบบการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง พบว่า แรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า แรงจูงใจในระดับดีอย่างมาก ได้แก่ เรื่องการมีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และเรื่องการจะขายต่อไป แม้ว่าท่านจะประสบความสำเร็จแล้วก็ตาม เพราะถือเป็นการท้าทายความสามารถ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนแรงจูงใจในระดับดี ได้แก่ เรื่องหลักสำคัญก็คือท่านจะต้องขายให้ได้เท่านั้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เรื่องการไม่เคยคิดที่จะเลิกขาย เพราะยังคงพึงพอใจที่จะขาย

ต่อไป โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เรื่องการขายเพราะรู้สึกชอบและรักในงานด้านนี้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และเรื่องการทำน้ต้องการประสบความสำเร็จในการขาย เป็นการทำให้ตัวเอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีอย่างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคิดเห็นในระดับดีอย่างมาก ได้แก่ เรื่องการมีมุมพักผ่อน ดื่มน้ำ ชา กาแฟ ให้กับพนักงานอย่างพอเพียง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ เรื่องสถานที่ทำงานเหมาะสมแก่การทำงานเช่น สะอาด, เงียบสงบ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และเรื่องอุปกรณ์ที่ช่วยในการขาย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์, โทรศัพท์ สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ เรื่องโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการขาย สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง พบว่า ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสำเร็จในระดับดี ได้แก่ เรื่องความภาคภูมิใจในงานที่ทำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ เรื่องความรู้ความสามารถเมื่อเทียบกับเพื่อนในที่ทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เรื่องความก้าวหน้าในอาชีพขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และเรื่องค่าตอบแทนจากการขายเมื่อเทียบกับเพื่อนในที่ทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์แตกต่างกัน ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล แตกต่างกัน โดยจำแนกเป็นสมมติฐานย่อยๆ ดังนี้

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายได้ ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 25-29 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่อยู่ในวัยทำงาน มีการศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า และมีประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ 1-3 ปี เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชพล บุญอเนกวัฒนา (2551: บทคัดย่อ) เรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ และแนวโน้มพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 29 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

2. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสามารถในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง พบว่า ความสามารถของพนักงานขายทางโทรศัพท์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีอย่างมาก ซึ่งสืบเนื่องมาจากทางบริษัทมีระบบการคัดเลือกผู้ที่มาเป็นพนักงานขายทางโทรศัพท์เป็นอย่างดี มีวิธีการและขั้นตอนที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ อรรถ มณีสงฆ์ (2546: 176-181) กล่าวว่า ในกระบวนการคัดสรรบุคลากรมาทำงานในการขายทางโทรศัพท์ นับว่าเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากการใช้การขายทางโทรศัพท์นั้น พนักงานขายถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดประการหนึ่ง เพราะต้องมีการสื่อสารโต้ตอบกับลูกค้า หรือผู้ที่สนใจของกิจการ ดังนั้น คุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นพนักงานขายทางโทรศัพท์ควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ เช่น มีน้ำเสียงที่ชัดเจน อ่อนนุ่ม และมีความมั่นใจ มีความสามารถในการเรียนรู้แนวคิดใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว มีความสามารถในการฟัง และทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า และมีความมั่นใจในตนเองและต้องการประสบความสำเร็จ เป็นต้น

3. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ พบว่า ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ โดยภาพรวมตรงกับรูปแบบ A แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายทางโทรศัพท์ส่วนใหญ่ มีลักษณะบุคลิกภาพแบบนี้ ซึ่งบุคลิกภาพรูปแบบ A (Type A personality) สามารถอธิบายได้จาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ (พฤติกรรมองค์กร. 2541 : 57-61) กล่าวว่า เป็นลักษณะบุคคลที่มีความสามารถในการต่อสู้กับอุปสรรคได้ตลอดเวลาเพื่อให้บรรลุผลมากขึ้นโดยใช้เวลาน้อยลง หรือพฤติกรรมแสดงออกถึงความเร่งด่วนและเป็นต่อเหนือคู่แข่ง บุคลิกภาพรูปแบบ A มีลักษณะดังนี้ (1) มีการเคลื่อนไหวการเดินทางและการรับประทานอาหารอย่างรวดเร็ว (2) ไม่อดทนกับเหตุการณ์ส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้น (3) มีความคิดที่จะทำสองสิ่งขึ้นไปพร้อมๆ กัน (4) ไม่สามารถปล่อยให้มีความว่าง (5) การวัดความสำเร็จในรูปของจำนวนในทุกสิ่งที่ปรารถนา ซึ่งบุคลิกภาพรูปแบบ A จะเป็นแรงงานที่มีความรวดเร็วเพราะว่ามุ่งที่ปริมาณมากกว่าคุณภาพ ในตำแหน่งการบริหารรูปแบบ A นานๆ ครั้งจะมีความคิดสร้างสรรค์เพราะมุ่งที่ปริมาณและความ

รวดเร็วซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ในอดีต เมื่อมีการเผชิญกับปัญหาโดยจะไม่จัดสรรเวลาเพื่อพัฒนาผลลัพธ์ที่เป็นเอกลักษณ์สำหรับปัญหาใหม่ นานๆครั้งจึงจะเปลี่ยนการตอบสนองเพื่อความท้าทายเฉพาะอย่างยิ่ง คนที่มีบุคลิกภาพแบบ A ซึ่งเป็นบุคลิกภาพที่กระตือรือร้น ตรงกับสภาวะที่ว่าน้ำขึ้นให้รีบตัก ซึ่งสอดคล้องกับบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์

4. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ พบว่า พนักงานขายทางโทรศัพท์ มีแรงจูงใจในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะเรื่องความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเอง และเรื่องที่จะขายต่อไป แม้ว่าจะประสบความสำเร็จแล้วก็ตาม เพราะถือเป็นการท้าทายความสามารถนั้น อยู่ในระดับดีอย่างมาก นั่นเป็นเพราะ การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เป็นคุณสมบัติข้อหนึ่งของการเป็นพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ ทั้งที่เกิดจากตนเอง และถูกกระตุ้นจากบุคคลหรือสิ่งเร้าภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และสมชาย หิรัญกิตติ. (2530 : 150) ที่ได้ให้ความหมายว่า การจูงใจหมายถึงวิธีการชักนำพฤติกรรมของแต่ละบุคคลให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ ความต้องการของมนุษย์สิ่งจูงใจจะเกิดขึ้นได้จากภายในและภายนอกบุคคล และสอดคล้องกับเอ็ด สาระภูมิ (2529 :7) ที่ได้ให้ความหมายว่า การจูงใจ หมายถึงการกระตุ้นหรือเร้าเพื่อช่วยให้การกระทำต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ซึ่งเป็นภาวะการกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทำงานด้วยความขยันขันแข็ง มีความกระตือรือร้น อุทิศเวลา แรงกาย แรงใจ และสติปัญญาในการปฏิบัติงานโดยมีความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบควบคู่กันไปด้วย

5. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ อยู่ในระดับดีอย่างมาก เนื่องจากทางบริษัทตระหนักถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน โดยเฉพาะเรื่องการทำงานด้วยความสะดวกสบาย สะอาดสะอ้าน มีมุมพักผ่อน ดื่มน้ำ ชา กาแฟ รวมถึงการมีอุปกรณ์การทำงานที่ทันสมัย รวดเร็ว อย่างอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์การสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ เพราะการทำงานขายทางโทรศัพท์เป็นงานที่ค่อนข้างเครียด และต้องอาศัยความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นการมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานที่ดี ย่อมส่งผลดีแก่พนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับ สุชาติา เหมพรหมราช (2551: 11. อ้างอิงจาก วนิภา ว่องวัจนะ. 2535. หน้า 20) ซึ่งถ้ามีเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ พร้อมครบครัน วางไว้เป็นระเบียบ สะดวกต่อการใช้งาน และมีนวัตกรรมใหม่ๆ เชิงสร้างสรรค์ จะช่วยลดระดับความเครียดแก่ผู้ปฏิบัติงาน ทำให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

6. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ พบว่า อยู่ในระดับดี โดยเฉพาะเรื่องความภาคภูมิใจในงานที่ทำ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ นั้น ไม่ได้วัดจากการมีผลตอบแทนที่สูง หรือการมีความก้าวหน้าในอาชีพเท่านั้น แต่สามารถวัดได้จากการมีความภาคภูมิใจในการที่ได้เป็นพนักงานขายทางโทรศัพท์อีกด้วย

7. จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์

แตกต่างกัน โดยพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 3 ปีขึ้นไป มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลมากกว่าพนักงานขายทางโทรศัพท์ ที่มีอายุการทำงานกลุ่มอื่นๆ เพราะงานขายต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงานค่อนข้างสูง ต้องเรียนรู้วิธีการขาย ทักษะการขาย ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จในการทำงาน ดังนั้นพนักงานขายผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี ซึ่งมีความรู้และความชำนาญเกี่ยวกับการขายน้อยส่งผลให้มีความสำเร็จในการขายน้อยกว่า ส่วนพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีประสบการณ์การทำงาน 1 - 3 ปี ถึงแม้จะมีประสบการณ์มาบ้างแต่ก็ยังถือว่ามีความรู้ไม่มากนัก จึงส่งผลให้มีความสำเร็จน้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของมัลลิกา นกแย้ม (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าความสำเร็จของพนักงานขาย มีผลมาจากประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน พนักงานขายที่มีประสบการณ์มากกว่าจะประสบความสำเร็จมากกว่าพนักงานขายที่มีประสบการณ์น้อยกว่า กล่าวคือประสบการณ์การทำงานมีผลต่อความสำเร็จ

8. จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความสามารถในการขายของพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เพราะเมื่อพนักงานขายมีความสามารถที่ดี เข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า มีความสามารถในการโน้มน้าวลูกค้า สื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ ก็จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการขายได้ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ พิภพธรา ชาวสำอางค์.(2551 :78) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายบัตร เครดิตธนาคารยูโอบี จำกัด ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของพนักงานขายกับความสำเร็จในอาชีพการขาย พบว่า คุณสมบัติของพนักงานขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพการขายกล่าวคือ บุคคลที่จะทำอาชีพการขายได้ต้องจะมีความมุ่งมั่นในการทำงาน กระตือรือร้น มีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ทันทั่วทั้งที่ ทุ่มเหตุสถานการณ์ และมีความรักต่องานบริการ

9. จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานของสนธิยา ชูขจร (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต พบว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพตัวแทนประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายประกันชีวิต

10. จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขายของพนักงานขายทางโทรศัพท์ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การที่พนักงานขายมีแรงจูงใจ ทั้งจากภายในคือตนเองหรือจากภายนอก ก็จะส่งผลให้มีความสำเร็จเกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หัตยา พรหมพินิจพงศ์ (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้แทนขายยาในเขต

กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้แทนขายยา ทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับดี และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสำเร็จในการขายยา อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

11. จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานที่ดี ทั้งด้านสภาพแวดล้อมและอุปกรณ์การทำงานที่ทันสมัย จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการทำงานมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ มาลินี แซ่เตื่อง (2539 : 21) ที่กล่าวว่า สภาพแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ ถ้าสามารถจัดสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้นแล้ว ก็จะสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์ให้เป็นไปในทางที่ดีได้โดยง่าย สิ่งที่ทำให้ผู้ปฏิบัติมีทัศนคติต่อการปฏิบัติงานอย่างหนึ่ง ได้แก่ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษา ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการทดสอบสมมติฐาน จะเห็นได้ว่า ประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์ แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ แตกต่างกัน ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ นั้น จะเกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการทำงาน กล่าวคือ พนักงานขายที่เพิ่งจะเข้ามาทำงานใหม่ ที่อายุงานยังไม่ถึง 1 ปี จะยังไม่มีความสำเร็จในงานขายมากนัก เพราะอาจจะยังปรับตัวให้เข้ากับงานใหม่ไม่ได้ หรืออาจจะรู้สึกแค่ว่าต้องการมีงานทำเท่านั้น เมื่อทำการขายไปเรื่อยๆ จนมีประสบการณ์มากขึ้นจนเข้าสู่ปีที่ 2 และปีที่ 3 ก็จะมีความสำเร็จมากขึ้นกว่าเดิมแต่ก็ยังไม่มากนัก จนกระทั่งเลย 3 ปีไปถึงจะมีความสำเร็จมากที่สุดในนั้น ในแง่ของเจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหาร ต้องหาหนทางที่จะกระตุ้นให้พนักงานขายมีความกระตือรือร้นในการทำงานตั้งแต่แรกเข้ามา มีสิ่งจูงใจหรือค่าตอบแทนที่น่าสนใจ เพื่อให้พนักงานขายมีความภาคภูมิใจในงานที่ทำอยู่เสมอ รวมถึงต้องมีการอบรมทักษะด้านการทำงานและด้านอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ เกิดผลดีต่อผลประกอบการของบริษัทในอนาคต

2. จากผลการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านความสามารถในการขาย ซึ่งในเรื่องของการโน้มน้าวและเข้าใจถึงปัญหาของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าเรื่องอื่นๆ แสดงว่าการโน้มน้าวและการเข้าใจถึงปัญหาของลูกค้ายังไม่สามารถทำได้ดีนัก ทางบริษัทจึงควรมีการจัดอบรม เพิ่มเทคนิคทางด้านการโน้มน้าวลูกค้า เพราะเมื่อพนักงานขายทางโทรศัพท์สามารถโน้มน้าวลูกค้าได้ ก็แสดงว่าลูกค้าจะมีความคล้อยตาม และจะส่งผลให้ตกลงที่จะซื้อประกันในที่สุด

3. จากผลการทดสอบสมมติฐานจะเห็นได้ว่า บุคลิกภาพโดยรวมของพนักงานขายมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุในระดับปานกลาง แสดงว่าบุคลิกภาพของ

พนักงานขายมีผลกับความสำเร็จในระดับที่น่าพอใจ และผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจะพบว่าบุคลิกภาพโดยส่วนใหญ่จะเป็นบุคลิกภาพแบบ A ดังนั้นผู้บริหาร โดยเฉพาะหน่วยงานด้านสรรหาบุคคล ควรวางแผนในการรับพนักงานขายที่มีลักษณะบุคลิกภาพเช่นนี้เข้ามา และทำการอบรมฝึกฝนเพิ่มเติม เพื่อให้พนักงานขาย ประสบความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ ซึ่งจะส่งผลดีต่อผลประกอบการของบริษัทเช่นกัน

4. จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการขาย มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ดังนั้น การสร้างแรงจูงใจในการขายเป็นสิ่งที่ทางผู้บริหารควรเอาใจใส่ เพราะนอกจากการที่พนักงานขายจะมีแรงจูงใจของตนเองแล้ว การสร้างให้เกิดแรงกระตุ้นจากภายนอกก็มีความสำคัญเช่นกัน โดยอาจวางเป็นกลยุทธ์ โดยกำหนดให้หัวหน้าของพนักงานขายทางโทรศัพท์มีการสร้างแรงจูงใจก่อนที่จะเริ่มงานในทุกๆ วัน ซึ่งอาจเป็นการประชุมทีมขายในตอนเช้า มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันในที่ม มีการนำผลงานของคนที่มียอดขายสูงสุดมาแสดงให้ดู มีการตั้งเป้าหมายและมีสิ่งจูงใจด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อให้พนักงานขายทางโทรศัพท์ ทำงานได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ เกิดความสำเร็จในการทำงาน

5. จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีอย่างมาก แต่จากผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาพบว่า ในเรื่องของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการขาย สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว นั้นมีค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าข้ออื่น แสดงว่ายังต้องมีการปรับปรุงในส่วนนี้ เพราะ ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจ และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นการจัดทำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการขายให้มีความทันสมัยและรวดเร็ว จะทำให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรทำการศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรมีการศึกษาโดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพนักงานขายทางโทรศัพท์

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการขายประกันผ่านทางโทรศัพท์ กับการขายประกันโดยตัวแทนขาย ว่ามีปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้บริษัทประกันใช้เป็นแนวทางในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย

3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของพนักงานขายทางโทรศัพท์ที่มีต่ออาชีพขายประกัน และมีปัจจัยอื่นใดอีกบ้าง ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการขายประกัน



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กองวิจัยทางการศึกษา. (2545). *วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมและค่านิยมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ความดี และความสุขของผู้เรียน*. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2538). *การวิเคราะห์สถิติเพื่อธุรกิจ: สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2545). *การวิเคราะห์สถิติ: สำหรับการบริหารและการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2548). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2548). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2533). *องค์การและการบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- จิตติพร ชมพุดำ. (2547,กรกฎาคม – กันยายน) *การจัดการคนเก่ง : เครื่องมือสำคัญสำหรับคนสำคัญขององค์กร จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์.26(101)*
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์
- ตุลา มหาพสุธานนท์. *หลักการจัดการ-หลักการบริหาร*. กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์.
- นราศรี ไวนิชกุล และ ชุศักดิ์ อุดมศรี. (2542). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1*. พิมพ์ครั้งที่ 2. มหาสารคาม : ภาควิชาพื้นฐานของการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม : สุวีริยาสาส์น.
- ปรีดา จีรวินัส. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในสายงานอาชีพนักบัญชีในธุรกิจเอกชน*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พิภทรา ขาวสำอางค์. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายบัตร เครดิตธนาคารยูโอบี จำกัด*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- มัลลิกา นกแย้ม. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด มหาชน*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- มาลินี แซ่เตี๋อง. (2534). *ทัศนะของอาจารย์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่มีต่อวิชาชีพ และสภาพแวดล้อมในการทำงาน*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ยงยุทธ พิรพงศ์พิพัฒน์. (2538). *ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานในองค์กรเอกชนแห่งหนึ่ง*. วิทยานิพนธ์ ส.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาวิทยาธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร
- รัชพล บุญอเนกวัฒนา. (2551). *คุณภาพชีวิตการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ และแนวโน้มพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). *คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. (2548). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. (2541). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ : บ้านเสรีรัตน์.(2541) *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และสมชาย หิรัญกิตติ. (2530). *การบริหารสำนักงานแบบใหม่ ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาการศึกษา
- สนธิยา ชูขจร. (2546). *ปัจจัยสู่ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สมยศ นาวิการ. (2537). *ทฤษฎีองค์การ*. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ.
- สวรรค์ สวชนไพบูลย์. (2548). *ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานระดับปฏิบัติการ*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ถ่ายเอกสาร.
- สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. (2542). *พฤติกรรมองค์การ : ทฤษฎีและการประยุกต์พิมพ์ครั้งที่ 2* แก้ไขเพิ่มเติม กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุชาติา เหมพรหมราช. (2551). *ความสัมพันธ์ของการพัฒนาตนเอง วัฒนธรรมองค์การ กับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ตามการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลพญาไท 2*. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.

- หัทธยา พรหมพินิจพงศ์. (2549). *ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้แทนขายยาในเขตกรุงเทพฯ*.
 สารนิพนธ์ บธ.ม. (สาขาการตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- อรชร มณีสงฆ์. (2546). *การตลาดทางตรง*. กรุงเทพฯ: นพบุรีการพิมพ์.
- อุ้นตา นพคุณ. (2527). *การเรียนการสอนผู้ใหญ่เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ:
 สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุษณีย์ สุนทรโรทก. (2539). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต ศึกษาเฉพาะ
 กรณีบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด*. วิทยานิพนธ์ ศป.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- เอ็ด สาระภูมิ. (2529). *พฤติกรรมของบุคคลในองค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โอ.เอส พรินติ้ง
 เฮ้าส์.
- Drucker, Perter F. (1971). *Practice of Management*. 13 th Ed. Tokyo : The Charles
 E.Tuttle.
- Glueck, W. F. (1982). *Personal : A Diagnostic Approach*. 3 rd Ed. Texas : Business
 Publication.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: an introductory analysis*. 2nd ed. New York: Harper and
 Row.





ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขาย
ทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำเพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิชาเอกการจัดการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ทุกข้อตามความเป็นจริงของตัวท่านเอง ทั้งนี้จะไม่มีการระบุชื่อผู้ตอบ ผู้วิจัยจะเก็บคำตอบของท่านไว้เป็นความลับ และนำมาใช้ในการวิเคราะห์เชิงสถิติในภาพรวมเท่านั้น จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาและความร่วมมือจากท่าน และขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

ผู้วิจัย

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 5 หน้า ประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความสามารถในการขายของพนักงานขาย

ส่วนที่ 3 ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขาย

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจในการขายของพนักงานขาย

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน

ส่วนที่ 6 ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง**2. อายุ** 1. 20 - 24 ปี 2. 25 - 29 ปี 3. 30 ปีขึ้นไป**3. สถานภาพสมรส** 1. โสด 2. สมรส 3. หม้าย/หย่าร้าง**4. ระดับการศึกษาสูงสุด** 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรีหรือสูงกว่า**5. ประสบการณ์ในการทำงานขายทางโทรศัพท์** 1. ต่ำกว่า 1 ปี 2. 1 - 3 ปี 3. มากกว่า 3 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความสามารถในการขายของพนักงานขาย

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความสามารถของตัวท่านมากที่สุด

ความสามารถในการขายของ พนักงานขาย	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
1. ท่านสามารถโน้มน้าวและเข้าใจถึงปัญหาของลูกค้าได้					
2. ท่านสามารถตอบข้อโต้แย้ง และข้อสงสัยของลูกค้าได้					
3. ท่านสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและได้ใจความ					
4. ท่านสามารถใช้ประโยชน์กับเครื่องมือที่ใช้ในการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
5. ท่านรับฟังถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างตั้งใจ					

ส่วนที่ 3 ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขาย

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับลักษณะบุคลิกภาพของตัวท่านมากที่สุด

ลักษณะบุคลิกภาพ	5	4	3	2	1	ลักษณะบุคลิกภาพ
1. ไม่เคยมาสายเลย	:	:	:	:	มาสายเป็นบางครั้ง
2. ชอบการแข่งขันอย่างมาก	:	:	:	:	ไม่ชอบการแข่งขัน
3. มีความรู้สึกกระตือรือร้น	:	:	:	:	ไม่มีความรู้สึกกระตือรือร้น
4. พยายามที่จะทำหลายสิ่งในขณะเดียวกัน	:	:	:	:	ทำงานสิ่งเดียวในช่วงเวลาหนึ่ง

ลักษณะบุคลิกภาพ	5	4	3	2	1	ลักษณะบุคลิกภาพ
5.ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความรวดเร็ว	:	:	ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความประณีต
6.แสดงออกตามความรู้สึกที่แท้จริง	:	:	เก็บอารมณ์ความรู้สึกไว้
7.สนใจสิ่งแวดล้อมภายนอกมาก	:	:	สนใจสิ่งแวดล้อมภายนอกน้อย

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจในการขายของพนักงานขาย

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับแรงจูงใจที่มีของตัวท่านมากที่สุด

แรงจูงใจในการขายของพนักงานขาย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
1. ท่านมีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเอง					
2. หลักสำคัญก็คือท่านจะต้องขายให้ได้เท่านั้น					
3. การที่ท่านต้องการประสบความสำเร็จในการขาย เป็นการทำให้เพื่อตัวเอง					
4. ท่านจะขายต่อไป แม้ว่าท่านจะประสบความสำเร็จแล้วก็ตาม เพราะถือเป็นความท้าทายความสามารถ					
5. ท่านไม่เคยคิดที่จะเลิกขาย เพราะยังคงพึงพอใจที่จะขายต่อไป					
6. ท่านขายเพราะรู้สึกว่าคุณชอบและรักในงานด้านนี้					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
1. สถานที่ทำงานเหมาะสมแก่การทำงาน เช่น สะอาด, เงียบสงบ					
2. อุปกรณ์ที่ช่วยในการขาย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์, โทรศัพท์ สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี					
3. โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการขาย สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว					
4. มีมุมพักผ่อน ดื่มน้ำ ชา กาแฟ ให้กับพนักงานอย่างพอเพียง					

ส่วนที่ 6 ความสำเร็จในการขายประกันอุบัติเหตุ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความสำเร็จที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ความสำเร็จในการขาย	5	4	3	2	1
1. ค่าตอบแทนจากการขายเมื่อเทียบกับเพื่อนในที่ทำงาน	มากกว่า..... : : : :น้อยกว่า				
2. ความก้าวหน้าในอาชีพขายประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล	มีความก้าวหน้า..... : : : :ไม่มีความก้าวหน้า				
3. มีความรู้ความสามารถเมื่อเทียบกับเพื่อนในที่ทำงาน	มากกว่า..... : : : :น้อยกว่า				
4. ความภาคภูมิใจในงานที่ทำ	มีความภูมิใจ..... : : : :ไม่มีความภูมิใจ				

5. จำนวนลูกค้าที่ขายได้ประมาณ รายต่อเดือน

6. จำนวนลูกค้าที่ขายได้ทั้งหมดประมาณ ราย



ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย
ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศธ 0519.12/๖๖๖๕

วันที่ ๖๘ เมษายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายเอกพล สิ้นธุ์เจริญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขายประกัน อุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง” โดยมี อาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาร่ารุ่งโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน และ อาจารย์สิฎฐากร ชูทรัพย์ เป็นผู้เชี่ยวชาญแบบสอบถามปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขาย ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายเอกพล สิ้นธุ์เจริญ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ภาคผนวก ค
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

1. อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. อาจารย์สิม္มากร ชุทรัพย์

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	เอกพล สิ้นธุ์เจริญ
วันเดือนปีเกิด	20 สิงหาคม 2514
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	50/403 หมู่บ้านนนทিকা 3/8 ถนนบ้านกล้วย-ไทรน้อย ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี 11150
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	Data Processing Specialist
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท เอช ไอเอ็นเอ โอเวอร์ซีส์ อินชัวร์นซ์ จำกัด 399 อาคารอินเตอร์เซนจ 21 ชั้น 25-30 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2535	บริหารธุรกิจบัณฑิต (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรังสิต
พ.ศ. 2554	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ