

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต
บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวปญญिता ผิวแดง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการศึกษา
กันยายน 2545
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

368.32
16521
ร3

11

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต
บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวบุญญาศา ผิวแดง



เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการศึกษา

กันยายน 2545

152106

22 ต.ค. 2545

ปญญา ผิวแดง. (2545). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา
อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย ; มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์
ดร. อารี พันธุ์มณี.

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ตามปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปัจจัยด้านส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ประสบการณ์ในการทำงาน หน่วยงานที่ปฏิบัติ บุคลิกภาพ ทักษะคติด่องานขาย ปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ฐานะทางเศรษฐกิจ ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว และสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ได้แก่ สถานที่ทำงาน สื่อ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน ที่มีผลงานได้ตามเป้าหมายของบริษัทและได้รับรางวัล. ปี พ.ศ. 2544 จำนวน 200 คน เป็นชาย 83 คน และเป็นหญิง 117 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์ สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยปรากฏผลดังนี้

1. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 2 ปัจจัย คือ วุฒิการศึกษา : สูงกว่าปริญญาตรี (X_6) และฐานะทางเศรษฐกิจ (X_{14}) ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี 6 ปัจจัย ได้แก่ บุคลิกภาพ (X_{20}), ทักษะคติด่องานขาย (X_{21}), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว (X_{22}), สถานที่ทำงานและอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก (X_{23}), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}) และสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา (X_{25})

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 1 ปัจจัย คือ วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี (X_4)

3. ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน มี 16 ปัจจัย ได้แก่เพศชาย (X_1), เพศหญิง (X_2), อายุ (X_3), วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี (X_5), สถานภาพโสด (X_7), สถานภาพสมรส (X_8), สถานภาพหม้าย (X_9), ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทนประกันชีวิต (X_{10}), หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการหน่วย (X_{11}), หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการเขต (X_{12}), หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการภาค (X_{13}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : การดูแลสมาชิกในครอบครัว เช่น การดูแลบิดา มารดา บุตร ธิดา และญาติพี่น้อง (X_{15}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัว (X_{16}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว

ครัว : ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้าน(X_{17}) , ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าผ่อนรถ (X_{18}) และภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายภายในบ้าน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ (X_{19})

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 6 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดไปน้อยที่สุด คือ สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}), ทักษะติดต่องานขาย (X_{21}), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา (X_{25}), วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี (X_4), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว (X_{22}) และวุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี (X_5) ซึ่งปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยนี้สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตได้ร้อยละ 53.7

5. สมการที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ

5.1 สมการพยากรณ์ ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = .838 + .32X_{24} + .23X_{21} + .16X_{25} - .48X_4 + .14X_{22} - .38X_5$$

5.2 สมการพยากรณ์ ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = .394X_{24} + .160X_{21} + .184X_{25} - .584X_4 + .158X_{22} - .486X_5$$

FACTORS EFFECTING ON SALE EFFICIENCY OF LIFE ASSURANCE SALES
REPRESENTATIVES OF AYUDHYA ALLIANZ C.P. LIFE PUBLIC COMPANY LIMITED

AN ABSTRACT
BY
MISS PUNYISA PHEWDANG

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Education degree in Educational Psychology
at Srinakarinwirot University
September 2002

Punyisa Phewdang. (2002). *Factors Effecting on Sale Efficiency of Life Assurance Sales Representatives of Ayudhya Allianz C.P. Life Public Company Limited*. Master Project, M. Ed. (Educational Psychology) : Bangkok. Graduate School : Srinakharinwirot University. Project Advisor Assoc.Prof. Dr. Aree Punmanee.

The purpose of this research was to study factors effecting on sale efficiency of life assurance sales representatives of Ayudhya Allianz C.P. Life Public Company Limited. The factors were three dimensions. First of them were personal factors such as gender, age, educational level, marital status, working experience, unit of working, personality, attitude towards sales task. Second of them were family factors such as economic status, responsibility of family and interpersonal relationship between the life assurance sales representatives and their member of family. Third of them were working environment such as building of working, visual aid and luxurious equipment, interpersonal relationship between the life assurance sales representatives and their peers, interpersonal relationship between the life assurance sales representatives and their directors. The 200 samples, 83 males and 117 females, of life assurance sales representatives were population of Ayudhya Allianz C.P. Life Public Company Limited (Paholyothin Branch). The instrument was factors effecting on sale efficiency of life assurance sales representatives of Ayudhya Allianz C.P. Life Public Company Limited questionnaires. The data was analysed by The Pearson Product Moment Correlation Coefficient and Stepwise Multiple Regression Analysis.

The results were as follows :

1. There were significantly positive correlation among 2 factors ; upper bachelor degree of educational level, economic status of life assurance sales representatives at .05 level. And there were significantly positive correlation among 6 factors ; personality, attitude towards sales task, interpersonal relationship between the life assurance sales representatives and their member of family, building of working, visual aid and luxurious equipment, interpersonal relationship between the life assurance sales representatives and their peers, interpersonal relationship between the life assurance sales representatives and their directors of the life assurance sales representatives at .01 level.
2. There was significantly negative correlation between 1 factor ; under bachelor degree of educational level of the life assurance sales representatives at .01 level.
3. There were no significantly correlation among 16 factors ; male, female, age, bachelor degree of educational level, single status, married status, widow status, working experience, unit of working: Unity Manager, area of working: District Manager, area of working: Part Manager, responsibility of family: member of family caring, responsibility of family: member payment, responsibility of family: rent, responsibility of family : leasing of car, responsibility of family: family payment.

4. Factors were significantly effected sales efficiency of the life assurance sales representatives ranking from the most to the least were interpersonal relationship between the life assurance sales representatives and their peers, attitude towards sales task, interpersonal relationship between the life assurance sales representatives and their directors, under bachelor degree of educational level, interpersonal relationship between the life assurance sales representatives and their member of family, bachelor degree of educational level. These factors could predicted sale efficiency of the life assurance sales representatives percentage of 53.7

5. The predicted equations of sale efficiency were :

5.1 In terms of raw scores were :

$$\hat{Y} = .838 + .32X_{24} + .23X_{21} + .16 X_{25} - .48 X_4 + .14 X_{22} - .38 X_5$$

5.2 In terms of standard scores were :

$$Z = .394X_{24} + .160X_{21} + .184 X_{25} - .584 X_4 + .158 X_{22} - .486 X_5$$

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการศึกษาของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.อารี พันธุ์มณี)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.อารี พันธุ์มณี)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.อารี พันธุ์มณี)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ กมลรัตน์ กรีทอง)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.พาสณา จุลรัตน์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร ฉัตรสุมาลย์)
วันที่ ๒๕ เดือน ก.ย. พ.ศ. ๒๕๔๕

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณา แนะนำ ให้คำปรึกษา พร้อมทั้งแนวคิดและข้อเสนอแนะ ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. อารี พันธุ์มณี อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์กมลรัตน์ กริทอง และอาจารย์ ดร. พาสนา จุลรัตน์ กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติมเพื่อสอบปากเปล่าสารนิพนธ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. อารี พันธุ์มณี ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรณรัตน์ พลอยเลื่อมแสง อาจารย์ ดร. พาสนา จุลรัตน์ และคุณสุชัย ลีสุวิชากร ที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจ แก้ไขเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้อำนวยการบริหารฝ่ายขาย บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาบางรัก และตัวแทนประกันชีวิตทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของการวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้อำนวยการบริหารฝ่ายขาย บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน และตัวแทนประกันชีวิตทุกท่านที่ผู้วิจัยใช้เป็นกลุ่มประชากรในการรวบรวมข้อมูล

ขอขอบคุณ เพื่อนๆ ที่แนะนำและช่วยเหลือในการเรียน และการทำสารนิพนธ์นี้มาโดยตลอด
ความดีของการวิจัยครั้งนี้ ขอมอบแด่คุณพ่อ คุณแม่ พี่ น้อง และผู้มีพระคุณทุกท่านที่เป็นผู้ให้การสนับสนุน ให้ความรัก ความห่วงใยและเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยเสมอมา

บุญญา ศิวแดง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	2
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	3
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	3
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	7
สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต.....	9
ความหมายของการประกันชีวิต.....	9
ความสำคัญของตัวแทนประกันชีวิต.....	10
ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันชีวิต.....	11
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขาย.....	19
ความหมายของประสิทธิภาพในการขาย.....	17
แนวความคิดที่เกี่ยวกับการประเมินผลการขาย.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิต....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ.....	19
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และทัศนคติต่องานขาย.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต.....	26
งานวิจัยในต่างประเทศ.....	26
งานวิจัยในประเทศ.....	28
3 วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	31
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	31
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	31
วิธีการสร้างเครื่องมือ.....	31
การหาคุณภาพเครื่องมือ.....	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3(ต่อ) การวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
ผลการศึกษาค้นคว้า.....	46
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	54
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	54
สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	54
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	54
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	56
อภิปรายผล.....	57
ข้อเสนอแนะ.....	69
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	69
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย.....	69
บรรณานุกรม.....	70
ภาคผนวก.....	77
ภาคผนวก ก.....	78
ภาคผนวก ข.....	95
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	102

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน จำแนกตามเพศ วุฒิการศึกษา สถานภาพสมรส หน่วยงานที่ปฏิบัติ และภาระรับผิดชอบต่อครอบครัว.....	46
2	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัย ได้แก่ อายุ ประสบการณ์ในการทำงาน ฐานะทางเศรษฐกิจ บุคลิกภาพ ทักษะที่ต้องงานขาย สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว สภาพแวดล้อมในการทำงาน ประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเอง และประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา.....	48
3	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ใช้ในการศึกษากับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน	50
4	แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน	51
5	แสดงปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis).....	51
6	แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามบุคลิกภาพ.....	52
7	แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามทักษะที่ต้องงานขาย.....	96
8	แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว.....	98
9	แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน.....	99
10	แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเอง.....	100
11	แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา.....	101

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อาชีพมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อชีวิตมนุษย์ เพราะเกี่ยวพันกับการดำเนินชีวิต เศรษฐกิจ เกียรติยศชื่อเสียง ตลอดจนความพึงพอใจในตนเอง การประกอบอาชีพจะทำให้บุคคลเกิดความภูมิใจในตนเอง รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า แสดงถึงความสามารถในการพึ่งตนเอง และทำประโยชน์ให้แก่สังคม อีกทั้งเป็นการตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย สังคม และจิตใจมนุษย์ (การแนะแนวอาชีพ. 2539 : 1)

จากภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน ทำให้เกิดการถดถอยของการลงทุน ธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการปรับลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน วิธีที่ใช้มากในปัจจุบันคือ การไม่รับคนงานเพิ่ม และการเลิกจ้าง ทำให้เกิดปัญหาการว่างงานตามมา และปัญหาการว่างงานก็นับเป็นปัญหาที่สำคัญยิ่งในปัจจุบัน เพราะมีผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาสังคมตามมาอีกด้วย แต่ค่านิยมในการประกอบอาชีพของคนไทยส่วนใหญ่ยังมีความนิยมในการประกอบอาชีพรับราชการ หรือการรับจ้างประเภทมีเงินเดือนประจำ ทั้ง ๆ ที่ในปัจจุบันตลาดแรงงานในด้านนี้มีอยู่น้อยมาก บุคคลส่วนใหญ่มองข้ามความสำคัญของอาชีพอิสระ ซึ่งมีให้เลือกหลายอาชีพ (สวัสดิ์ สุวรรณอักษร. 2532 : 32-35)

ธุรกิจประกันชีวิตเป็นอีกสายงานอาชีพหนึ่งที่น่าสนใจและมั่นคง เพราะไม่ว่าจะเป็นตัวแทนประกันชีวิตเต็มเวลา หรือตัวแทนประกันชีวิตบางเวลา จะไม่ถูกปลดจากการเป็นตัวแทน (ยกเว้นในกรณีที่ทำผิด) และยังสามารถทำผลงานได้มาก ๆ บริษัท ฯ จะถือว่าเป็นตัวแทนที่ประสบผลสำเร็จ (สมาคมประกันชีวิตไทย 2540) ซึ่งอาชีพประกันชีวิตมีลักษณะเด่นคือ 1. ไม่มีขีดจำกัดของรายได้ 2. มีรายได้ต่อเนื่อง 3. มีรายได้ในขณะที่เรียนรู้งาน 4. มีจำนวนลูกค้านับไม่ถ้วน 5. ไม่มีจำกัดเรื่องอายุ 6. เป็นอาชีพที่มีความกว้างขวาง 7. เป็นอาชีพที่มีความก้าวหน้า 8. เป็นงานอิสระ 9. ไม่ต้องใช้เงินลงทุน 10. เป็นอาชีพที่มีเกียรติ 11. ไม่มีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล 12. เป็นกิจการที่มั่นคงและยั่งยืน เพราะการประกันชีวิตมีมูลฐานมาจากความต้องการของมนุษย์ (คู่มือตัวแทนประกันชีวิต. 2535 : 184-185)

ตัวแทนประกันชีวิตเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการเพิ่มพูนและพัฒนายอดขายให้กับบริษัท และยังทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาดไปด้วย โดยเป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่ได้เปรียบกว่าเครื่องมือชนิดอื่น คือสามารถสื่อสารได้ 2 ทางกับลูกค้า เพราะตัวแทนประกันชีวิตมีโอกาสดังกล่าวกับลูกค้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นความต้องการของเขา (สุปัญญา ไชยชาญ. 2536:6) ในรอบปีหนึ่งๆ จะมีผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ที่ได้รับรางวัลตอบแทนจากบริษัทจำนวนไม่มากนัก เมื่อเทียบกับสัดส่วนตัวแทนประกันชีวิตที่มีอยู่ทั้งหมด จากสถิติการขายในไตรมาสที่ 4 ปี 2544 ผลงานของผู้บริหารสาขาพลโยธิน ซึ่งมีผู้บริหารทั้งหมด 200 คน พบว่าเดือนกันยายน มีผู้ที่สามารถทำผลงานได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 โดยแบ่งเป็นผู้บริหารสังกัดภาค 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13 เป็นผู้บริหารสังกัดเขต 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และเป็นผู้บริหารสังกัดหน่วย 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 เดือนตุลาคม มีผู้ที่สามารถทำผลงานได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 โดยแบ่งเป็นผู้บริหารสังกัดภาค 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9 เป็นผู้บริหารสังกัดเขต 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และเป็นผู้บริหารสังกัดหน่วย 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20 เดือนพฤศจิกายนมีผู้ที่สามารถทำผลงานได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 โดยแบ่งเป็นผู้บริหารสังกัดภาค 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7 เป็นผู้บริหารสังกัดเขต 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และเป็น

ผู้บริหารสังกัดหน่วย 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เดือนธันวาคม จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22 โดยแบ่งเป็นผู้บริหารสังกัดภาค 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 เป็นผู้บริหารสังกัดเขต 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และเป็นผู้บริหารสังกัดหน่วย 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 จากสถิติดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจปัญหาว่ามีปัจจัยใดที่ทำให้ยอดขายลดลง

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนประกันชีวิตที่เคยได้รับรางวัลจาก บริษัท อ郁ธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน จำนวน 20 คน ถึงวิธีการเลือกตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อ郁ธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) พบว่ามีวิธีการคัดเลือกตัวแทนประกันชีวิต เช่นเดียวกับบริษัทประกันชีวิตอื่น กล่าวคือให้ตัวแทนประกันชีวิตแต่ละคนเป็นผู้หาตัวแทนประกันชีวิตมาสังกัดในหน่วยงานของตนเอง โดยใช้เกณฑ์ส่วนตัวซึ่งไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ได้ตัวแทนประกันชีวิตที่ขาดความตั้งใจจริง ขาดความมุ่งมั่น ขาดความกระตือรือร้น และไม่กล้าแสดงออก หรือไม่สามารรถสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจในแบบประกัน ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต เช่น ความรู้ทางด้านการขาย ทักษะในการขาย ขาดการทำงานที่เป็นระบบ ตัวแทนประกันชีวิตส่วนใหญ่ทำผลงานได้ไม่ตามเกณฑ์ของงานที่บริษัทตั้งไว้ ซึ่งระดับผู้จัดการภาคจะต้องมีผลงานเดือนละ 240,000 บาท ระดับผู้จัดการเขต จะต้องมีผลงานเดือนละ 180,000 บาท ระดับผู้จัดการหน่วย จะต้องมีผลงานเดือนละ 100,000 แต่ทำผลงานไม่ได้ตามเกณฑ์ที่บริษัทฯ กำหนดไว้

จะเห็นได้ว่าปัญหาดังกล่าวข้างต้นเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการขาย ซึ่งมาจากคุณภาพของตัวแทนประกันชีวิต ดังที่ วีระผล สุวรรณนันท (2527 : 87) กล่าวว่าประสิทธิภาพ หมายถึง การกระทำใด ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่ง และภายใต้จำนวนงบประมาณที่จำกัด กิจกรรมใดสามารถก่อให้เกิดผลสูงสุด เราเรียกกิจกรรมนั้นว่าเป็นกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้หน่วยงานหรือองค์กรจึงต้องหาวิธีการให้ตัวแทนประกันชีวิตเหล่านี้เกิดความเต็มใจที่จะทำงานและคงสภาพการขายให้อยู่ในเกณฑ์ดี ด้วยการสร้างเสริมประสิทธิภาพในการขายโดยให้มี วินัย ความรู้ ความสามารถ (ทิพาดี เมฆสวรรค์. 2529 : 57-62) แต่การจะสร้างประสิทธิภาพการขายให้เกิดขึ้นในตัวของตัวแทนประกันชีวิตได้นั้น จะต้องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการขายของตัวแทนประกันชีวิต แล้วจึงนำผลจากการศึกษานั้นไปวางแผนเพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อ郁ธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานกับประสิทธิภาพในการขาย ของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อ郁ธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อ郁ธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน
3. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อ郁ธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นแนวทางทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต และยังเป็นตัวชี้ (Indicator) ให้เห็นว่าควรจะมีการพัฒนาปัจจัยทางด้านใด เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต และผลการวิจัยที่ได้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางคัดเลือกบุคคลในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน ปี พ.ศ. 2545 และมีผลงานได้ตามเกณฑ์ของบริษัท ฯ กำหนด ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 200 คน เป็นชาย 83 คน และเป็นหญิง 117 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชากรที่เป็นตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน ปี พ.ศ. 2545 และมีผลงานได้ตามเกณฑ์ของบริษัท ฯ กำหนด ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 200 คน เป็นชาย 83 คน และเป็นหญิง 117 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ปัจจัยด้านส่วนตัว ได้แก่

- 1.1.1 เพศ
- 1.1.2 อายุ
- 1.1.3 ระดับการศึกษา
- 1.1.4 สถานภาพสมรส
- 1.1.5 ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทน
- 1.1.6 บุคลิกภาพ
- 1.1.7 ทักษะติดต่องานขาย

1.2 ปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่

- 1.2.1 ฐานะทางเศรษฐกิจ
- 1.2.2 ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว
- 1.2.3 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว

1.3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

- 1.3.1 สถานที่ทำงาน
- 1.3.2 อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน
- 1.3.3 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน
- 1.3.4 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ประสิทธิภาพในการขาย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ประสิทธิภาพในการขาย หมายถึง ความสามารถในการขายของตัวแทนประกันชีวิตที่ได้รับมอบหมายให้ได้ตรงตามเป้าหมายของหน่วยงาน มีผลงานตามที่ บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) กำหนด โดยพิจารณาจากหน้าที่และความรับผิดชอบที่สามารถขายประกันชีวิตได้ โดยมีผลงานดังนี้

ระดับผู้จัดการหน่วย มีผลงานเบี้ยประกัน 100,000 บาท/เดือน และเบี้ยประกัน 1,200,000 บาท / ปี
ระดับระดับผู้จัดการเขต มีผลงานเบี้ยประกัน 180,000 บาท / เดือนและเบี้ยประกัน 2,160,000 บาท / ปี
ระดับระดับผู้จัดการภาค มีผลงานเบี้ยประกัน 240,000 บาท / เดือน และเบี้ยประกัน 1,620,000 บาท / ปี
นอกจากนี้ ระดับผู้จัดการหน่วย ระดับผู้จัดการเขต และระดับระดับผู้จัดการภาค ต้องมีตัวแทนใหม่ในหน่วยงาน 6 คน/ปี ซึ่งตัวแทนใหม่จะต้องมีเบี้ยประกันคนละไม่ต่ำกว่า 30,000 บาท

2. การประเมินประสิทธิภาพในการขาย หมายถึง การประเมินประสิทธิภาพการขายจากการประเมินผล การขาย ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ประสิทธิภาพจากการขายจากการประเมินตนเอง และประสิทธิภาพจากการประเมินของผู้บังคับบัญชาดังรายละเอียด ต่อไปนี้

1.1 ประสิทธิภาพจากการขายจากการประเมินตนเอง หมายถึง การรายงานตนเองเกี่ยวกับการขายในหน้าที่ในด้านความรู้และความเข้าใจในงาน และทำให้หน่วยงานเจริญมากขึ้น ไม่ย่อท้อต่องาน ยาก ช่วยเหลือและแนะนำการทำงานกับผู้อื่น แก้ปัญหาที่เกิดจากการขาย และผลงานเป็นที่ยอมรับ

1.2 ประสิทธิภาพจากการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชาเกี่ยวกับการขายของผู้ใต้บังคับบัญชา ในด้านความรู้ความเข้าใจในงาน การพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการขาย ความกระตือรือร้นและความพยายามในการขาย การตัดสินใจและความรับผิดชอบต่อนหน้าที่การงาน ความกล้าแสดงออก ความสามารถในการแก้ปัญหา ความรวดเร็วในการทำงาน การมีมนุษยสัมพันธ์และการประสานงานในการทำงาน และความไว้วางใจได้

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต หมายถึง สิ่งที่ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในที่นี้ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ปัจจัยด้านส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทน และทัศนคติต่องานขาย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1.1 เพศชายและเพศหญิง

3.1.2 อายุ หมายถึง จำนวนเวลานับเป็นปีเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. ที่เกิดมาจนถึงปัจจุบันของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

3.1.3 ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของตัวแทนประกันชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

3.1.4 สถานภาพสมรส หมายถึง สถานภาพการอยู่ร่วมกันระหว่างสามี-ภรรยาของตัวแทนประกันชีวิตในปัจจุบัน ได้แก่ โสด สมรส และหม้าย

3.1.5 ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทน หมายถึง ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มเป็นตัวแทนประกันชีวิต จนถึงปัจจุบัน

3.1.6 ทักษะคติต่องานขาย หมายถึง ความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมของตัวแทนประกันชีวิตที่มีต่อการขายประกันชีวิต

3.1.6.1 ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต หมายถึง การศึกษาถึงกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบต่าง ๆ ของ บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และความพยายามหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา เพื่อให้สามารถพูดคุยกับผู้คาดหวัง / ผู้เอาประกันได้ทุกเรื่อง

3.1.6.2 ด้านความรู้สึกต่องานขายประกันชีวิต หมายถึง ความภาคภูมิใจที่ได้ทำงานกับบริษัท มีความรู้สึกที่ดีต่อบริษัท และเชื่อมั่นในความมั่นคงของบริษัท

3.1.6.3 ด้านแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมของตัวแทนประกันชีวิตที่มีต่อการขายประกันชีวิต ได้แก่ การปฏิบัติโดยคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคลของลูกค้า มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการแก่ลูกค้าอย่างจริงจัง และเสมอต้นเสมอปลายกับลูกค้าทุกคน

3.2 ปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ ฐานะทางเศรษฐกิจ ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว และสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.2.1 ฐานะทางเศรษฐกิจ หมายถึง รายได้ประจำเดือนของอาชีพหลัก (อาชีพตัวแทนประกันชีวิต) รายได้พิเศษ (ค่านายหน้าจากการขายประกันชีวิต หรืออาชีพที่ปฏิบัตินอกเหนือจากการขายประกันชีวิต) และรายได้รวม (รายได้ประจำและรายได้พิเศษรวมกันต่อเดือน)

3.2.2 ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว หมายถึง งานหรือสิ่งที่ตัวแทนประกันชีวิตต้องปฏิบัติและรับผิดชอบต่อสมาชิกในครอบครัวในแต่ละเดือน ได้แก่ การดูแลสมาชิกในครอบครัว ซึ่งประกอบด้วยการดูแลบิดา มารดา บุตร ธิดา และญาติพี่น้อง การรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ภายในครอบครัว ได้แก่ ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัว ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้าน ค่าผ่อนรถ และค่าใช้จ่ายภายในบ้าน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ

3.2.3 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัวหมายถึง การปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิตที่มีต่อสมาชิกในครอบครัวและการปฏิบัติของสมาชิกในครอบครัวต่อตัวแทนประกันชีวิต ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.2.3.1 การปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิตต่อสมาชิกในครอบครัว ได้แก่ การให้ความรัก ความห่วงใยต่อสมาชิก ให้กำลังใจและไว้วางใจในการกระทำของสมาชิก เป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำทั้งในด้านการเรียน และด้านส่วนตัวกับสมาชิกในครอบครัว

3.2.3.2 การปฏิบัติของสมาชิกในครอบครัวต่อตัวแทนประกันชีวิตได้แก่ การแสดงความรักและเคารพของสมาชิกที่มีต่อตัวแทนประกันชีวิต การเชื่อฟัง ช่วยเหลืองานที่ตัวแทนประกันชีวิตมอบหมายให้ทำด้วยความเต็มใจ ยอมรับกฎระเบียบภายในครอบครัว ตั้งใจเรียน การขอคำแนะนำและการขอให้ตัวแทนประกันชีวิตมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ในการเรียน รวมถึงการทำกิจกรรมของสมาชิกในครอบครัว และการไม่ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตเสียใจ

3.3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง สภาพการณ์ต่างๆ ในที่ทำงานที่มีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่ และส่งผลต่อการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตได้แก่ สถานที่ในการทำงาน อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน และ สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.3.2 อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน หมายถึงอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน เมื่อเทียบกับจำนวนตัวแทนประกันชีวิต ความทันสมัย และคุณภาพการใช้งาน ได้แก่ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์

3.3.3 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน หมายถึง การที่ตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงานปฏิบัติต่อกันทั้งในด้านการทำงานและด้านส่วนตัวทั้งในและนอกสถานที่ทำงาน เพื่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี ได้แก่ การช่วยเหลือพึ่งพาซึ่งกันและกัน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีความใกล้ชิด ห่วงใย สนับสนุนซึ่งกันและกัน การทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันในกลุ่มเพื่อนร่วมงานด้วยความรักและสามัคคี

3.3.4 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา หมายถึง การปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิตต่อผู้บังคับบัญชา และการปฏิบัติของผู้บังคับบัญชาต่อตัวแทนประกันชีวิตทั้งในและนอกสถานที่ทำงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

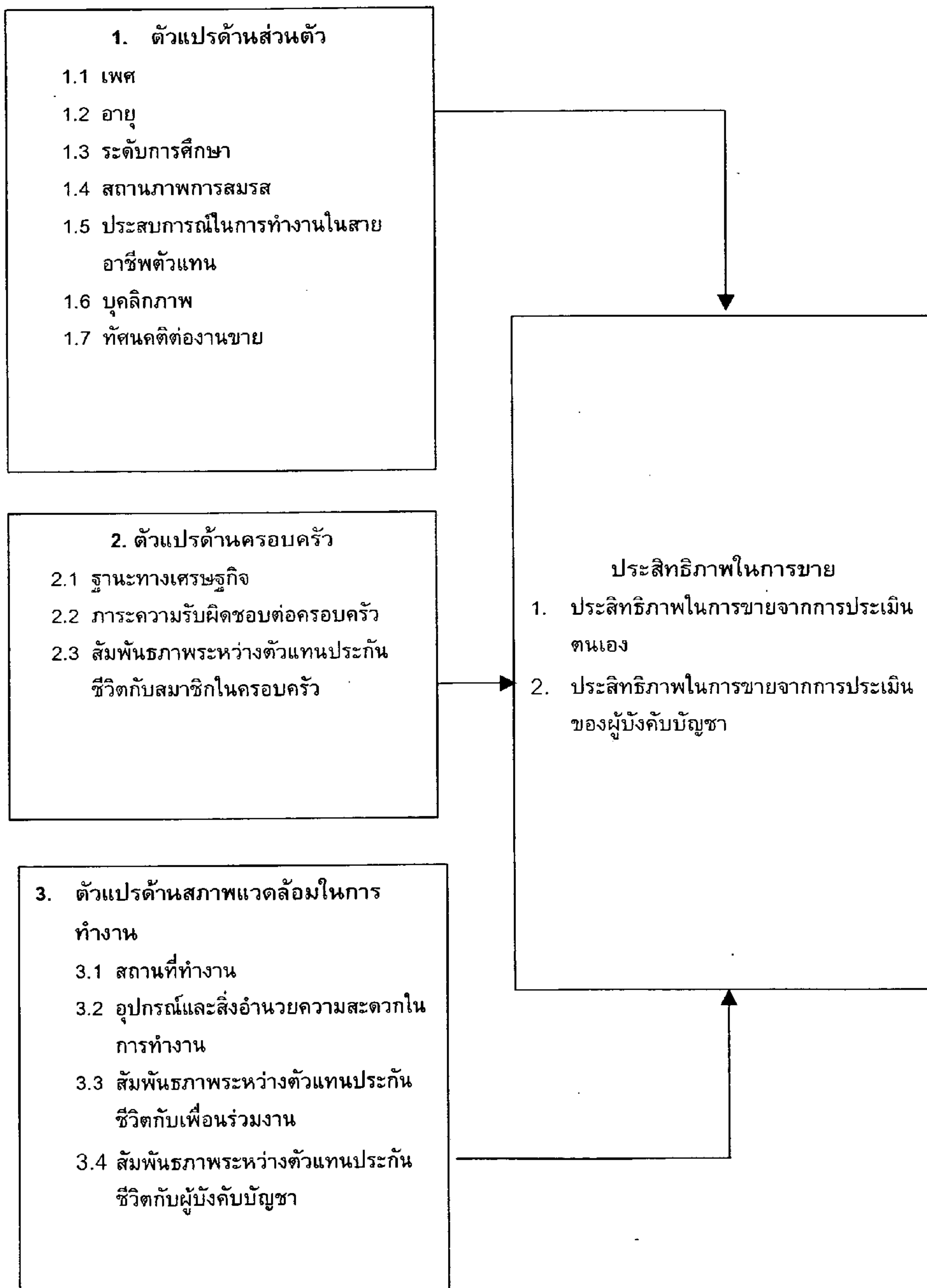
3.3.4.1 การปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิตต่อผู้บังคับบัญชา ทั้งในและนอกสถานที่ทำงาน ได้แก่ การให้ความเคารพ เชื่อฟังในคำสั่งของผู้บังคับบัญชา ตั้งใจและสนใจปฏิบัติตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาโดยไม่ขัดต่อกฎ ระเบียบและข้อบังคับ

3.3.4.2 การปฏิบัติของผู้บังคับบัญชาต่อตัวแทนประกันชีวิต ทั้งในและนอกสถานที่ทำงาน ได้แก่ การให้ความสนใจต่อตัวแทนประกันชีวิต สร้างความสัมพันธ์ที่ดีที่ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตเกิดความรู้สึกเป็นกันเอง ให้ความรักความเอาใจใส่ ให้คำปรึกษาและชี้แนะแก่ตัวแทนประกันชีวิตทั้งในด้านการทำงาน และด้านส่วนตัวที่ตัวแทนประกันชีวิตมาขอคำปรึกษา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. ปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน

2. ปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน

บทที่ 2

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ที่มีหน่วยงานตั้งอยู่สาขาพลโยธิน ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต
 - 1.1. ความหมายของการประกันชีวิต
 - 1.2. ความสำคัญของตัวแทนประกันชีวิต
 - 1.3. ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันชีวิต
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขาย
 - 2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขาย
 - 2.1.1 ความหมายของประสิทธิภาพในการขาย
 - 2.1.2 แนวความคิดที่เกี่ยวกับการประเมินผลการขาย
 - 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิต
 - 2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ
 - 2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และทัศนคติต่องานขาย
 - 2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต
 - 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประกันชีวิต

1.1 ความหมายของการประกันชีวิต

การประกันชีวิตเป็นการประกันภัยที่การจ่ายเงินอาศัยการทรงชีพ หรือการมรณะของบุคคลเป็นเหตุในการจ่าย โดยการเฉลี่ยภัยซึ่งกันและกันที่เกิดขึ้นแก่บุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่น ๆ ซึ่งอยู่ในลักษณะของการเสี่ยงภัยประเภทเดียวกันและร่วมกัน เพื่อเป็นการช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้กับบุคคลที่ประสบเคราะห์กรรมอันเนื่องมาจากการสูญเสียชีวิต และเพื่อให้บุคคลนั้นมีฐานะทางเศรษฐกิจทางการเงินกลับคืนเข้าสู่สภาพเดิมเหมือนกับไม่มีการสูญเสียใด ๆ เกิดขึ้น

หลักการประกันชีวิตที่แท้จริง จะต้องไม่ก่อให้เกิดกำไรหรือผลประโยชน์แก่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดทั้งสิ้น ดังนั้นการประกันชีวิตจึงเป็นการแตกต่างกันกับการพนันขั้นต่อ เพราะมีทั้งฝ่ายผู้ได้และฝ่ายผู้เสียควบคู่กันไปเสมอ และที่ว่าการประกันชีวิตไม่ยอมให้เกิดผลกำไรแก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งนั้น หมายความว่า การจ่ายสินไหมทดแทนนั้นจะจ่ายเป็นจำนวนเงินที่แน่นอนตามที่ระบุไว้ในเงื่อนไขของกรมธรรม์แต่ละประเภทตัวอย่างเช่น นาย ก. ทำประกันชีวิตไว้ในวงเงินเอาประกันเป็นจำนวน 100,000 บาท ระยะเอาประกัน 15 ปี สัญญาประกันชีวิตยังมีผลบังคับอยู่ หากนาย ก ไม่ได้เสียชีวิต บริษัทผู้รับประกันจะต้องจ่ายเงินสินไหม จำนวน 100,000 บาท ให้กับผู้รับผลประโยชน์หรือให้กับนาย ก ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าสัญญาต่างตอบแทน จะไม่มีฝ่ายใดฝ่าย

หนึ่งได้เปรียบหรือเสียเปรียบกันใด ๆ ทั้งสิ้น ต่างฝ่ายต่างก็ยึดถือความซื่อสัตย์สุจริตต่อกันเป็นอย่างยิ่ง ฝ่ายทางบริษัทผู้รับประกันก็พร้อมที่จะจ่ายเงินสินไหมทดแทนให้ฝ่ายผู้เอาประกันก็ต้องจ่ายเบี้ยประกันให้ เป็นไปตามระเบียบทุกงวด ส่วนผู้ที่เอาประกันชีวิตได้นั้นจะต้องเป็นผู้ตกอยู่ภายใต้การคุกคามของประเภทเดียวกัน การประกันชีวิตเป็นการโอนภัยที่จะเกิดขึ้นมารวมอยู่ในส่วนกลาง คือ บริษัทรับประกัน แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า การประกันชีวิตหรือผู้ทำประกันชีวิตแล้วจะไม่ตาย จริง ๆ แล้วจะต้องตายด้วยกันทั้งนั้น เป็นการโอนภัยเหล่านั้นมาอยู่ส่วนกลาง บริษัทก็จะเป็นผู้เฉลี่ยภัยดังกล่าวไปยังกลุ่มคนที่อยู่ภายใต้การคุกคามของภัยประเภทเดียวกัน เมื่อทุกคนได้เอาประกันชีวิตไว้ก็จะรู้สึกสบายใจ เพราะมีหลักประกันตนไว้แล้ว เพียงแต่เสียเบี้ยประกันให้กับกองกลางเพียงเล็กน้อยที่สามารถจะกระทำได้ (คู่มือตัวแทนประกันชีวิต. 2535 : 10-11)

1.2 ความสำคัญของตัวแทนประกันชีวิต

สมาคมประกันชีวิตไทย (2532) ได้กล่าวว่า ตัวแทนประกันชีวิต เป็นบุคคลที่เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างบริษัทประกันชีวิตกับลูกค้าคาดหวัง ที่จะนำเสนอบริการประกันชีวิตให้ผู้คาดหวังยอมรับ และทำประกันชีวิตในที่สุด นอกจากนั้นบทบาทของตัวแทนประกันชีวิตนี้เปรียบเสมือนผู้สนับสนุนที่จะทำให้บริษัทสามารถดำเนินการรับใช้สังคมอยู่ได้ โดยการคัดเลือกสมาชิกผู้เอาประกันตามแบบกรมธรรม์ที่บริษัทเสนอ และทำหน้าที่แจ้งข่าวสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ผู้คาดหวังอย่างเอาใจใส่ มีความซื่อสัตย์ ตลอดจนทำหน้าที่ให้บริการอื่น ๆ เช่น การรับแจ้งการชดเชยความเสียหาย (ค่าสินไหมทดแทน) ด้วย เป็นต้น

จากสถิติจำนวนตัวแทนประกันชีวิตของประเทศไทยทำให้เป็นที่น่าสนใจว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นตามลำดับ กล่าวคือ พ.ศ. 2532 มีตัวแทนประกันชีวิตเพียง 11,115 คน และในปีหนึ่ง ๆ มีผู้สมัครสอบเป็นตัวแทนประกันชีวิต (กรมประกันภัยกระทรวงพาณิชย์จัดสอบเดือนละ 1 ครั้ง) เป็นจำนวนประมาณ 10,000 คน ในขณะที่เดียวกับที่จะมีผู้ออกจากอาชีพตัวแทนประกันชีวิตไปแต่ละปีประมาณ 3,000-6,000 คน ทั้งนี้เพราะขาดความตั้งใจจริง ขาดความมุ่งมั่น หรืออาจไม่ถนัดในการทำหน้าที่ หรือขาดประสิทธิภาพในการทำงานตัวแทนประกันชีวิตก็ได้ สำหรับปี พ.ศ. 2532 มีผู้สมัครสอบเป็นตัวแทนประกันชีวิตทั้งสิ้น 48,172 คน แบ่งเป็นจากกรุงเทพฯ มากที่สุดคือ 20,944 คน จากภาคเหนือจำนวน 9,513 คน จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 9,164 คน จากภาคใต้จำนวน 3,910 คน จากภาคตะวันออกจำนวน 3,094 และภาคกลางจำนวน 1,547 คน โดยมีผู้เข้าสอบรวม 33,959 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 ผลการสอบปรากฏว่ามีผู้สอบได้ทั้งสิ้น 22,606 คน คิดเป็นร้อยละ 66.57 ของผู้เข้าสอบ ดังนั้นจำนวนตัวแทนประกันชีวิตในปี พ.ศ. 2532 มีทั้งสิ้น 44,145 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2523 ถึงร้อยละ 297.17 ซึ่งจะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ได้รับการยอมรับในสังคมเทียบเท่ากับผู้มีอาชีพอิสระ หรือวิชาชีพอื่น ๆ เพราะตัวแทนประกันชีวิตจะต้องมีคุณสมบัติ 8 ข้อตามที่กฎหมายกำหนดจึงจะได้รับอนุญาตให้ประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตได้ และก่อนที่ตัวแทนประกันชีวิตจะออกปฏิบัติงานนั้น จะต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณตัวแทนประกันชีวิต 10 ข้อ (สมาคมประกันชีวิตไทย. 2532)

คุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต (สมาคมประกันชีวิตไทย. 2535 : 186) มีดังนี้

1. บรรลุนิติภาวะ
2. มีภูมิลำเนาในประเทศไทย
3. ไม่เป็นคนวิกลจริตหรือจิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ

4. ไม่เคยต้องโทษจำคุก โดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกในความผิดเกี่ยวกับทรัพย์สินที่เกี่ยวกับทรัพย์สินที่กระทำโดยทุจริต เว้นแต่ได้พ้นโทษมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปีก่อนวันขอรับใบอนุญาต
5. ไม่เคยเป็นบุคคลล้มละลาย
6. ไม่เป็นนายหน้าประกันชีวิต
7. ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตเป็นตัวแทนประกันชีวิต หรือใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันชีวิตในระยะเวลา 3 ปีก่อนวันขอรับใบอนุญาต
8. ได้รับการศึกษาวิชาประกันชีวิตจากสถาบันการศึกษาที่นายทะเบียนประกาศกำหนด หรือสอบความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตได้ ตามหลักสูตรและวิธีการที่นายทะเบียนประกาศกำหนด วิชาที่สอบมี 3 วิชาคือ พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประกันชีวิต

จรรยาบรรณของตัวแทนประกันชีวิต (สมาคมประกันชีวิต, 2535:180-183) มีดังต่อไปนี้

1. มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อผู้เอาประกันภัย บริษัท และเพื่อนร่วมอาชีพ
2. ให้บริการที่ดีย่อมสม่ำเสมอและชี้แจงให้ผู้เอาประกันภัยทราบถึงสิทธิและหน้าที่เพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้เอาประกันภัย
3. รักษาความลับอันมิควรเปิดเผยของผู้เอาประกัน และของบริษัท ต่อบุคคลภายนอก
4. เปิดเผยความจริงของผู้เอาประกันในส่วนของสาระสำคัญ เพื่อพิจารณารับประกัน หรือเพื่อความสมบูรณ์แห่งกรมธรรม์
5. ต้องไม่ชักชวนหรือเสนอขายนอกเหนือเงื่อนไขในกรมธรรม์
6. ต้องไม่แนะนำให้ผู้เอาประกันสละกรมธรรม์เดิม เพื่อทำสัญญาใหม่ซึ่งอาจจะเป็นการทำให้ผู้เอาประกันเสียผลประโยชน์
7. ไม่ลดหรือเสนอขายที่จะลดค่าบำเหน็จ เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้เอาประกัน
8. ไม่กล่าวร้ายทับถมตัวแทน หรือบริษัทอื่น
9. หมั่นศึกษาหาความรู้ในวิชาชีพเพิ่มเติมอยู่เสมอ
10. ประพฤติตนอยู่ในศีลธรรมประเพณีอันดีงามทั้งธำรงไว้ซึ่งเกียรติ ศักดิ์ศรีและคุณธรรมแห่งอาชีพปฏิญาณ

1.3 ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันชีวิต

1.3.1 ทฤษฎีการขาย (Theories of Selling)

ทฤษฎีการขาย คือ ทฤษฎีทางจิตวิทยาซึ่งนักจิตวิทยาจะกล่าวถึงศิลปะการขายส่วนใหญ่เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของคน ได้แก่

1. ทฤษฎีแห่งความต้องการอันเนื่องมาจากความพึงพอใจ (The Want Satisfaction Theory)

ตามทฤษฎีนั้นพนักงานขายต้องศึกษาสินค้าที่ตนขาย และค้นหาจุดขายและสาระที่สำคัญของสินค้าเพื่อนำไปสัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจโดยพยายามจับคู่ (Matching) รูปแบบเงื่อนไข และสิทธิประโยชน์ตอบแทนของการประกันชีวิตให้เข้ากับความต้องการของผู้คาดหวังเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ

2. ทฤษฎีแห่งการวิเคราะห์ลูกค้า (The Depth Theory)

ทฤษฎีนี้ถือว่าพนักงานขายที่รู้เรื่องเกี่ยวกับลูกค้ามากเพียงใด ย่อมทำงานขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากเพียงนั้น ทฤษฎีแห่งการวิเคราะห์ลูกค้าเป็นทฤษฎีการขายที่ใช้แพร่หลายมาก และมีหลักการที่ใช้ได้ผลเมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีการขายทั้งหมด หลักสำคัญของทฤษฎีนี้คือ พนักงานขายจะต้องพิจารณาความต้องการของลูกค้าเป็นลำดับแรก โดยไม่คำนึงถึงสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยเฉพาะพนักงานขายจะวิเคราะห์ปัญหา หรือความต้องการของลูกค้าโดยการพบปะพูดคุยกับลูกค้าโดยตรงเมื่อทราบปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าแล้วพนักงานขายมีหน้าที่ช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า หรือหาทางตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างถูกต้อง เหมาะสมที่สุด (ดำรงสิริ อุทยานานนท์. 2524:50-52)

3. ทฤษฎีไอดาส (AIDAS)

เป็นทฤษฎีที่เน้นหนักทางด้านผู้ขายที่ต้องปฏิบัติการต่าง ๆ ตามลำดับขั้นปฏิบัติการเพื่อความสำเร็จในการขายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (สุโขทัยธรรมมาธิราช. 2536 : 9-15)

3.1 ความเอาใจใส่ (Attention) เป็นวิธีการที่ผู้ขายพยายามเรียกร้องความเอาใจใส่จากลูกค้ามุ่งหวังได้โดยการทำให้ลูกค้าเกิดความพร้อมตั้งใจรับฟังการอธิบายรายละเอียดหรือชมการสาธิตผลิตภัณฑ์ ดังนั้นพวกพนักงานขายควรจะเริ่มต้นพูดคุยกับลูกค้าด้วยเรื่องทั่ว ๆ ไป ก่อนเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์สร้างบรรยากาศความเป็นกันเอง และให้ลูกค้ามีความสบายใจ ต่อจากนั้นพนักงานขายจึงนำผลิตภัณฑ์มาเสนอขายได้

3.2 ความสนใจ (Interest) เมื่อพนักงานขายสามารถเรียกร้องความเอาใจใส่จากลูกค้าเป้าหมายได้แล้วก็ควรที่จะสร้างให้เกิดความสนใจผลิตภัณฑ์จนถึงจุดที่ลูกค้าต้องการฟังรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ได้ วิธีการสร้างความพอใจก็เสนอตัวสินค้า การสาธิตการเสนอภาพประกอบคำอธิบาย ขณะเดียวกันต้องมีความสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเองในตัวพนักงานขายด้วย

3.3 ความต้องการ (Desire) เป็นขั้นตอนที่พนักงานขายจำเป็นต้องให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับการซื้อผลิตภัณฑ์ และสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ถ้าพนักงานขายสามารถทำได้ก็เท่ากับว่าได้กระตุ้นและจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว

3.4 การตกลงซื้อ (Action) เป็นขั้นที่พนักงานถือว่าบรรลุวัตถุประสงค์ และความสำเร็จในการขายให้แก่พนักงาน เพราะเป็นขั้นที่ลูกค้าตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นขั้นตอนในการปิดการขาย (ตกลงซื้อสินค้า) หลังจากที่ถูกลูกค้าได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้ และพนักงานขายได้เสริมให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว ความสำคัญของการขายโดยที่พนักงานขายนั้นทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ทำให้รู้สึกว่าคุณถูกยัดเยียดให้ซื้อสินค้า หรือผลิตภัณฑ์นั้น

3.5 ความพอใจ (Satisfaction) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการปฏิบัติการเพื่อความสำเร็จในการขายไม่ว่า เมื่อพนักงานขายสามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ก็ถือว่าจบกระบวนการขายแล้ว แต่พนักงานขายควรสร้างความพอใจให้ลูกค้าโดยการกล่าวขอบคุณ และต้องให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าอีกครั้งหนึ่งกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง เพื่อให้ลูกค้าได้กลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ในโอกาสต่อไป และควรมีการให้บริการหลังการขายกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง ซึ่งถือว่าเป็นตัวที่สำคัญในการผูกมัดใจลูกค้า และทำให้เกิดความสำเร็จในการขายได้ง่าย

1.3.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการขายประกันชีวิต

(Theory of Sell Insurance)

1.3.2.1 ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

เป็นทฤษฎีที่เป็นรูปแบบของการรับรู้ จากประมวลความคิดของการจูงใจยึดกระบวนการคิดจากจิตสำนึกของคนด้วยการประเมินสถานการณ์ ทฤษฎีนี้จึงกลายเป็นทฤษฎีการตัดสินใจ ด้วยทฤษฎีนี้อธิบายว่า คนจะตัดสินใจว่าจะทำอย่างไรด้วยการประเมินผลลัพธ์ที่ออกมาและความเป็นไปได้กับตัวของเขา

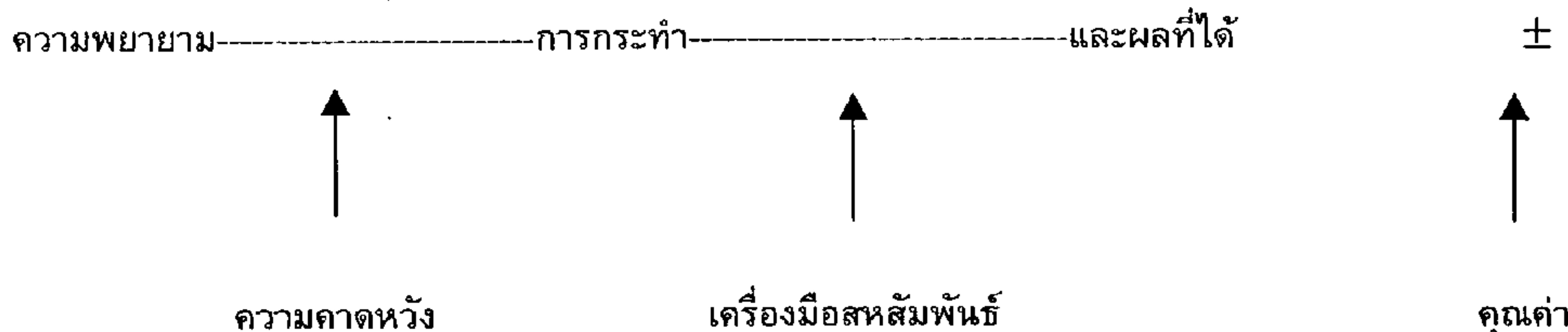
รายละเอียดของทฤษฎีความคาดหวัง มีดังนี้

1. การกำหนดความพยายาม (The Determinants of Effort) มีฐานความคิดของทฤษฎีความคาดหวัง ที่กล่าวถึงการจูงใจเป็นปัจจัยที่เกิดโดยผลที่ได้จากความคาดหวังของคนในเหตุการณ์ ตามเหตุผลของการกระทำนั้น ๆ จำนวนของความพยายามจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ

1.1 การรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างความพยายาม (Effort) และการกระทำ (Performance) เป็นความคาดหวัง (Expectancy)

1.2 การรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำ (Performance) และผลลัพธ์ที่ได้ (Outcomes) เป็นเครื่องมือ

1.3 คุณค่าของผลลัพธ์ที่ได้ (Valence)



ความคาดหวัง (Expectancy = EXP) หมายถึงความเป็นไปได้ถึงความพยายาม ที่ทำให้เกิดการกระทำที่บรรลุผล เช่น ถ้าฉันพยายามทำงานหนักอย่างจริงจัง ฉันก็สามารถทำงานนี้ได้ ความคาดหวังจะสูงหรือต่ำ ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของความพยายามและการกระทำ

2. ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ (Instrumentality = I) ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น เช่น ถ้าฉันทำดี ฉันจะได้รับรางวัล หรือถ้าฉันทำดีฉันจะได้อะไรตอบแทน

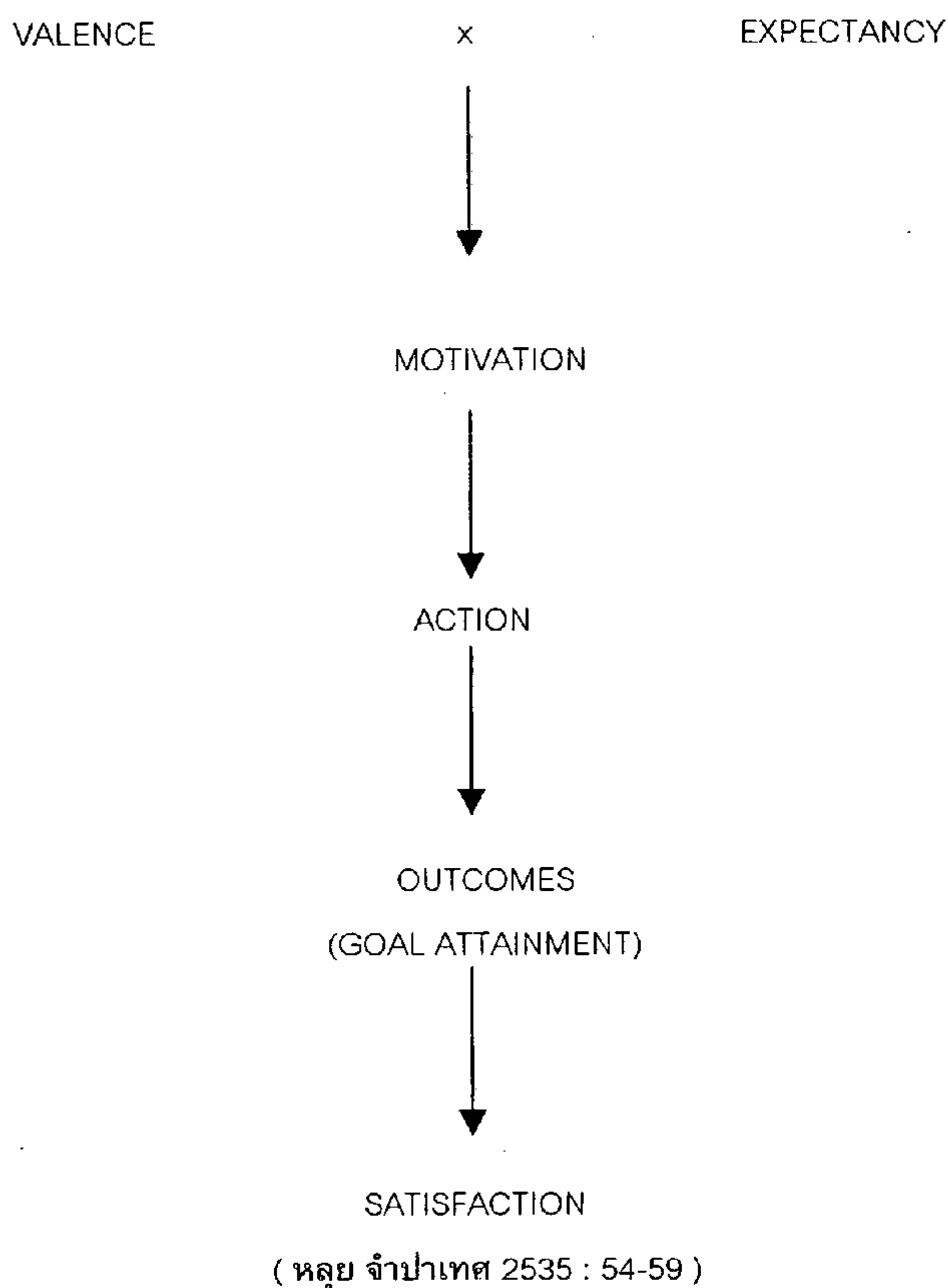
3. คุณค่า (Valence = V) หมายถึง ค่าของผลลัพธ์ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจหรือไม่ดึงดูดใจ

4. ความพยายาม (Effort of Force = E) เป็นผลรวมของ EXP, I และ V คนคาดหวังว่าจะได้รับผลลัพธ์ที่มีคุณค่าสูง ถ้าเขาทำงานดี และคนคาดหวังว่าจะทำงานได้ดีถ้าเขาพยายามเต็มที่

องค์ประกอบของทฤษฎีความคาดหวัง ทั้ง 3 ประการ คือ EXP, I และ V ถ้านำมาคูณกัน จะได้เป็นความพยายามของบุคคล เขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$\text{Effort} = \text{EXP} \sum (I.V)$$

เขียน MODEL เพื่อนำไปใช้เกี่ยวกับการจูงใจในการกระทำ ได้ดังนี้
EXPECTANCY MODEL ในการทำงาน



รายงานการวิจัยของโอลิเวอร์ (Oliver. 1974: 243-253) ได้นำเอาทฤษฎีความคาดหวังทำนายความสามารถในการขายของพนักงานขายโดยศึกษาเกี่ยวกับตัวแทนขายประกันชีวิตที่ทำงานเต็มเวลากับบริษัทประกันชีวิตจำนวน 99 คน พบว่าทฤษฎีความคาดหวัง จะมีประโยชน์ในการช่วยทำนายความสำเร็จของการขายหรือรายได้ที่ควรจะได้เมื่อพนักงานขายไปพบลูกค้าของเขาในการทำประกันชีวิต

1.3.2.2 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ของมาสโลว์

มาสโลว์ (Abraham H. Maslow) นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ได้แบ่งลำดับขั้นตอนความต้องการเบื้องต้นของมนุษย์ออกเป็น 5 ขั้น โดยเรียงลำดับความสำคัญหรือความจำเป็นสูงสุดไปจนถึงความจำเป็นขั้นรองลงไป เรียงตามลำดับดังนี้ คือ (จิตวิทยาธุรกิจ. 2523 : 112-113)

1. ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) ได้แก่ความต้องการพื้นฐานเบื้องต้นทางสรีระของบุคคล เช่น อาหาร น้ำ อากาศ การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ความต้องการทางกาย เป็นสิ่งจำเป็นและมีอิทธิพลสูงสุด ต่อบุคคลทั่วไป เพื่อให้ชีวิตดำรงอยู่ได้หากร่างกายไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการดังกล่าวมาแล้ว ความต้องการสิ่งอื่น ๆ ก็จะไม่ปรากฏหรืออาจถูกขจัดเซกภายใต้ความต้องการดังกล่าว

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการทางกายของตนเพียงพอแล้ว ความต้องการทางกายจะลดลงหรือหมดไปและความต้องการอื่นๆในขั้นสูงกว่าจะเกิดขึ้นตามมา สิ่งแรกก็คือความต้องการความปลอดภัยในผู้ใหญ่ความต้องการเช่นนี้ปรากฏให้เห็นชัดในกิจกรรมหรือพฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออก เช่น การเก็บออมทรัพย์สินไว้ในอนาคตการประกันชีวิตการประกันทรัพย์สินสมบัติของตน

3. ความต้องการความรัก และการเป็นเจ้าของ (Love and Belongingness) เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองทางกาย และความรู้สึกปลอดภัยจนเป็นที่พอใจแล้ว ก็จะเกิดความต้องการอีกขั้นหนึ่งตามมาคือความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์ และความรักกับคนอื่น ๆ เช่น เพื่อน คนรัก หรือครอบครัว

4. ความต้องการการเป็นที่ยอมรับและยกย่อง (Esteem Needs) คนทั่ว ๆ ไปมีความปรารถนาที่จะมองตนเองว่ามีคุณค่าสูง และเป็นที่น่าเคารพยกย่องทั้งจากตนเอง และได้รับการยอมรับและยกย่องจากคนอื่น ๆ ความต้องการนี้อาจแบ่งเป็นได้ 2 ประเภท คือ

4.1 ความต้องการพลังความแข็งแรง ความสำเร็จ ความสมบูรณ์พอเพียงในด้านต่าง ๆ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความเป็นอิสระและมีเสรีภาพ

4.2 ความต้องการชื่อเสียง และเกียรติยศซึ่งเป็นสิ่งที่ได้รับการยกย่องและยอมรับนับถือจากคนอื่น รวมทั้งความสนใจความสำคัญและความชื่นชมยินดี

5. ความต้องการที่จะเข้าใจ และรู้จักตนเอง (Self Actualization Needs) ความปรารถนาที่จะได้รับความสมบูรณ์พอใจแก่ตนเอง (Self-fulfillment) ในสิ่งที่ตนมีแนวโน้มหรือความสามารถที่จะสามารถทำงานได้ เพื่อให้ตนได้รับความสุขหรือความพึงพอใจสูงสุดเท่าที่จะเป็นไปได้ จากการที่ตนได้เป็นหรือได้ทำในสิ่งที่ตนมีความสามารถที่จะทำ หรือเป็นไปได้ทุกสิ่งตามที่ปรารถนา

1.3.2.3 ความเกี่ยวข้องระหว่างทฤษฎีลำดับขั้นตอนความต้องการของมาสโลว์กับการประกันชีวิต

ในธุรกิจการประกันชีวิตนั้น เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชีวิตและทรัพย์สินของบุคคล ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางจิตวิทยา การที่ผู้ซื้อประกันชีวิตตัดสินใจทำประกันชีวิตนั้นก็เพราะต้องการความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตให้กับตนเองและญาติพี่น้อง ในส่วนตัวแทนประกันชีวิตก็เช่นกัน การที่ตัวแทนประกันชีวิตต้องการความสำเร็จในการทำงานนั้น เพราะต้องการเงินค่าตอบแทนและตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้นซึ่งเป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางจิตวิทยา เช่นกัน สุธรรม พงศ์สำราญ. (2528 : 9 -11) กล่าวว่า ธุรกิจการประกันชีวิตจึงมีทฤษฎีทางจิตวิทยาเข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกิจดังกล่าว ดังนี้

1. การประกันให้ความคุ้มครองต่อครอบครัวในกรณีที่หัวหน้าครอบครัวเกิดมีอันเป็นไปก่อนระยะเวลาอันสมควร สมาชิกของครอบครัวก็จะประสบความยากลำบากด้วยเหตุนี้บุคคลที่เป็นหัวหน้าครอบครัวที่มีความรักและเป็นห่วงครอบครัว สามารถที่จะทราบความเป็นจริงของชีวิต จึงได้ทำประกันชีวิตเพื่อที่จะให้ภรรยาและบุตรได้มีเงินเลี้ยงตัวโดยไม่ต้องไปพึ่งญาติพี่น้องหรือคนอื่น

2. ให้ประโยชน์ในการออมทรัพย์ การประกันชีวิตเป็นการเก็บออมอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ในกรณีฉุกเฉินเพราะการประกันชีวิต เป็นการเก็บออมที่มีเป้าหมายแน่นอนเงินที่เก็บออมนี้นำไปใช้ได้ยากมากยกเว้นในกรณีที่จำเป็นจริง ๆ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการประกันชีวิต คือวิธีการเก็บออม " กองทุนยามฉุกเฉิน " ที่ดีที่สุด

3. การประกันชีวิตทำให้มีรายได้ยามเจ็บป่วย ทุพพลภาพและชราภาพการประกันการเจ็บป่วยทำให้ผู้เอาประกัน มีรายได้สำหรับเลี้ยงตนเอง ในกรณีทุพพลภาพโดยสิ้นเชิงหรือได้รับเงินค่ารักษาพยาบาลในยามที่ผู้เอาประกันสามารถมีเบี้ยเลี้ยงยังชีพไปจนตลอดชีวิต ไม่ว่าจะมียืดอยู่ยาวนานสักเพียงใดก็ตาม

4. การประกันชีวิตช่วยปลูกฝังให้เกิดความรัก และความรู้สึกรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อบุคคลในครอบครัว เช่น ภรรยา บุตร และ ต่อบุคคลอื่นที่มาพึ่งพาอาศัยอยู่ด้วย การแสดงซึ่งความรักและความรับผิดชอบอย่างสมบูรณ์นั้น แม้หัวหน้าครอบครัวจะไม่มีชีวิตอยู่บุคคลที่อยู่ข้างหลังก็สามารถมีความสุขและความมั่นคงปลอดภัย หัวหน้าครอบครัวสามารถให้ความมั่นใจแก่เขาได้แม้จะเสียชีวิตไปแล้วก็ตาม นี่คือการรักและความรับผิดชอบอย่างแท้จริง

5. การประกันชีวิตส่งเสริมให้เกิดความสันติสุข และความมั่นคงปลอดภัยในสังคม เพราะความปรารถนาสูงสุดนั่นคือ ต้องการมีชีวิตอย่างผาสุกและมีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตไม่มีความวิตกกังวลในอนาคตข้างหน้า

สรุปความเกี่ยวข้องของทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์กับผู้เอาประกันเกี่ยวข้องกับลำดับขั้นความต้องการขั้นที่ 2 คือความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัย และลำดับขั้นความต้องการขั้นที่ 3 คือความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ

สุธรรม พงศ์สำราญ.(2525 : 220-221) กล่าวว่าสำหรับตัวแทนประกันชีวิต (Sales Insurance) มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ดังนี้

1. เงินรายได้จากงานตัวแทนทุกคนมีโอกาสหารายได้จากงานได้ตามความต้องการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความขยันขันแข็ง และความสามารถของแต่ละบุคคล

2. ความมั่นคงในงานตัวแทนประกันชีวิตมีความมั่นคงในอาชีพสามารถที่จะยึดเป็นอาชีพได้ถ้าทำงานจริงจึงผลงานย่อมจะดี และเก็บผลประโยชน์บำเหน็จตอบแทนทั้งงานใหม่ที่สร้างสินเพิ่มตลอดเวลาอีกทั้งงานเก่าก็ได้รับค่าบำเหน็จในการเก็บเงินงวดที่ครบชำระอยู่เป็นประจำเพราะฉะนั้นถ้าทำงานนานปีก็ยังมีผลประโยชน์เพิ่มพูนยิ่งขึ้น

3. ความก้าวหน้าในงาน ในการเป็นตัวแทนการขายประกันชีวิตนี้ย่อมจะมีช่องทางก้าวหน้าไปตามความสามารถไม่หยุดยั้ง อันเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการถาวรงานจริง ตัวแทนมีโอกาสก้าวหน้าในการทำงานตามลำดับขั้น แต่ละระดับมีรายได้สูงกว่าอาชีพบางอาชีพ และได้เป็นเงินก้อนใหญ่มากกว่าจากผลการใช้เวลาในการทำงานเท่า ๆ กัน

4. ชื่อเสียงจากการทำงาน งานขายกรมธรรม์ประกันชีวิตสร้างชื่อเสียงทำให้มีเพื่อนฝูง สังคมกว้างขวางยิ่งขึ้นยังนานวันตำแหน่งที่ก้าวหน้าสูงขึ้น ย่อมมีชื่อเสียงสร้างความภูมิใจให้แก่ตนเองยิ่งขึ้น

5. ตัวแทนประกันชีวิตมีอิสระในการทำงาน ตัวแทนทำงานได้ตามความคิดและความรับผิดชอบของตนเอง มีเสรีในการคัดเลือกลูกค้าที่จะไปติดต่อพบปะด้วยมีโอกาสปรับปรุงวิธีการเสนอขายด้วยตนเองนับว่าช่วยให้ผู้ทำงานนี้ ใ้ความคิดริเริ่มใหม่ ๆ อยู่เสมอ สรุปว่าตัวแทนประกันชีวิตเป็นบุคคลทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลา

6. ความสุข (ในฐานะนักสังคมสงเคราะห์) ตัวแทนขายประกันชีวิตที่รักงานนี้ หลายคนกล่าวว่าเขาชอบงานนี้ เพราะตนเองมีส่วนช่วยเหลือลูกค้า ดังนี้

- 6.1 ช่วยเหลือลูกค้าผู้ซื้อประกันชีวิตมีหลักทรัพย์ ไว้คุ้มครองครอบครัว
 - 6.2 ช่วยเหลือลูกค้ามีเงินทุนสำรองไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้บ้านเรือนเมื่อโรงเรียนเปิดเทอมสามารถกู้เงินตามสิทธิในกรมธรรม์ มาปิดเป่าความเดือดร้อนได้
 - 6.3 ช่วยเหลือลูกค้าสะสมเงินไว้ใช้จ่ายเกษียณหรือออกจากงาน
 - 6.4 ช่วยเหลือลูกค้าประสบความสำเร็จตามแผนการตลาด ด้วยการใช้เงินจากกรมธรรม์ประกันชีวิตเมื่อครบกำหนด
 - 6.5 ช่วยให้เกิดมิตรภาพที่สนิทสนม และเห็นอกเห็นใจช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างตัวแทนกับครอบครัวและลูกค้าในอนาคต
- สรุปแล้วการเป็นตัวแทนประกันชีวิตเป็นงานที่นำมาซึ่งความสุขช่วยให้ผู้อื่นเป็นสุข และหมดกังวลในความไม่แน่นอนของชีวิตไปด้วย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขาย

2.1 เอกสารที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขาย

2.2.1 ความหมายของประสิทธิภาพในการขาย

พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (2526 : 504) ได้ให้ความหมายของประสิทธิภาพว่า หมายถึงความสามารถที่ทำให้เกิดผลในการทำงาน

วีระผล สุวรรณนันท (2527 : 87) ได้ให้ความหมายของประสิทธิภาพว่า หมายถึง การกระทำ การใด ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ใดประสงค์หนึ่ง และภายใต้จำนวนงบประมาณที่จำกัด กิจกรรมใดสามารถก่อให้เกิดผล สูงสุด เราเรียกกิจกรรมนั้นว่ากิจกรรมที่มีประสิทธิภาพ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพในการขาย หมายถึง ความพร้อมและความพยายาม รวมไปถึงความสามารถที่จะปฏิบัติงานขายให้สำเร็จโดยการประเมินผลการขาย ประสิทธิภาพในการขายนั้นไม่สามารถทำได้โดยตรง เนื่องจากหน่วยในการวัด สิ่งลงทุนลงแรงไป เช่น เงิน ความพยายาม แรงงานนั้นเป็นคณละครึ่งหน่วยในการวัด ผลลัพธ์คือการปฏิบัติงานขาย ดังนั้นจึงใช้วิธีการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ซึ่งนั่นหมายถึงว่าผลลัพธ์ที่ได้ตรงตามเป้าหมาย

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลการขาย

ทวีศักดิ์ สุคนธ์ (2529 : 164) ได้ให้คำจำกัดความของการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานไว้ว่า เป็นการนำเอาผลงานของตัวแทนประกันชีวิตที่ได้ทำจริงภายในช่วงเวลาที่กำหนดให้ มาวิเคราะห์เปรียบเทียบทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพกับมาตรฐานหรือเกณฑ์ของงานที่ได้ตั้งไว้ และที่ได้ตกลงยอมรับของทุกฝ่ายล่วงหน้า เพื่อที่จะได้ทราบว่าผลงานที่ได้จริงนั้นแตกต่างจากมาตรฐาน เพื่อที่จะได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบ มาแก้ไข พัฒนา ปรับปรุง และนำมาใช้ร่วมกันหรือเป็นพื้นฐานในการพิจารณาความดีความชอบของตัวแทนประกันชีวิตต่อไป

การกำหนดเกณฑ์หรือมาตรฐานในการปฏิบัติงานขาย

การกำหนดเกณฑ์หรือมาตรฐานในการปฏิบัติงานขายของตัวแทนประกันชีวิตแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ (ทวีศักดิ์ สุวคนธ์. 2529 : 167-172)

1. เกณฑ์ในเชิงปริมาณ เป็นการวัดผลการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิตตามปริมาณ เพื่อหาวิธีการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น หลักเกณฑ์ที่จะใช้ในการกำหนด มาตรฐานเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น

ก. ความพยายามที่ตัวแทนประกันชีวิตใช้ เช่น อัตราในการเข้าพบลูกค้าต่อวัน ความถี่ในการเข้าพบลูกค้า จำนวนวันทำงาน เวลาที่ใช้ในการขาย เป็นต้น

ข. ผลงานที่ได้ เช่น ปริมาณขาย และจำนวนลูกค้าทั้งใหม่และเก่า เป็นต้น

มาตรฐานเชิงปริมาณที่นิยมใช้กันทั่วๆ ไปได้แก่

(1) ยอดขายแบ่งเป็น

- มูลค่าของยอดขาย
- หน่วยหรือปริมาณที่ขายได้

(2) ลูกค้าจะวัดได้จากจำนวนลูกค้าที่ซื้อต่อเนื่องหรือคุณภาพของลูกค้า เช่น จำนวนลูกค้าที่ซื้อต่อจำนวนลูกค้าที่มีอยู่ทั้งหมด จำนวนลูกค้าใหม่

2. เกณฑ์หรือมาตรฐานเชิงคุณภาพ คุณภาพของการปฏิบัติงานขายนั้น จะมีความสัมพันธ์กับผลงานในเชิงปริมาณของตัวแทนประกันชีวิต เนื่องจากไม่อาจจะวัดออกมาเป็นปริมาณที่แน่นอนได้ ต้องอาศัยการตัดสินใจของผู้บริหารงานขายเป็นหลัก ฉะนั้นผู้บริหารจะต้องมีความเที่ยงธรรม ไม่ลำเอียง

มาตรฐานเชิงคุณภาพที่สำคัญมีดังนี้ คือ

(1) ทักษะการขาย (Selling Skill) จะต้องนำขั้นตอนในกระบวนการขาย มาพิจารณา เช่น ทักษะในการแสวงหาลูกค้า การเตรียมการขาย การเข้าพบ การเสนอขาย การแก้ไขข้อโต้แย้ง และการปิดการขาย โดย การวัดจะกระทำได้จากการสังเกตของผู้บริหารงานขายในสนามหรือพื้นที่ขาย

(2) ความรู้ (Knowledge) ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับประกันชีวิตและแบบประกันชีวิตที่ตัวแทนประกันชีวิตขาย สามารถนำไปเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพกล่าวคือ จะต้องรู้จักทั้งคุณลักษณะ (Features) และคุณประโยชน์ (Benefits) ของสินค้าที่จะสามารถจูงใจลูกค้าได้ ความรู้เกี่ยวกับการตลาด คือต้องรู้จักลูกค้าสภาพทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจและสังคมของตลาดความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งและกิจกรรมต่างๆ ของคู่แข่ง เช่น การส่งเสริมการขาย ราคา กำหนดระยะเวลาการชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งเรื่องความรู้อาจจะวัดได้จากการสอบหรือรายงาน

(3) ทักษะในการสื่อความหมาย (Communication Skill) เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่ง ที่จะทำให้การขายประสบความสำเร็จ การสื่อความหมายเป็นคำที่ลึกซึ้งมาก ซึ่งรวมถึงการพูด การเขียน การอ่าน การฟัง การอ่านไม่ใช่เฉพาะแค่การอ่านหนังสือออก แต่หมายถึงการอ่านกิริยาท่าทาง สีหน้า การแสดงออกของลูกค้า หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และสามารถแปลความหมายของการสื่อความหมายที่ไม่ใช่คำพูดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น การวัดทักษะในการสื่อความหมาย จะกระทำได้จากการสังเกตและจากรายงาน

(4) การจัดการส่วนตัวและการรายงาน (Personal Organization and Reporting) การวางแผนการขาย เริ่มตั้งแต่การวางแผนเขตการขาย การวางแผนการเยี่ยมลูกค้า เช่น จัดกลุ่มให้อยู่ในเขตหรือบริเวณใกล้เคียงกัน การจัดลำดับความสำคัญของลูกค้าเพื่อจะกำหนดจำนวนเยี่ยมหรือความถี่ของการเยี่ยมได้อย่างถูกต้อง การวางแผนงานการแจกตัวอย่าง ติดแผ่นป้ายโฆษณา การรายงานอาจจะแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ

รายงานเรื่องในอดีตที่ผ่านมา กับแผนงานที่จะกระทำต่อไปในอนาคต เนื้อหาของรายงานจะต้องสะท้อนถึงความรู้ และทักษะในการสื่อความหมายของตัวแทนประกันชีวิต

(5) การปฏิบัติตามกฎของบริษัท (Adherence to Company Procedures) เป็นการวัดความรับผิดชอบ ในบางครั้งอาจจะวัดได้ถึงความซื่อสัตย์ของตัวแทนประกันชีวิตว่า จงใจที่จะละเมิดกฎเกณฑ์ของบริษัทหรือไม่ เช่น การเดินทางไม่ตรงตามแผนที่วางแผนเอาไว้ หรือไม่ส่งเงินที่เก็บได้เข้าบริษัทตามกำหนด เป็นต้น

(6) รายละเอียดส่วนตัว ได้แก่ทัศนคติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน ลูกค้า บริษัท เป็นต้น นอกจากนั้นยังเป็นส่วนประกอบต่าง ๆ ที่แสดงถึงคุณภาพของตัวแทนประกันชีวิต เช่น การตรงต่อเวลา การรักษาเวลา การแต่งกาย ความกระตือรือร้น มนุษย์สัมพันธ์ การให้ความร่วมมือ ความซื่อสัตย์ การที่มีความคิดริเริ่ม การยอมรับความคิดใหม่ ๆ การแสดงออก การช่วยเหลือตนเองได้

การประเมินผลการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิต สามารถวิเคราะห์และเปรียบเทียบถึงคุณลักษณะของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพกับตัวแทนประกันชีวิตที่ไม่มีประสิทธิภาพ และยังช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงจุดดี จุดด้อยของพนักงานขาย ไม่ว่าจะเป็นด้านบุคลิกภาพ ความรู้ทางด้านการขาย ทักษะในการขาย ฯลฯ

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิต

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลหรือลักษณะบุคคลที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขายประกัน ดังนี้

ปรียา วอนขอพร และสุรัชนา วิวัฒนชาติ (2524 : 33) ได้กล่าวถึงลักษณะทั่วไป ที่จะทำให้การขายของตัวแทนประกันชีวิตมีประสิทธิภาพ คือ

1. มีสิ่งจูงใจที่เหมาะสมกับงาน
2. มีความสามารถในการโน้มน้าวใจคนให้เห็นตาม
3. มีความสามารถในการผูกมิตร
4. ประสบการณ์ในด้านการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทใหญ่ ๆ เห็นว่าไม่จำเป็น ถ้ามีคุณลักษณะอย่างอื่นที่เห็นว่าคุณค่ามากกว่า เพราะสามารถฝึกฝนได้ง่ายกว่า คนที่มีความชำนาญมาก่อน แต่สำหรับกิจการเล็ก ๆ ประสบการณ์อาจจำเป็นต้องมี เพราะการจัดตั้งหน่วยงานการอบรมสำหรับตัวแทนประกันชีวิตเพียงคนหรือสองคน สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก

5. ระดับการศึกษาของตัวแทนประกันชีวิตไม่สามารถกำหนดได้ลงไปแน่นอน แต่ผู้ที่จบจากมหาวิทยาลัยมีภาษีมากกว่า แม้ว่าการเป็นตัวแทนประกันชีวิตนั้นไม่ต้องใช้ผู้จบมหาวิทยาลัยเพราะมักจะช่วยให้มีลักษณะอย่างอื่น ๆ ดีกว่าผู้ที่จบชั้นมัธยมศึกษา

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการขายมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดเพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์เหมือนกัน หากทราบว่าบุคคลมีบุคลิกภาพเป็นเช่นไร ก็อาจจะหาวิธีการส่งเสริมให้บุคคลนั้นมีพฤติกรรมไปในแนวทางที่ต้องการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533 : 395)

บุคลิกภาพแบบ เอ (Type A Behavior pattern Personality) หมายถึง บุคคลที่มีบุคลิกภาพเร่ร่อนชอบแข่งขันและก้าวร้าว ชอบทำงานให้ได้มาก ๆ ในเวลาน้อย ๆ มีความรู้สึกเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว มีความพยายามมากในการทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้ประสบความสำเร็จ ชอบฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อให้เกิด

สัมฤทธิ์ผล ชอบทำงานด้วยความรวดเร็ว ทนไม่ได้กับการทำงานที่ล่าช้า มีความต้องการพักผ่อนน้อยกว่าผู้อื่นและถูกกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกโกรธและก้าวร้าวได้ง่าย (Friedman and Rosenman. 1974 : 164)

บุคลิกภาพแบบ บี (Type B Behavior pattern Personality) หมายถึง บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบผ่อนคลาย ไม่รีบร้อนและไม่ก้าวร้าว มีลักษณะเรื่อย ๆ เฉื่อย ๆ ชอบการพักผ่อนและดำเนินชีวิตแบบง่าย ๆ ไม่ชอบฝ่าฝืนอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำงาน และไม่ชอบการที่ต้องทำงานในเวลาอันรีบด่วน (อัจฉรา วงศ์วัฒนา มงคล. 2533 : 18)

2.1.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และทัศนคติต่องานขาย

ได้มีนักวิชาการเป็นจำนวนมากที่ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติ (Attitude) อาทิเช่น

เดโซ สวานานนท์ (2524 : 28) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นคุณลักษณะหนึ่งของบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้เปลี่ยนแปลงได้และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดทิศทางของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นองค์ประกอบอันสำคัญยิ่ง ที่จะทำให้นักบุคคลประสบความสำเร็จ หรือความล้มเหลวในหน้าที่การงาน หรือในอาชีพของตน

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2523 : 20) อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อม หรือแนวโน้มที่จะกระทำ หรือมีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้าสิ่งหนึ่งสิ่งใด ในลักษณะบางอย่าง ทัศนคตินี้จะแสดงออกให้เห็นจากคำพูดหรือพฤติกรรม แต่ละคนจะมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากน้อยแตกต่างกัน แต่ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติก็คือ ความเป็นนามธรรม (Abstraction) การศึกษาทัศนคติจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อที่จะทำการเปลี่ยนแปลงโดยกระบวนการต่าง ๆ เช่น การสื่อสาร การศึกษา เป็นต้น

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2525 : 97) อธิบายว่า ทัศนคติ คือ ความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์และอื่น ๆ ซึ่งมีลักษณะการประเมินค่าว่า ดี-เลว มีคุณค่า-ไร้ค่า สวย-ขี้เหร่ ฯลฯ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออก ที่บ่งถึงสภาพทางจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างคงทนถาวรพอควร อีกประการหนึ่ง ทัศนคติเป็นนามธรรมและเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการแสดงออกด้านการปฏิบัติ แต่ทัศนคติมิใช่แรงจูงใจ (Motive) หรือแรงขับ (Drive) หากแต่เป็นสภาพความพร้อมที่จะโต้ตอบ (State of Readiness) และแสดงให้เห็นถึงแนวทางการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งเร้า

พรรณราย ทรัพย์ประภา (2529 : 76) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า เป็นความพร้อมที่จะแสดงออกในทางใดทางหนึ่ง ในส่วนที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบเฉพาะบางประการอันเกี่ยวกับการงาน

สตีเยร์ และ พอร์ตเตอร์ (Steers & Porter. 1991 : 256) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า เป็นการแสดงความโน้มเอียงในการชอบหรือไม่ชอบบุคคล หรือสิ่งของในสิ่งแวดล้อมหนึ่ง เมื่อเราพูดว่าชอบหรือไม่ชอบบางอย่าง เรากำลังแสดงถึงทัศนคติต่อบุคคลหรือสิ่งของ ตัวอย่างเช่น เมื่อพิจารณาถึงทัศนคติของความพึงพอใจในงาน เราหมายถึงงานอย่างหนึ่ง หรือประสบการณ์ในงานที่เรารู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

เคนด์เลอร์ (Kendler. 1963 : 572) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุนหรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือแนวความคิด

จากความหมายของทัศนคติดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่าทัศนคติ คือ แนวโน้มเอียง ในการประเมินสัญลักษณ์ วัตถุหรือแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งของสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะที่เราชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติอาจสะท้อนให้เห็นในรูปพฤติกรรม ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง

โดยทั่วไปทัศนคติทุกชนิดมีองค์ประกอบที่เหมือนกัน 3 ประการ คือ (ณรงค์ศักดิ์ จันทน์นวล. 2527 : 666-668 , เชิดศักดิ์ โฆวาสินธุ์. 2520 : 40)

1. องค์ประกอบทางด้านความเชื่อ (Cognitive or Belief Component) องค์ประกอบนี้ประกอบด้วย ความเชื่อ ความรู้ ความคิด
2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบ-ไม่ชอบ หรือ ทำที่ที่ดี-ไม่ดี
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มหรือความพร้อมที่บุคคลจะปฏิบัติ

2.1.5.1 การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

พรรณิ ช. เจนจิต (2528 : 288-289) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งมีที่มาดังนี้

1. เกิดจากประสบการณ์ที่บุคคลพบเห็นและเกิดความประทับใจ
2. เกิดจากกระบวนการเรียนรู้ จากการอบรมสั่งสอนของพ่อแม่ ญาติพี่น้องและคนรอบข้างเกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรม และความเชื่อต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม
3. เกิดจากการเลียนแบบหรือทำตามอย่างบุคคลที่มีอิทธิพลโดยตรง เช่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง ครู พี่น้อง และบุคคลอื่น ๆ ที่ตนนิยมชมชอบ บุคคลจึงอาจรับเอาทัศนคติของบุคคลเหล่านั้นมาเป็นทัศนคติของตนให้ได้
4. เกิดจากกลุ่มอิทธิพลของสังคม อิทธิพลของกลุ่มที่บุคคลเข้าไปรวมตัว เป็นสมาชิกความคิดเห็นของกลุ่มนั้น ๆ สามารถบีบบังคับให้สมาชิกในกลุ่มต้องยอมจำนนปฏิบัติตามไปด้วย ถ้าหากว่าทัศนคตินั้น ๆ มิได้ขัดกับความรู้สึกของสมาชิกเกินไปนัก

ชวนะ ภวกันันท์ (2527 : 24) อธิบายว่า บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ประเภทแรก ได้แก่ ทัศนคติทางบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกมีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจ โต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนินงานของกิจการขององค์การและอื่น ๆ
2. ประเภทที่สอง ได้แก่ ทัศนคติทางลบหรือไม่ดี คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวง
3. ประเภทที่สาม คือ ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์การอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

2.1.5.2 การวัดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นแนวโน้มเชิงของการตอบสนองทางด้านความรู้สึกของบุคคล ซึ่งจัดว่าเป็นพฤติกรรมภายในที่มีลักษณะเป็นนามธรรม การวัดทัศนคติจึงเป็นการทำความเข้าใจบุคคลและยังสามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ ได้ โดยการศึกษาความคิดเห็น ความรู้สึกของบุคคลที่ยังไม่เปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาหนึ่ง โดยทั่วไปจะวัดทางอ้อมจากแนวโน้มที่บุคคลจะแสดงออกซึ่งไม่ใช่พฤติกรรมโดยตรงของบุคคล

ไพจิตร ฝักเจริญผล (2528 : 136-139) อธิบายถึงเทคนิควิธีการในการวัดทัศนคติ เทคนิคในการวัดทัศนคติจำแนกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การวัดทัศนคติจากคำรายงาน เนื่องจากข้อบกพร่องของการวัดทัศนคติโดยการสัมภาษณ์ สอบถามความคิดเห็น ให้ผู้ตอบได้อย่างเสรี คือ ขาดความชัดเจน และยากลำบากในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล จึงมีการใช้แบบสอบถามหรือมาตราส่วนประเมินค่าในการวัด ซึ่งมีมากมายหลายแบบ เช่น แบบสอบถามให้ตอบรับหรือตอบปฏิเสธ (ใช่-ไม่ใช่, จริง-ไม่จริง) แบบสอบถามประเภทใช้มาตราส่วนประเมินค่า แบบสอบถามประเภทบังคับให้เลือกข้อความหนึ่งในสองข้อความ เป็นต้น

2. การวัดทัศนคติจากการสังเกตพฤติกรรม เนื่องจากบางครั้งทัศนคติของบุคคลจะปรากฏออกมาอย่างชัดเจนในการกระทำของเขา การสังเกตสีหน้า หรืออากัปกิริยาของบุคคลจะทำให้สามารถรู้ถึงทัศนคติของเขาได้

เอ็ดเวิร์ด (Edwards .1957 : 3 -16) ได้เสนอรูปแบบในการวัดทัศนคติ สรุปได้ดังนี้

1. โดยการสัมภาษณ์หรือการซักถามโดยตรง วิธีนี้เป็นวิธีที่ง่ายและตรงไปตรงมาที่สุดที่ผู้ถามจะได้ทราบถึงความรู้สึก หรือความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่มีข้อเสียว่าผู้ถามอาจจะไม่ได้รับคำตอบที่จริงใจจากผู้ตอบ เพราะผู้ตอบอาจบิดเบือนคำตอบ เนื่องจากอาจเกิดความเกรงกลัวต่อการแสดงความเห็น วิธีแก้ไข คือ ผู้สัมภาษณ์ต้องสร้างบรรยากาศให้ผู้ตอบรู้สึกเป็นอิสระ และให้แน่ใจว่าคำตอบของเขาจะเป็นความลับ

2. โดยการสังเกตพฤติกรรม มีผู้เสนอว่า ถ้าต้องการทราบว่าใครมีความคิด หรือรู้สึกต่อสิ่งใด ก็ให้สังเกตพฤติกรรมของเขาต่อสิ่งนั้น แต่วิธีนี้มีข้อจำกัด คือ ในกรณีที่ทำการวิจัยมาก ๆ นั้น ไม่สามารถสังเกตพฤติกรรมได้หมดทุกคน นอกจากนี้ทัศนคติเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ที่มีอิทธิพลต่อบุคคล ดังนั้นในการที่จะตัดสินพฤติกรรมอะไร เราจะคาดหวังพฤติกรรมของบุคคล โดยพิจารณาจากทัศนคติอย่างเดียวไม่ได้ และในทำนองเดียวกันก็จะนำเอาพฤติกรรมที่เขาแสดงออกมาตัดสินว่า เขามีทัศนคติอย่างไรก็ไม่ได้เช่นกัน

3. สร้างข้อความที่เป็นข้อคิดเห็นต่อสิ่งเร้าที่เราต้องการวัดทัศนคติ เป็นเครื่องเร้าให้คนที่เราต้องการให้เขาแสดงทัศนคติต่อสิ่งนั้น ตอบในเชิงเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้น ๆ การวัดทัศนคติวิธีนี้จะออกมาในรูปของแบบวัดทัศนคติหรือเครื่องมือวัดทัศนคติ ซึ่งเหมาะจะใช้ในการศึกษางานอุตสาหกรรม และงานวิจัย เพราะสะดวกและรวดเร็วต่อการที่จะต้องการทราบค่ามัชฌิมเลขคณิตของทัศนคติ ต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งของบุคคลส่วนใหญ่

2.1.5.3 ทัศนคติต่องานและผลการปฏิบัติงาน

ฟิชไบน์ (Fishbein :1967, Quoted in Steers & Porter : 1991 : 257) ได้อธิบายถึงคำว่าทัศนคติต่องาน (Job attitude) ว่าประกอบด้วย 3 ส่วนที่สัมพันธ์กันคือ

1. ความเชื่อเกี่ยวกับงาน
2. ความรู้สึกที่มีต่องาน
3. ความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรม

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

นักวิจัยที่ประสบความสำเร็จในอาชีพในวิชาชีพหลายท่านได้กล่าวถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตดังนี้

กิตติ จิระเดชดำรง (2535 : 16) ปัจจัยพื้นฐานของนักขายประกันชีวิตที่จะประสบความสำเร็จ คือ ความขยัน ความอดทน และความทะเยอทะยาน และได้กล่าวถึงหลักในการทำงานให้ประสบความสำเร็จดังนี้

1. รับผิดชอบลูกค้า
2. คำนึงถึงรายรับของลูกค้า และความจำเป็นที่จะต้องซื้อ
3. ขยันและฉลาด ซึ่งขยัน หมายถึง การทำงานอย่างสม่ำเสมอทำให้เป็นนิสัย จนเกิดความชำนาญ และเกิดทักษะ และฉลาด หมายถึง การเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง

4. ทักษคติเชิงบวกต่อบริษัท ต่อเพื่อนร่วมงาน และต่อหัวหน้างาน
อมร ถาวรมาศ (2537:38) ได้กล่าวถึงการพัฒนานิสัยที่ดีของพนักงานขายที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของอาชีพขาย คือ

1. พัฒนานิสัยชอบไปหาลูกค้า
2. พัฒนานิสัยในการพูดให้คนเชื่อ โดยการฝึกฝนหาคำพูดหาเหตุผลมาประกอบ หาสิ่งแวดล้อมมาสนับสนุน จนเป็นธรรมชาติเป็นนิสัย
3. พัฒนานิสัยในการเตรียมความพร้อมอยู่เสมอ ทั้งบุคลิกลักษณะนิสัยกิริยามารยาท การพูดจา และความคิด จะต้องเป็นคนที่มีระเบียบและมีวินัยอยู่เสมอ

สำหรับคุณสมบัติของนักขายผู้ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องมีความจริงใจ ความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉงว่องไว ความรอบรู้และสนใจในสิ่งรอบด้าน มีความเป็นมิตร ยินดีที่จะช่วยเหลือผู้อื่น บุคลิกน่าเชื่อถือทั้งทั้งกาย วาจา ใจ มีความเข้าใจ หรือความละเอียดอ่อน (Empathy หรือ Sensibility) และมีความเอาชนะและมีความมุ่งมั่นเฉพาะตัว (Ego Drive หรือ Self Motivation)

ทวีศักดิ์ สุวณธ์ (2529 : 23) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติทั่วไปของพนักงานขายดังนี้

1. มีอิทธิบาทสี่ คือ
 - 1.1 ฉันทะ มีความพอใจในงาน รักงาน
 - 1.2 วิริยะ มีความขยันหมั่นเพียรประกอบหน้าที่การงาน
 - 1.3 จิตตะ มีจิตใจฝักใฝ่ในงาน
 - 1.4 วิมังสา หมั่นตรិตรอง พิจารณาเหตุผล
2. มีความซื่อสัตย์ คือ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ต่อบริษัท และต่อเพื่อนร่วมงาน
3. มีการวางแผน เช่น การวางแผนในการพบลูกค้า การเดินทาง
4. มีความสามารถในการฟัง และพูด

นอกจากนั้นพนักงานขายจะต้องมีสติปัญญาเฉลียวฉลาด การแสดงออกของคนที่มีความเฉลียวฉลาด มีสติปัญญาที่ดีมาจากการพูด การคิดและสามารถนำไปปฏิบัติได้

ญาณเดช ทองสีมา และจิระภา เอมะสิทธิ์ (2523 : 13) ได้กล่าวถึงสิ่งที่จะทำให้ผู้บริหารการขายประสบความสำเร็จ คือ การเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถของตนตลอดเวลา ด้วยการพูดจาชักถาม สังเกต และติดตามข่าวคราวปัญหาต่าง ๆ รอบด้านอ่านประวัติและวิเคราะห์ปัญหาของผู้อื่น

กฤษณะ กฤตมโนรต (2534 : 62) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักขายที่ประสบความสำเร็จดังนี้

1. อุตทน อุต หมายถึง ไม่ได้ในสิ่งที่อยากได้ ทน หมายถึง ต้องทนยอมรับในสิ่งที่ไม่อยากจะได้ นักขายที่ประสบความสำเร็จจะต้องอดทนต่อความลำบากตรากตรำทางร่างกายต่อทุกขเวทนาทางร่างกาย ต่อการกระทบกระทั่งทางจิตใจ และต่อความเย้ายวนทางร่างกายและจิตใจ

2. มีความสุขกับงาน

3. มีเครื่องมือพร้อม คือ มีวิชาความรู้ในตัวสินค้าและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการขาย เช่น ใบสมัครขอทำประกันชีวิต

วันชัย เกิดโภคทรัพย์ (2535 : 15) ได้กล่าวถึง การทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ควรพบลูกค้าวันละ 3 ราย เป็นมาตรฐานที่ดีที่สุด ไม่ควรเกิน 3 ราย เพราะไปหาลูกค้ารายหนึ่งพอดีถึงเวลาที่นัดลูกค้าไว้อีก รายหนึ่ง จะทำให้เสียงานไม่ได้ผล วันเสาร์ต้องวางแผนงาน วันอาทิตย์ พักผ่อน นอกจากนี้ วันชัยยังได้กล่าวถึงวิธีการทำงานดังนี้

1. เข้าหน่วยงาน เมื่อเวลามีปัญหา หัวหน้าหน่วยสามารถที่จะตอบปัญหาของเราได้
2. พยายามทำตัวเองให้มีคุณภาพ คือการศึกษาหาความรู้จากการอ่านหนังสือดี ๆ เช่น หนังสือจิตวิทยา การตลาด การขาย ฟังเทปวิชาการ เพราะสามารถประยุกต์กับชีวิตประจำวัน

ปรเมษฐ์ บุญศรี (2535 : 160) ได้กล่าวถึงหลักการใหญ่ ๆ ที่ตัวแทนประกันชีวิตจะต้องกระทำและปลูกฝังให้เป็นคุณสมบัติประจำตัว คือ K.A.S.H

1. K = Knowledge จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสัญญา และกรรมธรรม์ประกันชีวิตดีพอสมควร และศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแบบประกันต่าง ๆ อีกทั้งสัญญาเพิ่มเติมต่าง ๆ ให้เพิ่มขึ้นจนเกิดความชำนาญ
2. A = Attitude มีทัศนคติต่อแบบประกัน ต่อหน่วยงาน ต่ออาชีพ และต่อตัวเองในเชิงบวก
3. S = Skill ต้องพัฒนาขีดความสามารถในการขายของตนให้มีประสิทธิภาพ และเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ
4. H = Habit ต้องเพิ่มพูนประสบการณ์ในการขาย และเพาะบ่มนิสัยในการทำงาน เพื่อให้เกิดนิสัยในการทำงานอย่างเนื่องและให้ผลดี

นอกจากนี้ การบริหารหลังการขาย จะช่วยให้ตัวแทนประกันชีวิตอยู่รอดในอาชีพได้ ในอนาคต โอกาสต่าง ๆ ที่ตัวแทนประกันชีวิตควรให้บริการให้ลูกค้า ถูกเวลา และถูกสถานที่ ดังนี้

1. ช่วงเวลาที่เป็นหน้าที่โดยตรงของตัวแทน เช่น การส่งมอบกรรมธรรม์การบริการเมื่อลูกค้าประสบภัย เป็นต้น
2. ช่วงเวลาที่สำคัญ ๆ ในสังคม เช่น ได้รับเลือกให้เป็นนายกสมาคม หรือสโมสร เป็นต้น
3. ช่วงเวลาที่ลูกค้า หรือผู้มุ่งหวังเกิดประสบอุบัติเหตุ เป็นต้น

บรรเลง ทับเที่ยง (2533 : 269) ได้เขียนถึงการแสวงหาตัวแทนประกันชีวิตว่า ควรจะมีอายุระหว่าง 23-45 เพราะอยู่ในวันที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายและชอบไขว่คว้าสิ่งใหม่ตลอดเวลา อยากรู้ได้มากกว่าปัจจุบันและไม่พอใจสภาพการทำงานที่เป็นอยู่ การศึกษาควรจะไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ซึ่งการพัฒนาตัวแทนประกันชีวิต เพื่อให้อยู่รอดในอาชีพได้ตามความสามารถของแต่ละคนดังนี้

1. ให้ความรู้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจประกันชีวิต การตลาด และการดำเนินการขาย บริษัท สถาบันประกันภัย กรรมธรรม์และเบี้ยประกันภัย รวมทั้งความจำเป็น ประโยชน์ และหน้าที่ของประกันชีวิตต่อบุคคล ต่อสังคม
2. สร้างศรัทธาต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งเป็นส่วนประกอบอันแรกของการประสบความสำเร็จ
3. สร้างความชำนาญในการวางแผนงาน ในการขาย และในการแสวงหาผู้มุ่งหวัง
4. สร้างนิสัยงานดี เช่น ปลูกนิสัยในการตั้งเป้าหมายในการทำงาน และทำให้ได้ตามเป้าหมาย ปลูกนิสัยในการพัฒนาตนเองให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ธำรงค์ศักดิ์ หมีนจักร์ และศรีสง่า กรรณสูต (2523 : 238-249) ได้กล่าวถึงพนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จจะต้องมีลักษณะดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าที่ขายเป็นอย่างดี สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติและประโยชน์ เพื่อกำจัดความสงสัยหรือความไม่ไว้วางใจของลูกค้า และช่วยให้การเสนอขายมีประสิทธิภาพตรงเป้าหมายยิ่งขึ้น นอกจากนี้พนักงานขายควรมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่เป็นคู่แข่งกับสินค้าที่ขาย เพื่อสามารถชี้ให้เห็นข้อแตกต่างของสินค้า

2. ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า พนักงานขายควรมีความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ และความต้องการของลูกค้า โดยทั่ว ๆ ไป และเป็นการเฉพาะตัวไม่ว่าจะเป็นรสนิยม ลักษณะนิสัยใจคอรวมถึงเทคนิคในการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้าหลาย ๆ แบบ ได้อย่างเหมาะสมและสิ่งจูงใจหรือการกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้า

จากการวิเคราะห์ตัวแทนขายประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จ สรุปได้ว่าจะต้องมีบุคลิกภาพทักษะความสามารถดังนี้ คือ

1. ความสามารถในการสื่อสาร สามารถถ่ายทอดแนวความคิด และข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ ความเชื่อมั่น สามารถจูงใจลูกค้าให้ให้ความสำคัญของลูกค้า
3. ทักษะในการสื่อสารสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสามารถรับรู้ความต้องการ ตลอดจนแนวความคิดเห็น และตอบสนองได้อย่างเหมาะสม สามารถรับฟังและควบคุมอารมณ์ได้ดี
4. ความสามารถในการบริหารงาน และจัดเวลาสามารถที่จะวางแผนระบบการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. จรรยาบรรณและพฤติกรรมแบบมืออาชีพ มีจรรยาบรรณ ศีลธรรม และความซื่อสัตย์ให้การบริการลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด ตั้งใจและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
6. ความสามารถในการเรียนรู้และประยุกต์ใช้กับงานสามารถในการเรียนรู้และก้าวตามวิธีการใหม่ ๆ มีความสามารถในการอ่านกราฟ ตาราง และสามารถคำนวณคณิตศาสตร์ขั้นพื้นฐานได้
7. เป้าหมายและแรงบันดาลใจ ที่จะประสบความสำเร็จสามารถที่จะตั้งเป้าหมาย และเพียรพยายามที่จะบรรลุเป้าหมาย
8. ศักยภาพในการตลาด นำความสามารถและความรู้ที่มีอยู่ออกมาใช้ในการพัฒนาการตลาดสำหรับการขายอย่างต่อเนื่อง และสามารถประเมินสถานการณ์ของตลาด
9. ความเป็นอิสระและสามารถในการพึ่งพาตนเอง สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องมีการดูแลควบคุมจากผู้อื่น หรือยึดติดกับรูปแบบและระบบการขายของผู้อื่น
10. ความรู้ทางเทคนิค มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าประกัน วงจรการลงทุนและเข้าใจถึงผลกระทบที่มีต่อการวางแผนด้านการเงิน
11. ความสามารถในการแสวงหาผู้มุ่งหวังสามารถในการคัดเลือกผู้มุ่งหวังโดยมุ่งหวังที่กลุ่มมุ่งหวังที่มีคุณสมบัติเพียงพอ และสามารถในการรักษาผู้มุ่งหวังไว้ได้

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขาย

งานวิจัยในต่างประเทศ

LIAMA (Life Insurance Agency Management Association. 1963 : 26-27) ได้กล่าวถึงงานวิจัยที่เกี่ยวกับบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จดังนี้

1. ตัวแทนประกันชีวิต ที่มีอายุระหว่าง 25-40 ปี จะประสบความสำเร็จมากกว่าอายุช่วงอื่น
2. ผู้ที่มีสถานภาพการสมรส จะประสบความสำเร็จมากกว่าคนโสด
3. ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และจบการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย จะประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ที่มีการศึกษต่ำกว่า

นอกจากนั้น LIAMA ได้กล่าวว่า ครอบครัวของตัวแทนประกันชีวิตเป็นจุดสำคัญที่จะเป็นแรงจูงใจให้ทำงาน กล่าวคือคู่สมรสของตัวแทนประกันชีวิตจะมีส่วนช่วยเหลือหรือขัดขวางการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ขึ้นอยู่กับทัศนคติของคู่สมรสที่มีต่ออาชีพการเป็นตัวแทนประกันชีวิตด้วย

จากงานวิจัยสรุปได้ว่า องค์ประกอบที่ส่งผลให้ตัวแทนประกันชีวิตประสบความสำเร็จนั้นมีหลายองค์ประกอบ เช่น องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ ลักษณะของงาน รวมไปถึงคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตในด้านต่าง ๆ ก็ส่งผลต่อความสำเร็จเช่นกัน

เคียร์เนอร์ และคณะ (Kirchner, et al. 1977) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประสิทธิภาพในการขาย" พบว่าอายุมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายปลีกและพนักงานขายประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แคลลีและเฮาส์ตัน (Kelly and Houston. 1985) ได้ศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นหญิงที่ทำงานนอกบ้าน โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบ เอและบี พบว่าหญิงที่ทำงานนอกบ้านที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเอ มีระดับการศึกษาสูงกว่า ระดับสถานภาพทางอาชีพสูงกว่า และจากการศึกษาโดยใช้ตัวแปรที่เกี่ยวกับลักษณะการทำงาน พบว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเอ มีชั่วโมงการทำงานมากกว่า มีปริมาณงานที่ทำมากกว่า มีแนวโน้มว่าจะมีชั่วโมงการทำงานต่ออาทิตย์มากกว่า

ชวาทซ์ และคณะ (Schwartz et. al. 1986) ได้ทำการวิจัยเชิงทดลองเพื่อเปรียบเทียบการกระทำพฤติกรรมของบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเอและบี ที่ประสบความสำเร็จในสถานการณ์ที่ไม่มีผู้ใดประสบความสำเร็จเลย (ประสบความสำเร็จล้มเหลวหมดทุกคน ไม่มีโอกาสประสบความสำเร็จเลย) และในสถานการณ์ที่บางคนประสบความสำเร็จ (มีโอกาที่จะประสบความสำเร็จ) พบผลการวิจัยว่า คนที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเอ มีความมุ่งหวังความสำเร็จในสถานการณ์ที่มีโอกาสประสบความสำเร็จได้ แต่ไม่เอาตัวเองไปผูกมัดกับงานที่ไม่มีโอกาสประสบความสำเร็จได้เลย

ไคลเวอร์และไวน์เดอร์ (Klewer and Weidner. 1987) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ลักษณะบุคลิกภาพแบบเอและความปรารถนาความสำเร็จ : ศึกษาในกรณีการตั้งเป้าหมายความสำเร็จของเด็กและผู้ปกครอง" เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนจากแบบวัดลักษณะบุคลิกภาพแบบเอกับระดับความปรารถนาความสำเร็จในเด็ก และจุดมุ่งหมายอื่น ๆ ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ เด็กชาย 32 คน เด็กหญิง 41 คน มีอายุระหว่าง 9-12 ปี และผู้ปกครองของเด็กเหล่านี้ แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นเด็กที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบ เอ และแบบ บี พบผลการวิจัยว่า เด็กทั้งสองกลุ่มได้ตั้งเป้าหมาย

ความสำเร็จแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ในการกระทำพฤติกรรม เด็กที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเอมิกทำงานสำเร็จมากกว่า และมีความเพียรพยายามเพื่อให้ประสบความสำเร็จมากกว่า

ซีลิกแมนและชูแมน (Seligman and Schulman. 1986 : 832 –838) ได้ศึกษารูปแบบลักษณะซึ่งสมการซึ่งสามารถพยากรณ์ความสามารถ ในการขายประกันชีวิตกลุ่มตัวอย่าง 197 คน เครื่องมือที่ใช้วัดทำนายความสำเร็จของ ตัวแทนประกันชีวิตประกอบด้วยแบบวัด Attribution Style Questionnaire (ASQ) เป็นแบบวัดที่ประกอบด้วย การตัดสินใจของตัวแทน เมื่อประสบกับเหตุการณ์ที่ดี และไม่ดี เพื่อวัดการตัดสินใจของตัวแทน นอกจากนี้ยังใช้แบบวัด Aptitude Index Batteay (AIB) เป็นแบบวัดที่ประกอบด้วย การประเมินตนเอง ทักษะความสามารถในการทำงาน ความคาดหวังแรงจูงใจต่ออุดมมุ่งหมาย ความเอาใจใส่ต่ออุดมมุ่งหมายเอาใจใส่ในงาน ความพึงพอใจ ซึ่งทั้งสองแบบวัดนี้ตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จได้คะแนนแบบวัด ASQ และ AIB สูงกว่าตัวแทนที่ไม่ประสบความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่จากการศึกษาแบบ ASQ นั้น เป็นแบบวัดที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและข้อคำถามเป็นลักษณะของการตัดสินใจเมื่อประสบเหตุการณ์ต่าง ๆ ไม่ได้ศึกษาบุคลิกภาพโดยตรง และแบบวัด AIB ถึงแม้จะศึกษาบุคลิกภาพอยู่บ้างแต่จากการศึกษาของซีลิกแมนและชูแมนพบว่า แบบ AIB เป็นแบบวัดที่มีค่าความเที่ยงตรงที่อยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก

เมอร์เลนต้า และคลาร์ค (Merenda and Clarke. 1959 : 360-366) ได้ศึกษาบุคลิกภาพและประวัติส่วนตัว ในการประสบความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต โดยใช้แบบวัด Activity Vector Analysis (AVA) ประกอบด้วย การวัดบุคลิกภาพด้านความก้าวร้าว (Aggressiveness) การเข้าสังคม (Socialability) การควบคุมอารมณ์ (Emotional Control) และการปรับตัวเข้าสังคม (Social Ability) ซึ่งตัวแทนที่ประสบความสำเร็จมีบุคลิกด้านความก้าวร้าว และการเข้าสังคมสูงกว่าตัวแทนที่ไม่ประสบความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมาคมการบริหารการขายและการตลาดแห่งลอสแอนเจลิส (Losangeles) ได้ร่วมมือกับบริษัทที่ปรึกษาทางด้านจิตวิทยา และคณะกรรมการในการวิจัยด้านการวางแผนและบริหาร ทำการวิจัยเรื่องพนักงานขายดีเด่น (Star Salesman) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย ในการปรับปรุงขบวนการคัดเลือกพนักงานขาย กำหนดลักษณะพฤติกรรมของพนักงานขายดีเด่น การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นพนักงานขายจำนวน 97 คน จากบริษัท 60 แห่ง ผลปรากฏว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จมีความคล่องแคล่ว เก่ง ฉลาด เป็นพนักงานขายที่ไม่ให้ใครอยู่เหนือกว่า เต้นกว่าพวกเขา และเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ ขยันขันแข็งในการทำงาน มีเป้าหมายของตนเองที่ชัดเจน และมีความพยายามเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตน มีวุฒิภาวะ มีความมั่นคงทางอารมณ์

✓เอเชอรอดด์ (Axelrod. 1989 : 11-13) ได้ศึกษาพนักงานขายดีเด่น พบว่าการประสบความสำเร็จของพนักงานขายเหล่านั้นขึ้นอยู่กับความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) เมื่อทั้ง 3 สิ่งนี้สมดุล ผลที่เกิดขึ้นจะเป็นไปในทาง สร้างสรรค์ ทัศนคติต่อตนเองและผู้อื่น เป็นสิ่งที่มีผลมากที่สุดต่อผลการปฏิบัติงาน รายได้ ความพึงพอใจ พนักงานที่ประสบความสำเร็จจะชอบตนเอง และมีทัศนคติที่ดี มีทัศนคติทางบวกต่องานที่ทำ ต่อเป้าหมาย องค์กรที่ตระหนักในเรื่องนี้ควรให้การฝึกอบรม เพื่อให้พนักงานขายมีทัศนคติในทางบวกต่อตนเอง ต่องานที่ตนทำ จะลดอัตราการออกจากงานเพิ่มผลกำไรให้บริษัทได้

แอนเดอร์สัน (Anderson. 1980 : 54) เสนอว่าตัวกระตุ้นภายใน (Self-Monitoring) ของพนักงานขายที่มีบทบาทต่อความสำเร็จของพนักงานขาย ได้แก่ ทักษะในการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ความสามารถในการสร้างความไว้วางใจจากลูกค้า ความสามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ประสาทสัมผัส (Sence) ที่แม่นยำและตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ตัวกระตุ้นภายในนี้เป็นสิ่งที่มีอยู่ในคนในระดับมากน้อยต่างกัน

รูบิน และแมคเนล (Rubin and Mcneil. 1981) ได้ศึกษาวิจัยพบว่าครอบครัวที่บิดามารดามีความภาคภูมิใจในตนเองสูง มีความมั่นคงทางอารมณ์ มีความยืดหยุ่น มีความมั่นใจในตนเอง มีสัมพันธภาพที่ดีกับบุตร โดยการแสดงการยอมรับในตัวเด็ก เน้นการใช้เหตุผล ให้ความรักความเอาใจใส่ กำหนดมาตรฐานและขอบเขตการกระทำไว้อย่างกว้าง ๆ ไม่ใช่อำนาจขู่บังคับตลอดจนให้ความสนใจสิ่งต่าง ๆ อยู่แวดล้อมตัวเด็ก เช่น เพื่อน กิจกรรมที่เด็กกระทำ สิ่งเหล่านี้จะทำให้เด็กมีแนวโน้มเป็นคนยืดหยุ่น มีอารมณ์มั่นคงไม่โลเลและมีความภาคภูมิใจในตนเอง

เซคาส และ ชวอลบ์ (Citing Cecas and Schwalbe. 1986) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบิดามารดาและความภาคภูมิใจในตนเองของวัยรุ่น โดยศึกษาจากครอบครัวที่ประกอบด้วยบิดามารดา และบุตรวัยรุ่นตอนปลาย จำนวน 128 ครอบครัว พบว่า การรับรู้ต่อพฤติกรรมของบิดา มีผลต่อความภาคภูมิใจในตนเอง

ดังนั้นสรุปได้ว่า สัมพันธภาพระหว่างผู้ปกครองกับสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อความภาคภูมิใจในตนเอง ซึ่งคนที่มีความภาคภูมิใจในตนเองจะกล้ากระทำการต่าง ๆ อย่างมีเหตุผลจะส่งผลต่อการขายที่มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

ฮุสลิท และเดย์ (Huselid and Day. 1991 : 380-391) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กร การทุ่มเทในงาน และการเปลี่ยนงาน กับกลุ่มผู้บริหารชั้นต้น จำนวน 241 คน ของบริษัทขายปลีก 150 บริษัท พบว่าความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งวัดจากเครื่องมือ OCQ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่มทำงาน และสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มทำงานกับผู้บริหาร

งานวิจัยในประเทศ

ปรียา และ สุริชชา ได้ศึกษาถึงสถานภาพการสมรสของพนักงานขายพบว่า ผู้ที่ยังไม่มีครอบครัวจะขายสินค้าได้ต่ำกว่าเฉลี่ยแล้วเป็นจำนวนร้อยละ 35 ของพนักงานขายใหม่ทั้งหมด พนักงานขายที่แต่งงานและไม่มีบุตรขายได้สูงกว่าเฉลี่ยร้อยละ 4 พนักงานที่แต่งงานและมีบุตรขายได้สูงกว่าอัตราเฉลี่ยร้อยละ 18

บรรเลง ทับเที่ยง (2537 : 96) ได้กล่าวถึงการสำรวจผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ส่วนใหญ่จะเข้าสู่งานระหว่าง อายุ 25-45 ปี มีความรู้ระดับวิทยาลัย เคยอยู่หรือเกี่ยวข้องกับงานขายมาก่อน

เพ็ญจันทร์ สว่างวงศ์ตระกูล (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จพบว่า มี 22 องค์ประกอบ ดังนี้ คือ 1) เชื้อมั่นในตนเอง 2) มั่นคงทางอารมณ์ 3) ความรับผิดชอบต่องาน 4) ซื่อตรง 5) กล้าตัดสินใจ 6) กระตือรือร้น 7) ตี้อ้าง 8) รอบคอบ 9) กล้าเผชิญต่อสถานการณ์ 10) มีเหตุผล 11) เอื้อเฟื้อ 12) เอาแต่ใจตนเอง 13) กล้าคิดกล้าแสดงออก 14) ชอบสนุกสนาน 15) กล้าเสี่ยง 16) เจ้าอารมณ์ 17) ก้าวร้าว 18) ไม่อาย 19) เป็นไปตามธรรมชาติ 20) เปิดเผย 21) ชอบสังคม 22) สุขภาพ

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2534 : 179) ได้ศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารระหว่างบุคคล ของตัวแทนประกันชีวิตที่แนวโน้มให้มีการทำประกันชีวิต พบว่า องค์ประกอบทางบุคลิกภาพด้านความน่าเชื่อถือของตัวแทนประกันชีวิตนั้นมีความสำคัญ โดยตัวแทนประกันชีวิตจะต้องมีความน่าเชื่อถือในระดับสูงพอสมควรซึ่งองค์ประกอบด้านความน่าเชื่อถือ แยกออกได้เป็น 3 องค์ประกอบ คือ

1. ความมีคุณสมบัติ (Qualification) หรือความเชี่ยวชาญ (Expertise) ประกอบด้วยตัวแปรด้านความสามารถในการพูด ความฉลาด ความรอบรู้ในเรื่องประกันชีวิต ความคล่องแคล่ว ความกระตือรือร้น ความสามารถในการเป็นผู้นำ ความเด็ดเดี่ยวหนักแน่น ความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าได้กล้าเสีย
2. ความรู้สึกปลอดภัย (Safety) หรือความไว้วางใจ (Trusworthiness) ประกอบด้วยตัวแปรด้านความสุภาพเรียบร้อย ความซื่อสัตย์ ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น
3. ความมีศักยภาพทางกาย (Physical Potential) ประกอบด้วยตัวแปรด้านความสูง (ร่างกาย) ความแข็งแรง น้ำเสียงที่ดี รูปร่างหน้าตาดี

ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ (2529 : 57-128) ได้วิจัยเรื่องการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต โดยใช้แบบสอบถามศึกษาพฤติกรรมของผู้เอาประกันจากบริษัทประกันชีวิต 12 บริษัท จำนวน 120 คน พบว่า ผู้เอาประกันตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ชีวิตจากตัวแทนประกันชีวิต เพราะพอใจในคำชี้แจงของตัวแทนประกันชีวิตถึงผลประโยชน์ที่ได้รับ ตัวแทนประกันชีวิตส่วนใหญ่ใช้มนุษยสัมพันธ์ในการติดต่อกับผู้เอาประกัน โดยทำความรู้จักกับลูกค้าเป็นการส่วนตัวก่อนล่วงหน้าไม่ว่าจะด้วยตนเองหรือคนแนะนำ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังศึกษาพบว่า ตัวแทนประกันชีวิตควรปรับปรุงในเรื่อง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำประกันชีวิต เพื่อให้สามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้ถูกต้อง ไม่ทำให้เกิดปัญหาข้อขัดแย้งได้ในภายหลัง และตัวแทนประกันชีวิตควรติดตามให้บริการหลังการขายกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

มุสดี ยมาภัย (2537 : 1) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายประกันของบริษัทแห่งหนึ่ง จำนวน 250 คน ตัวแปรต้นที่ใช้ในการวิจัย คือลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และลักษณะการประกอบอาชีพ (อาชีพหลัก, อาชีพรอง) บุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความรู้ทางด้านการขาย (ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกันชีวิต) และความรู้เกี่ยวกับการขาย ตัวแปรตามคือ ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ) พบว่า พนักงานขายส่วนใหญ่มีบุคลิกภาพแบบ มั่นคง แสดงออก มีความรู้ด้านการขาย มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และมีผลการปฏิบัติงานขายอยู่ในระดับปานกลาง และยังพบว่าระดับการศึกษา อายุ ประสบการณ์ในการทำงาน ลักษณะของการประกอบอาชีพขายประกันเป็นงานหลัก มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้บุคลิกภาพแบบ มั่นคง แสดงออก แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมาคมประกันชีวิต (2535 : 47-50) ได้ศึกษาอัตราการหมุนเวียนของตัวแทนประกันชีวิตในประเทศไทย โดยได้ใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาตัวแทนประกันชีวิต 11 บริษัท ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ตัวแทนประกันชีวิตไม่พอใจในอาชีพ ประการแรกเนื่องจากลักษณะงานขายประกันชีวิต เป็นงานที่มีรายได้ไม่แน่นอน และเป็นงานยาก ต้องใช้เวลากับผู้คาดหวังมากจึงทำให้ตัวแทนประกันชีวิตที่ไม่มีความขยัน ไม่อดทน ไม่วางแผนการขาย ไม่มีแรงจูงใจในการขายประกันชีวิต ออกจากอาชีพการเป็นตัวแทนประกันชีวิตในที่สุด ประการที่สอง คนทั่วไปมักจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการขายประกันชีวิต เองจากตัวแทนประกันชีวิตบางคนไม่มีความรู้เกี่ยวกับกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบต่าง ๆ ของบริษัท หรือไม่สามารสื่อสารกับผู้คาดหวังให้เข้าใจเงื่อนไข

กรรมธรรม์ได้ ส่วนเหตุผลที่ตัวแทนประกันชีวิตพอใจในอาชีพ เนื่องจากเป็นงานที่ท้าทายความสามารถ ให้ผลตอบแทนสูง และเป็นงานอิสระที่สามารถทำควบคู่กับอาชีพอื่นได้

อุษณีย์ สุนทโรทก (2539 : 1) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : ศึกษาเฉพาะกรณี " บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด" จำนวน 273 คน ผลการศึกษาพบว่า อายุ และคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ ประสบการณ์ด้านการขายประกันชีวิตเต็มเวลา ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต ความพึงพอใจในอาชีพ ทักษะที่ดีต่อบริษัท นิสัยงานดี และความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายทั้งในประเทศและต่างประเทศ สรุปได้ว่าองค์ประกอบที่ส่งผลให้ตัวแทนประกันชีวิตมีประสิทธิภาพในการขายนั้น มีหลายองค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล บุคลิกภาพ ทักษะที่ต้องงานขาย สภาพแวดล้อมในการทำงาน สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว และสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา รวมไปถึงคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตในด้านต่าง ๆ ก็ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน ที่มีผลงานได้ตามเป้าหมายและได้รับรางวัล ปี พ.ศ. 2544 จำนวน 200 คน เป็นชาย 83 คน และเป็นหญิง 117 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นประชากรที่เป็นตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน ที่มีผลงานได้ตามเป้าหมายและได้รับรางวัล ปี พ.ศ. 2544 จำนวน 200 คน เป็นชาย 83 คน และเป็นหญิง 117 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน แบ่งออกเป็น 6 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทน ฐานะทางเศรษฐกิจ การรับผิดชอบต่อครอบครัว

ตอนที่ 2 แบบสอบถามบุคลิกภาพ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติต่องานขาย

ตอนที่ 4 แบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว

ตอนที่ 5 แบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ตอนที่ 6 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขาย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

ตอนที่ 6.1 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเอง

ตอนที่ 6.2 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา

วิธีการสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพเครื่องมือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว

แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทน ฐานะทางเศรษฐกิจ และการรับผิดชอบต่อครอบครัว

ตัวอย่างแบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของตัวแทนประกันชีวิต เมื่ออ่านข้อความแล้วโปรด
ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ()

1. เพศ () ชาย
() หญิง
2. ปัจจุบันท่านมีอายุ.....ปี (หากเกิน 6 เดือน นับเป็น 1 ปี)
3. ระดับการศึกษา
() ต่ำกว่าปริญญาตรี
() ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี
4. สถานภาพการสมรส
() โสด
() สมรส
() หม้าย
5. ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทน.....ปี (นับตั้งแต่เริ่มเป็นตัวแทน ประกันชีวิต
หากเกิน 6 เดือน นับเป็น 1 ปี)
6. หน่วยงานที่ปฏิบัติ ได้แก่
() ผู้จัดการหน่วย
() ผู้จัดการเขต
() ผู้จัดการภาค
7. รายได้รวม (รายได้ประจำและรายได้พิเศษรวมกัน)..... บาท/เดือน
8. ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() การดูแลสมาชิกในครอบครัว เช่นการดูแลบิดา มารดา บุตร
ธิดา และญาติพี่น้อง
() ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัว
() ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้าน
() ค่าผ่อนรถ
() ค่าใช้จ่ายภายในบ้าน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามบุคลิกภาพ

แบบสอบถามบุคลิกภาพ มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ปริญญาโทที่เกี่ยวข้อง และได้ปรับปรุงมาจากแบบสอบถามบุคลิกภาพของ อัจฉรา วงศ์วัฒนามงคล (2533 : 159-162) ให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ ซึ่งแบ่งเป็นบุคลิกภาพแบบเอและบุคลิกภาพแบบบี ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นมา จำนวน 20 ข้อ โดยมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคอร์ท (Likert)

ตัวอย่างแบบสอบถาม

คำชี้แจง ขอให้ท่านอ่านข้อความแล้วโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือ ช่องใดช่องหนึ่ง ใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริงที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด
จริง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านมาก
จริงบ้าง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านบางครั้งบางคราวก็ไม่ตรง
จริงน้อย	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านน้อย
จริงน้อยที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
0	เมื่อท่านมีนัดท่านมักไปถึงที่นัดหมายก่อนเวลาเป็นคนแรก					
00	ท่านรู้สึกโมโหเมื่อมีคนมาขัดจังหวะเวลาที่ท่านกำลังทำงาน					

เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อความที่มีความหมายบวก		ข้อความที่มีความหมายทางลบ	
	(คะแนน)		(คะแนน)
จริงที่สุด	5		1
จริง	4		2
จริงบ้าง	3		3
จริงน้อยที่สุด	2		4
จริงน้อยที่สุด	1		5

เกณฑ์ในการแปลความหมาย (อัจฉรา วงศ์วัฒนามงคล. 2533 : 101-102)

คะแนนตั้งแต่ 50 คะแนนขึ้นไป	หมายถึง	มีบุคลิกภาพแบบเอ
คะแนนตั้งแต่ 49 คะแนนลงมา	หมายถึง	มีบุคลิกภาพแบบบี

ตอนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติต่องานขาย

แบบสอบถามทัศนคติต่องานขาย มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ปริญญาโทที่เกี่ยวข้อง และได้ปรับปรุงมาจากแบบสอบถามทัศนคติต่อระบบราชการของ รุ่งทิพย์ สมานรักษ์ (2536 : 146-148) และนางนุช โรจนเลิศ (2540 : 146-147) ให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามทัศนคติต่องานขายจำนวน 40 ข้อ ขึ้นมาโดยมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert)

ตัวอย่างแบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับ ความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิต ความรู้สึกต่อการขายประกันชีวิต และแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมของท่านที่มีต่อการขายประกันชีวิต คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่องานวิจัยในครั้งนี้ เมื่อท่านอ่านข้อความแล้วโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือ ช่องใดช่องหนึ่ง ใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิต ความรู้สึกต่อการขายประกันชีวิต และแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมที่มีต่อการขายประกันชีวิต ของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การเลือกดังนี้

ก. ด้านความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิต

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
เห็นด้วย	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านมากพอสมควร
ไม่แน่ใจ	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านบางครั้ง บางครั้งก็ไม่ตรง
ไม่เห็นด้วย	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านน้อย
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านน้อยที่สุด

ข. ด้านความรู้สึกต่องานขายประกันชีวิต

มากที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด
มาก	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านมาก
ปานกลาง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านบางครั้ง บางครั้งก็ไม่ตรง
น้อย	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านน้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านน้อยที่สุด

ค. ด้านแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมของตัวแทนประกันชีวิตที่มีต่องานขายประกันชีวิต

เป็นประจำ	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับพฤติกรรมของท่านทุกครั้ง
บ่อยครั้ง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับพฤติกรรมของท่านเกือบทุกครั้ง
บางครั้ง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับพฤติกรรมของท่านบางครั้ง บางครั้งก็ไม่ตรง
นาน ๆ ครั้ง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับพฤติกรรมของท่านน้อยครั้ง
น้อยครั้งที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับพฤติกรรมของท่านน้อยครั้งที่สุด จนแทบจะไม่เกิดขึ้นเลย

ข้อที่	ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
0	<u>ด้านความรู้เกี่ยวกับการประกัน ชีวิต</u> การประกันชีวิตเป็นการเก็บออมเงิน					
00	<u>ด้านความรู้สึกต่อการขาย ประกันชีวิต</u> ข้าพเจ้าเบื่อกที่จะสร้างสัมพันธภาพ กับลูกค้า					
000	<u>ด้านแนวโน้มที่จะแสดงพฤติ กรรมต้องงานขายประกันชีวิต</u> ข้าพเจ้าให้บริการลูกค้าทุกคนด้วย ความยินดี					

เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อความที่มีความหมายบวก

<u>ด้านความรู้</u>	<u>ด้านความรู้สึก</u>	<u>ด้านพฤติกรรม</u>			
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มากที่สุด	เป็นประจำ	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย	มาก	บ่อยครั้ง	ให้	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	ปานกลาง	บางครั้ง	ให้	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	น้อย	นานๆ ครั้ง	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	น้อยที่สุด	น้อยครั้งที่สุด	ให้	1	คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมาย (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 9)

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	3.75 – 5.00	หมายถึง	มีทัศนคติต้องงานขายทางบวก
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	2.26 – 3.74	หมายถึง	มีทัศนคติต้องงานขายเป็นกลาง
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.00 – 2.25	หมายถึง	มีทัศนคติต้องงานขายทางลบ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว

แบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ปริญญาโทที่เกี่ยข้อง และได้ปรับปรุงมาจากแบบสอบถามสัมพันธภาพในครอบครัวของ ประกายทิพย์ พิชัย (2539 : 82-83) และระจิตร์แก้ว เล็กอุทัย (2542 : 131-133) ให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว จำนวน 25 ข้อขึ้นมา โดยมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคอร์ท (Likert)

ตัวอย่างแบบสอบถาม

คำชี้แจง ขอให้ท่านอ่านข้อความแล้วโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือ ช่องใดช่องหนึ่ง ใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริงที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด
จริง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านมาก
จริงบ้าง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านบางครั้งบางคราวก็ไม่ตรง
จริงน้อย	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านน้อย
จริงน้อยที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
0	<u>พฤติกรรมที่ตัวแทนประกันชีวิตปฏิบัติกับสมาชิกในครอบครัว</u> ข้าพเจ้าไม่ค่อยสนใจซักถามเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของสมาชิกในครอบครัว					
00	<u>พฤติกรรมที่สมาชิกในครอบครัวปฏิบัติกับตัวแทนประกันชีวิต</u> สมาชิกในครอบครัวกระทำตามคำสั่งของข้าพเจ้า					

เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อความที่มีความหมายบวก		ข้อความที่มีความหมายทางลบ	
	(คะแนน)		(คะแนน)
จริงที่สุด	5		1
จริง	4		2
จริงบ้าง	3		3
จริงน้อยที่สุด	2		4
จริงน้อยที่สุด	1		5

เกณฑ์ในการแปลความหมาย (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 9)

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	3.75 – 5.00	หมายถึง	มีสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัวดี
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	2.26 – 3.74	หมายถึง	มีสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัวปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.00 – 2.25	หมายถึง	มีสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัวไม่ดี

ตอนที่ 5 แบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน

แบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ปริญญาโทที่เกี่ยวข้อง และได้ปรับปรุงมาจากแบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงานของ ประกายทิพย์ พิชัย (2539 : 82-83) และระจิตกรแก้ว เล็กอุทัย (2542 : 131-133) ให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ทำงาน อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ด้านสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน ด้านสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน จำนวน 50 ข้อ ขึ้นมา โดยมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ ลิกเคอร์ต (Likert)

ตัวอย่างแบบสอบถาม

คำชี้แจง ขอให้ท่านอ่านข้อความแล้วโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือ ช่องใดช่องหนึ่ง ใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริงที่สุด หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริง หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านมาก

จริงบ้าง หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านบางครั้งบางครั้งก็ไม่ตรง

จริงน้อยที่สุด หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านน้อย

จริงน้อยที่สุด หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
0	1. <u>ด้านสถานที่ทำงาน</u> สถานที่ทำงานตั้งอยู่ใจกลางเมืองข้าพเจ้าไปมาสะดวก					
00	2. <u>ด้านสื่อ อุปกรณ์การทำงาน</u> ในที่ทำงานมีสื่ออุปกรณ์การทำงานอย่างพอเพียง					
000	3. <u>ด้านสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน</u> ข้าพเจ้ามีเพื่อนสนิทที่สามารถปรึกษาด้านการทำงานและด้านส่วนตัวได้					
0000	4. <u>ด้านสัมพันธภาพระหว่างข้าราชการกับผู้บังคับบัญชา</u> 4.1 <u>การปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิตต่อผู้บังคับบัญชา</u> ข้าพเจ้าสามารถปรึกษาปัญหาด้านส่วนตัวและด้านการงานกับผู้บังคับบัญชาได้					

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
00000	4.2 การปฏิบัติของผู้บังคับบัญชาต่อตัวแทน ประกันชีวิต ผู้บังคับบัญชามีความเชื่อมั่นและไว้วางใจข้าพเจ้า					

เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อความที่มีความหมายบวก		ข้อความที่มีความหมายทางลบ	
	(คะแนน)		(คะแนน)
จริงที่สุด	5		1
จริง	4		2
จริงบ้าง	3		3
จริงน้อย	2		4
จริงน้อยที่สุด	1		5

เกณฑ์ในการแปลความหมาย (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 9)

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.75 – 5.00	หมายถึง	มีสภาพแวดล้อมในการทำงานดี
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.26 – 3.74	หมายถึง	มีสภาพแวดล้อมในการทำงานปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00–2.25	หมายถึง	มีสภาพแวดล้อมในการทำงานไม่ดี

ตอนที่ 6 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขาย

แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขาย แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

6.1 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขาย จากการประเมินตนเอง

6.2 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขาย จากการประเมินของผู้บังคับบัญชา

6.1 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขาย ด้วยวิธีการประเมินผลการทำงานโดยตนเอง

แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขาย ด้วยวิธีการประเมินผลการทำงานโดยตนเอง มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ปริญญานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง และได้ปรับปรุงมาจากแบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเองของอุบล ภัตตะ (2535 : 114) และธารทิพย์ ภาคสุวรรณ (2540 : 116-119) ให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเอง จำนวน 15 ข้อ ขึ้นมาโดยมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคอร์ท (Likert)

ตัวอย่างแบบสอบถาม

คำชี้แจง ขอให้ท่านอ่านข้อความแล้วโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือ ช่องใดช่องหนึ่ง ใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริงที่สุด หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริง หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านมาก

จริงบ้าง หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านบางครั้งบางคราวก็ไม่ตรง

จริงน้อย หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านน้อย

จริงน้อยที่สุด หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	จริง ที่สุด	จริง	จริง บ้าง	จริง น้อย	จริง น้อยที่ สุด
0	การกระทำในตำแหน่งที่ข้าพเจ้าทำอยู่ขณะนี้ ในระยะแรกที่เข้ามาทำงาน ข้าพเจ้ายังไม่ค่อยเข้าใจงานในหน้าที่มากนัก แต่เข้าใจมากขึ้นในเวลาต่อมา					
00	ข้าพเจ้าสามารถทำงานในตำแหน่งได้อย่างดี จึงสามารถทำงานได้อย่างราบรื่นและประสบผลสำเร็จ					

เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อความที่มีความหมายบวก

(คะแนน)

จริงที่สุด

5

จริง

4

จริงบ้าง

3

จริงน้อยที่สุด

2

จริงน้อยที่สุด

1

ข้อความที่มีความหมายทางลบ

(คะแนน)

1

2

3

4

5

เกณฑ์ในการแปลความหมาย (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 9)

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.75 – 5.00

หมายถึง

มีประสิทธิภาพในการทำงานดี

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.26 – 3.74

หมายถึง

มีประสิทธิภาพในการทำงานปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00–2.25

หมายถึง

มีประสิทธิภาพในการทำงานไม่ดี

6.2 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขาย จากการประเมินของผู้บังคับบัญชา

แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขาย ด้วยวิธีการประเมินผลการทำงานโดยผู้บังคับบัญชา มีขั้นตอนการสร้างดังนี้ มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ปริญญานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง และได้ปรับปรุงมาจากแบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชาของปริญญา ณ วันจันทร์(2536:115-117) อุบล ภัตตะ (2535 : 115-116) และธารทิพย์ ภาคสุวรรณ (2540 : 120-123) ให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์

เฉพาะซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา จำนวน 15 ข้อ ขึ้นมาโดยมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคอร์ท (Likert)

ตัวอย่างแบบสอบถาม

คำชี้แจง ขอให้ท่านอ่านข้อความแล้วโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือ ช่องใดช่องหนึ่ง ใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริงที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด
จริง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านมาก
จริงบ้าง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านบางครั้งบางคราวก็ไม่ตรง
จริงน้อยที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านน้อย
จริงน้อยที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความจริงของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
0	ผู้ได้บังคับบัญชาของข้าพเจ้ามีความรู้และความเข้าใจงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี					
00	ผู้ได้บังคับบัญชาของข้าพเจ้าขยันขันแข็งในการทำงานเป็นอย่างมาก					

เกณฑ์การให้คะแนน

	(คะแนน)	(คะแนน)
จริงที่สุด	5	1
จริง	4	2
จริงบ้าง	3	3
จริงน้อย	2	4
จริงน้อยที่สุด	1	5

เกณฑ์ในการแปลความหมาย (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 9)

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.75 – 5.00	หมายถึง	มีประสิทธิภาพในการทำงานดี
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.26 – 3.74	หมายถึง	มีประสิทธิภาพในการทำงานปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00–2.25	หมายถึง	มีประสิทธิภาพในการทำงานไม่ดี

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. หาความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์ (Face Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ได้แก่ รองศาสตราจารย์กมลรัตน์ กรีทอง ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรรณรัตน์ พลอยเลื่อมแสง และอาจารย์ ดร. พาสณา จุลรัตน์ ตรวจสอบความเหมาะสมทั้งในด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้ให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ เกณฑ์การพิจารณาคะแนน แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้

2. หาค่าอำนาจจำแนก โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try Out) กับตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาบางรัก ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน จากนั้นนำมาตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้เทคนิค 25 เปอร์เซนต์ กลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ โดยนำคะแนนที่ตรวจแล้วมาเรียงลำดับจากสูงสุดมายังต่ำสุด แล้วนำค่าเฉลี่ยรายข้อมาทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ โดยใช้ t-test เลือกข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มาใช้เป็นแบบสอบถามได้ผลดังนี้

2.1 แบบสอบถามบุคลิกภาพ สร้างไว้ 20 ข้อ ได้จำนวน 17 ข้อ มีค่า t ระหว่าง 4.93 – 25.21

2.2 แบบสอบถามทัศนคติต่องานขาย สร้างไว้ 40 ข้อ ได้จำนวน 31 ข้อ มีค่า t ระหว่าง 2.26 – 25.21

2.3 แบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว สร้างไว้ 13 ข้อ ได้จำนวน 11 ข้อ มีค่า t ระหว่าง 4.93 – 25.21

2.4 แบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน สร้างไว้ 24 ข้อ ได้จำนวน 21 ข้อ มีค่า t ระหว่าง 4.55 – 25.21

2.5 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเอง สร้างไว้ 10 ข้อ ได้จำนวน 8 ข้อ มีค่า t ระหว่าง 7.96 – 25.21

2.6 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา สร้างไว้ 11 ข้อ ได้จำนวน 9 ข้อ มีค่า t ระหว่าง 7.96 – 21.06

3. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่เลือกไว้ในข้อ 2 มาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละฉบับดังนี้ แบบสอบถามบุคลิกภาพได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .96 แบบสอบถามทัศนคติต่องานขายได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .91 แบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัวได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .94 แบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงานได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .97 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายโดยการประเมินตนเองได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .95 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายโดยการประเมินของผู้บังคับบัญชาได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .95 และได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ .99

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตไปยังผู้อำนวยการบริหารฝ่ายขาย บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน เพื่อชี้แจงเกี่ยวกับงานวิจัยครั้งนี้ และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำส่งให้แก่ตัวแทนประกันชีวิต ที่มีผลงานได้ตามเป้าหมายและได้รับรางวัล ปี พ.ศ. 2544 บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน ด้วยตัวเอง ตั้งแต่วันที่ 26 กรกฎาคม 2545 จำนวน 200 ชุด
3. ผู้วิจัยไปปรับแบบสอบถามคืนด้วยตัวเอง เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2545 จำนวน 200 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100
4. ผู้วิจัยคัดเลือกแบบสอบถามเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ ปรากฏว่าสมบูรณ์ทุกฉบับ แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมข้อมูลสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับทางสังคมศาสตร์ SPSS / PC+ (Statistical Package for Social Science) ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่ศึกษาโดยใช้การคำนวณค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตตามปัจจัยด้าน ข้อมูลส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (The Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
3. วิเคราะห์ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐานได้แก่
 - 1.1 ร้อยละ
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย
 - 1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติในการหาคุณภาพเครื่องมือ
 - 2.1 หาค่าอำนาจจำแนกแบบสอบถาม โดยใช้ t-test เทคนิค 25 % กลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ
 - 2.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach)
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านต่าง ๆ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (The Pearson Product Moment Correlation Coefficient) *Simple Correlation* —

3.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ที่มีหน่วยงานตั้งอยู่สาขาพลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ศึกษาค้นคว้า

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F - Distribution
df	แทน	Degree of Freedom
SS	แทน	Sum of Squares
MS	แทน	Mean Squares
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	แทน	กำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ซึ่งพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ซึ่งพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
SE	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
SE_b	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์
$\hat{Y}$	แทน	สมการพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายโดยส่วนรวม และแต่ละด้านของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน โดยใช้คะแนนดิบ
Z	แทน	สมการพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายโดยส่วนรวม และแต่ละด้านของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน โดยใช้คะแนนมาตรฐาน
Y	แทน	ประสิทธิภาพในการขาย
X_1	แทน	เพศชาย
X_2	แทน	เพศหญิง
X_3	แทน	อายุ
X_4	แทน	วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี
X_5	แทน	วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี
X_6	แทน	วุฒิการศึกษา : สูงกว่าปริญญาตรี

X_7	แทน	โสด
X_8	แทน	สมรส
X_9	แทน	หม้าย
X_{10}	แทน	ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทนประกันชีวิต
X_{11}	แทน	หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการหน่วย
X_{12}	แทน	หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการเขต
X_{13}	แทน	หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการภาค
X_{14}	แทน	ฐานะทางเศรษฐกิจ
X_{15}	แทน	ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : การดูแลสมาชิกในครอบครัว เช่น การดูแล บิดา มารดา บุตร ธิดา และญาติพี่น้อง
X_{16}	แทน	ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัว
X_{17}	แทน	ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้าน
X_{18}	แทน	ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าผ่อนรถ
X_{19}	แทน	ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายภายในบ้าน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ
X_{20}	แทน	บุคลิกภาพ
X_{21}	แทน	ทัศนคติต่องานขาย
X_{22}	แทน	สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว
X_{23}	แทน	สถานที่ทำงาน และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก
X_{24}	แทน	สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน
X_{25}	แทน	สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยขอเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปคิตคำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

(The Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

3. การค้นหาตัวพยากรณ์ที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis)

การเสนอผลการศึกษาค้นคว้า

ผู้วิจัยเสนอผลการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 จำนวนและร้อยละของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน จำแนกตาม เพศ วุฒิการศึกษา สถานภาพการสมรส หน่วยงานที่ปฏิบัติ ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว บุคลิกภาพ

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร ได้แก่ อายุ ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ฐานะทางเศรษฐกิจ ทักษะคติต่องานขาย สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว สภาพแวดล้อมในการทำงาน ประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเอง และประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาค้นคว้า

ตอนที่ 1 จำนวนและร้อยละของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน จำแนกตาม เพศ วุฒิการศึกษา สถานภาพการสมรส หน่วยงานที่ปฏิบัติ ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน

ตัวแปร	ระดับตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	83	41.5
	หญิง	117	58.5
	รวม	200	100
วุฒิการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	56	28
	ปริญญาตรี	136	68
	สูงกว่าปริญญาตรี	8	4
	รวม	200	100

ตาราง 1 (ต่อ)

สถานภาพการสมรส	โสด	60	30
	สมรส	130	65
	ม้าย	10	5
	รวม	200	100
หน่วยงานที่ปฏิบัติ	ผู้จัดการหน่วย	85	42.5
	ผู้จัดการเขต	59	29.5
	ผู้จัดการภาค	56	28
	รวม	200	100
ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	- การดูแลสมาชิกในครอบครัว เช่น การดูแลบิดา มารดา บุตร ธิดา และญาติพี่น้อง	171	24.68
	- ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัว	110	15.87
	- ค่าเช่าบ้าน หรือค่าเช่าซื้อบ้าน	92	13.28
	- ค่าผ่อนรถ	124	17.89
	- ค่าใช้จ่ายภายในบ้าน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	196	28.28
	รวม	693	100

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตหญิงมีจำนวนมากกว่าตัวแทนประกันชีวิตชาย คือ เพศหญิงมีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 เพศชายมีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 เมื่อจำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดคือ มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 68 และตัวแทนประกันชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนน้อยที่สุดคือ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4 เมื่อจำแนกตามสถานภาพการสมรส พบว่าตัวแทนประกันชีวิตที่สมรสมีจำนวนมากที่สุดคือ มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65 และตัวแทนประกันชีวิตที่เป็นหม้ายมีจำนวนน้อยที่สุดคือมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5 เมื่อจำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติ พบว่าตัวแทนประกันชีวิตที่ปฏิบัติงานในระดับผู้จัดการหน่วยมีจำนวนมากที่สุดคือ มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 และตัวแทนประกันชีวิตที่ปฏิบัติงานในระดับผู้จัดการเขตมีจำนวนน้อยที่สุดคือมีจำนวน 56 คนคิดเป็นร้อยละ

28 เมื่อจำแนกตามภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัวตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายภายในบ้าน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ มีจำนวนมากที่สุดคือ มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 28.28 และตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าเช่าบ้าน มีจำนวนน้อยที่สุดคือ มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 13.28

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร ได้แก่ ทัศนคติต่องานขาย สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว สภาพแวดล้อมในการทำงาน ประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเองและประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 2

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ตัวแปร	N = 200		การแปลผล
	$\bar{X}$	S.D	
อายุ	36.1650	6.3876	วัยผู้ใหญ่
ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพ	4.9000	3.0785	น้อย
ฐานะทางเศรษฐกิจ	88,920	59,842	สูง
บุคลิกภาพ	3.3915	.2622	แบบเอ
ทัศนคติต่องานขาย	4.2313	.2561	ทางบวก
สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว	3.9909	.4069	ดี
สภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.6181	.4103	ปานกลาง
ประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเอง	3.8530	.4552	ดี
ประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา	4.0794	.4117	ดี

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว ปัจจัยประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเอง และปัจจัยประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับดังนี้ คือ 3.99 , 3.85 และ 4.07 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยคือ 3.61 ปัจจัยด้านประสบการณ์ในสายอาชีพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ปัจจัยด้านอายุมีค่าเฉลี่ยระดับวัยผู้ใหญ่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 36.16 ปัจจัยฐานะทางเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 88,920

บาท/เดือน ปัจจัยด้านบุคลิกภาพมีค่าเฉลี่ยแบบเอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และปัจจัยทัศนคติต่องานขายมีค่าเฉลี่ยทางบวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อ郁ธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นการวิเคราะห์สมมุติฐานข้อที่ 1 ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 3

ตาราง 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

ปัจจัย	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆	X ₁₇	X ₁₈	X ₁₉	X ₂₀	X ₂₁	X ₂₂	X ₂₃	X ₂₄	X ₂₅	Y	
X ₁	1.000	-1.000*	-.007	.040	-.097	.153*	-.064	.129	-.147*	.054	.023	-.100	.085	.131	-.085	.232**	.057	-.156*	.120	-.037	-.070	.035	-.029	-.027	-.018	-.018	.060
X ₂		1.000	.007	-.040	.097	-.153*	.064	-.129	.147*	-.054	-.023	.100	-.082	-.131	.085	-.232**	-.057	.156*	-.120	.037	.070	-.035	.029	.027	.018	-.060	
X ₃			1.000	.263**	-.256**	-.003	-.368**	.343**	.023	.411**	-.227**	.019	.236**	-.315**	.187**	.146**	.159*	-.038	.004	.142*	.010	.088	.013	.136	-.047	-.014	
X ₄				1.000	-.909**	-.004	-.190**	.131	.112	.107	-.034	-.013	.033	-.033	.099	.139	.072	.075	-.070	.151*	-.022	.036	-.061	-.009	-.083	-.160*	
X ₅					1.000	-.352**	.145*	-.099	-.089	-.085	.019	.068	-.074	-.010	-.069	-.168*	-.034	-.029	.055	-.104	.022	.021	.083	-.014	.097	.065	
X ₆						1.000	.034	-.053	.045	-.042	-.028	-.156	.143*	.065	-.025	.086	-.003	-.082	.034	-.085	.039	-.088	-.076	.039	-.067	.155*	
X ₇							1.000	-.892**	-.150*	-.188**	.283**	.031	-.335**	-.275**	-.226**	-.054**	-.385**	-.027	.016	-.062	.022	.021	.083	-.014	.097	-.102	
X ₈								1.000	-.313**	.160*	-.268**	-.008	.318**	.263**	.174*	.495**	.362**	-.035	-.030	.070	.149*	.117	.068	.136	.049	.111	
X ₉									1.000	.045	-.009	-.048	.010	.002	.094	-.023	.018	.132	.033	-.023	.014	-.005	.046	-.027	-.044	-.030	
X ₁₀										1.000	-.494**	.103	.437**	.503**	.227**	.383**	.233**	.136	.019	.129	.010	.010	.010	.010	.010	.010	.036
X ₁₁											1.000	-.550**	-.531**	-.603**	-.225**	-.269**	-.359**	-.169*	-.023	-.041	-.184**	-.067	-.032	-.086	-.087	-.090	
X ₁₂												1.000	-.403**	.057	.111	.012	.107	.145*	.092	-.029	-.048	-.047	-.100	-.018	-.012	-.026	
X ₁₃													1.000	.609**	.130	.295**	.273**	.029	-.070	.071	-.247**	.114	.136	.118	.117	.129	
X ₁₄														1.000	.146*	.294**	.233**	.065	-.134	.202**	.148*	.096	.117	.160*	.124	.163*	
X ₁₅															1.000	.056	.209**	.321**	.043	.156*	.237**	.108	-.003	-.039	.023	-.021	
X ₁₆																1.000	.371**	-.004	.158*	.072	.107	.081	-.049	.004	-.064	.098	
X ₁₇																	1.000	.268**	.060	.029	.130	.140*	.000	.007	-.004	.089	
X ₁₈																		1.000	.035	.132	-.016	-.147*	-.076	-.095	-.024	-.033	
X ₁₉																			1.000	-.252**	.103	-.083	-.111	-.031	-.157*	.034	
X ₂₀																				1.000	.426**	.254**	.140*	.273**	.272**	.279**	
X ₂₁																					1.000	.327**	.213**	.385**	.397**	.439**	
X ₂₂																						1.000	.313**	.309**	.363**	.368**	
X ₂₃																							1.000	.385**	.424**	.316**	
X ₂₄																								1.000	.598**	.627**	
X ₂₅																									1.000	.542**	
Y																										1.000	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีตัวพยากรณ์ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 2 ปัจจัย ได้แก่ วุฒิการศึกษา : สูงกว่าปริญญาตรี (X_6) และ ฐานะทางเศรษฐกิจ (X_{14}) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คือ .155 และ .163 ตามลำดับส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี 6 ปัจจัย ได้แก่ บุคลิกภาพ (X_{20}), ทักษะติดต่องานขาย (X_{21}), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว (X_{22}), สถานที่ทำงาน และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก (X_{23}), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}) และ สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา (X_{25}) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คือ .279, .439, .368, .316, .627 และ .542 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 1 ปัจจัย ได้แก่ วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี (X_4) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คือ -.160

ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต มี 16 ปัจจัย ได้แก่ เพศชาย (X_1), เพศหญิง (X_2), อายุ (X_3), วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี (X_5), โสด (X_7), สมรส (X_8), หม้าย (X_9), ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทนประกันชีวิต (X_{10}), หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการหน่วย (X_{11}), หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการเขต (X_{12}), หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการภาค (X_{13}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : การดูแลสมาชิกในครอบครัว เช่น การดูแลบิดา มารดา บุตร ธิดา และญาติพี่น้อง (X_{15}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัว (X_{16}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้าน (X_{17}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าผ่อนรถ (X_{18}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายภายในบ้าน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ (X_{19})

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis) ดังแสดงในตาราง 4-5

ตาราง 4 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขาย

แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F
Regression	6	15.003	2.500	37.291**
Residual	193	12.941	.0670	
Total	199	27.944		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ประสิทธิภาพในการขายมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}), ทัศนคติต่องานขาย (X_{21}), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา (X_{25}), วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี (X_4) และสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว (X_{22}) และ วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี (X_5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ดังแสดงในตาราง 5

ตาราง 5 แสดงปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	b	SE _b	β	R	R ²	F
X_{24}	.324	.052	.394	.627	.393	127.973**
X_{24}, X_{21}	.234	.081	.160	.662	.439	76.946**
X_{24}, X_{21}, X_{25}	.167	.059	.184	.682	.466	56.946**
$X_{24}, X_{21}, X_{25}, X_4$	-.487	.099	-.584	.698	.487	46.257**
$X_{24}, X_{21}, X_{25}, X_4, X_{22}$	.146	.050	.158	.710	.504	39.495**
$X_{24}, X_{21}, X_{25}, X_4, X_{22}, X_5$	-.389	.096	-.486	.722	.521	35.028**

$$R = .733$$

$$R^2 = .537$$

$$SE = .2589$$

$$a = .838$$

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 5 พบว่า ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต มี 6 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดไปน้อยที่สุด คือ สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}), ทัศนคติต่องานขาย (X_{21}), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา (X_{25}), วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี (X_4), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว (X_{22}) และ วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี (X_5) ซึ่งปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยนี้สามารถร่วมกันอธิบายความ

แปรปรวนของประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต ได้ร้อยละ 53.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต โดยใช้คะแนนดิบ

$$\hat{Y} = .838 + .32 X_{24} + .23 X_{21} + .16 X_{25} - .48 X_4 + .14 X_{22} - .38 X_5$$

สมการพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต โดยใช้คะแนนมาตรฐาน

$$Z = .394 X_{24} + .160 X_{21} + .184 X_{25} - .584 X_4 + .158 X_{22} - .486 X_5$$

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน
3. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. ปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน
2. ปัจจัยด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน ที่มีผลงานได้ตามเป้าหมายและได้รับรางวัล. ปี พ.ศ. 2544 จำนวน 200 คน เป็นชาย 83 คน และเป็นหญิง 117 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นประชากรที่เป็นตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน ที่มีผลงานได้ตามเป้าหมายและได้รับรางวัล. ปี พ.ศ. 2544 จำนวน 200 คน เป็นชาย 83 คน และเป็นหญิง 117 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน แบ่งออกเป็น 6 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทน ฐานะทางเศรษฐกิจ การรับผิดชอบต่อครอบครัว

ตอนที่ 2 แบบสอบถามบุคลิกภาพ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติต่องานขาย

ตอนที่ 4 แบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว

ตอนที่ 5 แบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ตอนที่ 6 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขาย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

ตอนที่ 6.1 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเอง

ตอนที่ 6.2 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตไปยังผู้อำนวยการบริหารฝ่ายขาย บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน เพื่อชี้แจงเกี่ยวกับงานวิจัยครั้งนี้ และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำส่งให้แก่ตัวแทนประกันชีวิต ที่มีผลงานได้ตามเป้าหมายและได้รับรางวัล ปี พ.ศ. 2544 บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน ด้วยตัวเอง ตั้งแต่วันที่ 26 กรกฎาคม 2545 จำนวน 200 ชุด

3. ผู้วิจัยไปปรับแบบสอบถามด้วยตัวเอง เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2545 จำนวน 200 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

4. ผู้วิจัยคัดเลือกแบบสอบถามเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ ปรากฏว่าสมบูรณ์ทุกฉบับ แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมข้อมูลสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับทางสังคมศาสตร์ SPSS / PC+ (Statistical Package for Social Science) ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่ศึกษาโดยใช้การคำนวณค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตตามปัจจัยด้าน ข้อมูลส่วนตัว ด้านครอบครัว และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (The Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

3. วิเคราะห์ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาค้นคว้า สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 2 ปัจจัย คือ ตัวแปร คือ วุฒิการศึกษา : สูงกว่าปริญญาตรี (X_9) และ ฐานะทางเศรษฐกิจ (X_{14}) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ส่วน ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี 6 ปัจจัย ได้แก่ บุคลิกภาพ (X_{20}), ทักษะคติต่องานขาย (X_{21}), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว(X_{22}), สถานที่ทำงาน และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก(X_{23}), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}) และสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา (X_{25})

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 1 ปัจจัย คือ วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี (X_4)

3. ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน มี 16 ปัจจัย ได้แก่ เพศชาย (X_1), เพศหญิง (X_2), อายุ (X_3), วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี (X_5), โสด (X_7), สมรส (X_8), หม้าย (X_9), ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทนประกันชีวิต (X_{10}), หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการหน่วย (X_{11}), หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการเขต (X_{12}), หน่วยงานที่ปฏิบัติ : ผู้จัดการภาค(X_{13}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : การดูแลสมาชิกในครอบครัว เช่น การดูแลบิดา มารดา บุตร ธิดา และญาติพี่น้อง (X_{15}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัว (X_{16}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้าน(X_{17}), ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าผ่อนรถ (X_{18}) และภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายภายในบ้าน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ (X_{19}) ฯลฯ

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 6 ปัจจัย เรียงลำดับจากปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดไปน้อยที่สุด คือ สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}), ทักษะคติต่องานขาย (X_{21}), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา (X_{25}), วุฒิการศึกษา : ต่ำ

กว่าปริญญาตรี (X_4), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว (X_{22}) และวุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี (X_5) ซึ่งตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรนี้สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต ได้ร้อยละ 53.7

5. สมการที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 คือ

5.1 สมการพยากรณ์ ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = .838 + .32X_{24} + .23X_{21} + .16X_{25} - .48X_4 + .14X_{22} - .38X_5$$

5.2 สมการพยากรณ์ ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = .394X_{24} + .160X_{21} + .184X_{25} - .584X_4 + .158X_{22} - .486X_5$$

อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาครั้งนี้ อภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 2 ปัจจัย และที่ระดับ .01 มี 6 ปัจจัย ตามลำดับคือ

1.1 วุฒิการศึกษา : สูงกว่าปริญญาตรี (X_5) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป มีประสิทธิภาพในการขาย ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตจะต้องมีสติปัญญาเฉลียวฉลาด และการแสดงออกของคนที่มีความเฉลียวฉลาด มีสติปัญญาดี จะมาจากการพูด การคิด และสามารถนำไปปฏิบัติได้ เพราะฉะนั้นการศึกษาจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไปสู่การมีสติปัญญาเฉลียวฉลาดของตัวแทนประกันชีวิต การศึกษาที่สูงกว่านั้น น่าจะสามารถวินิจฉัยเหตุการณ์เฉพาะหน้าต่าง ๆ ได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี ยมาภัย (2537 : 106) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายประกันชีวิตของบริษัทแห่งหนึ่ง พบว่าพนักงานขายประกันชีวิต ที่มีระดับการศึกษาสูง จะมีผลปฏิบัติงานขายทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณสูงไปด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของโคธัม (Cotham. 1977 : 521) ที่ได้ศึกษาการใช้ข้อมูล ประวัติส่วนตัวในการคัดเลือกพนักงานขายปลีก พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับยอดขาย คือมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.29

1.2 ฐานะทางเศรษฐกิจ (X_{14}) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีรายได้ต่อเดือนมาก หรือฐานะทางเศรษฐกิจดี จะมีประสิทธิภาพในการขาย ทั้งนี้เพราะรายได้ต่อเดือนเป็นผลตอบแทนที่จูงใจให้ตัวแทนประกันชีวิตปฏิบัติงานขาย อีกทั้งมีความสัมพันธ์กับความต้องการทุกประเภททุกระดับ ตั้งแต่ความต้องการทางสรีรศาสตร์ไปถึงความต้องการที่สูงขึ้นไปตามลำดับขั้น ดังที่ กองสุขศึกษา กระทรวงสาธารณสุข (2521 : 203-204) ได้กล่าวว่าฐานะทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ โดยผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีจะมีเวลาสำหรับการทำงาน และมีความคล่องตัวในการทำงานมากกว่าผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ

1.3 บุคลิกภาพ (X_{20}) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของ ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีบุคลิกภาพเร่ร้อนชอบแข่งขัน ชอบทำงานให้ได้มาก ๆ ในเวลาน้อย ๆ มีความรู้สึกใช้เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว มีความมานะพยายามมากในการทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้ประสบความสำเร็จ ชอบฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผล ชอบทำงานด้วยความรวดเร็ว ทนไม่ได้ออกกำลังกายที่ล่าช้า มีความต้องการพักผ่อนน้อยกว่าผู้อื่น จะมีประสิทธิภาพในการขาย ทั้งนี้เพราะบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการขายมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์เหมือนกัน หากทราบว่าบุคคลมีบุคลิกภาพเป็นเช่นไรก็อาจจะหาวิธีการส่งเสริมให้บุคคลผู้นั้นมีพฤติกรรมไปในแนวทางที่ต้องการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขายได้ ซึ่งสัมพันธ์กับลักษณะงานขายของตัวแทนประกันชีวิตที่จะต้องสร้างสัมพันธภาพกับลูกค้า มีความกระตือรือร้นและทำงานให้เสร็จภายในเวลาอันรวดเร็ว เป็นบุคคลที่ชอบแข่งขัน มีความรู้สึกใช้เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว มีความมานะอดทน และมีความพยายามมากในการขายประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสตรูบและโบลันด์ (อัครา วงศ์วัฒนามงคล. 2533 : 19-20 ; อ้างอิงมาจาก Strube and Boland.1986) ได้ทำการศึกษาเชิงทดลองเพื่อรับรู้สาเหตุของการกระทำและความเพียรในการทำงานของบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบ เอ และแบบ บี พบว่า กลุ่มที่มีบุคลิกภาพแบบ เอ มีความเชื่อถือในความสำเร็จในการทำงานมากกว่าความล้มเหลว นอกจากนี้ ชวาทซ์ และคณะ (Schwarz et. Al. 1986 : 92-94) ได้ทำการวิจัยเชิงทดลองเพื่อเปรียบเทียบการกระทำพฤติกรรมของบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบ เอ และแบบ บี ผลการวิจัยพบว่าคนที่มีบุคลิกภาพแบบ เอ มีความมุ่งหวังความสำเร็จในสถานการณ์ที่มีโอกาสประสบความสำเร็จได้

1.4 ทักษะความต้องการขาย (X_{21}) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีทัศนคติต้องการขายเป็นบวกจะมีประสิทธิภาพในการขาย ทั้งนี้เพราะบุคคลที่จะเป็นตัวแทนประกันชีวิตได้นั้น ควรมีทัศนคติที่ดีต่องานขายเป็นเบื้องต้น เนื่องจากตัวแทนประกันชีวิตที่มีทัศนคติทางบวกต่องานขาย จะมีประสิทธิภาพในการขายได้ดีกว่า ตัวแทนประกันชีวิตที่มีทัศนคติทางลบต่องานขาย ดังที่ มัวร์ (Moore.1988 : 69-71) ได้กล่าวไว้ว่าทัศนคติต่องานขายของพนักงานขาย จะมีผลต่อความสำเร็จทำให้พนักงานขายมีความสนใจ และตั้งใจทำงานด้วยหัวใจ สามารถไว้วางใจได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ เอเชลรอดต์ (Axelrod.1989 : 11-13) ซึ่งได้ศึกษาพนักงานขายดีเด่น (Sales : Winning the Inner Game) พบว่าการประสบความสำเร็จของพนักงานขายขึ้นอยู่กับ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) พนักงานที่ประสบความสำเร็จจะมีทัศนคติในทางบวกต่องานที่ทำต่อเป้าหมาย

1.5 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว (X_{22}) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของ ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับสมาชิกในครอบครัว มีประสิทธิภาพในการขาย ทั้งนี้เพราะครอบครัวของตัวแทนประกันชีวิตเป็นจุดสำคัญที่จะเป็นแรงจูงใจให้ทำงาน กล่าวคือคู่สมรส บิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัว มีผลต่อความภาคภูมิใจในตนเองของตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งคนที่มีความภาคภูมิใจในตนเองจะกล้ากระทำการต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล จะส่งผลต่อการขายที่มีประสิทธิภาพ ดังที่ซาราสัน และคนอื่น ๆ (Sarason and others. 1987 : 813-831) ได้กล่าวว่า การสนับสนุนทางสังคมไม่ว่าจะมาจากเพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ครอบครัวและชุมชนเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่าคุณค่าของตนเองมีที่พึ่ง

ที่ปรึกษา หรือมีผู้เห็นความสำคัญของตนเอง ทำให้เกิดกำลังใจที่จะปฏิบัติงานต่อไป นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสมพิศ ไชยกิจ (2536 : 19) ที่ได้ศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความภาคภูมิใจในตนเองของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนราธิวาส พบว่าครอบครัวที่บิดามารดามีความภาคภูมิใจในตนเองสูง มีความมั่นคงทางอารมณ์ มีความยืดหยุ่น มีความมั่นใจในตนเอง มีสัมพันธภาพที่ดีกับบุตร โดยการแสดงการยอมรับในตัวเด็ก เน้นการใช้เหตุผล ให้ความรักความเอาใจใส่ กำหนดมาตรฐานและขอบเขตการกระทำไว้อย่างกว้าง ๆ ไม่ใช้อำนาจขู่บังคับตลอดจนให้ความสนใจสิ่งต่าง ๆ อยู่แวดล้อมตัวเด็ก เช่น เพื่อน กิจกรรมที่เด็กกระทำ สิ่งเหล่านี้จะทำให้เด็กมีแนวโน้มเป็นคนยืดหยุ่น มีอารมณ์มั่นคงไม่โลเลและมีความภาคภูมิใจในตนเอง

1.6 สถานที่ทำงาน และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก (X_{23}) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของ ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนที่สามารถเดินทางไปทำงานได้สะดวก และภายในห้องทำงานมีอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม จะมีประสิทธิภาพในการขาย ทั้งนี้เพราะงานขายเป็นงานที่ให้บริการแก่ลูกค้า เป็นงานที่ค่อนข้างละเอียดอ่อน ต้องติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้ามาก สถานที่ทำงานจำเป็นที่จะต้องเดินทางได้สะดวก เครื่องมือเครื่องใช้ เช่น โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ ห้องทำงานต้องอยู่ในสภาพที่พร้อมในการปฏิบัติงานขาย ดังที่เนาวรัตน์ วิไลชนม์ (2537 : 9 -11) ได้กล่าวว่า สิ่งของ และวัสดุอุปกรณ์ สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ล้วนมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของจิตติณี หาญกิตติชัย (2541 : 54) ที่ได้ศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการ สำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร จังหวัดนราธิวาส พบว่าตัวแปรด้านสิ่งแวดล้อมในที่ทำงาน ได้แก่สถานที่ทำงาน วัสดุอุปกรณ์การทำงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.7 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน มีประสิทธิภาพในการขาย ทั้งนี้เพราะงานขายเป็นงานที่ให้บริการแก่ลูกค้า แต่ละวันต้องติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้ามาก ซึ่งลูกค้าแต่ละคนจะมีปัญหาที่แตกต่างกันไป จำเป็นต้องมีการประชุมกลุ่ม เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากการพบข้อโต้แย้งจากลูกค้า หรือปัญหาต่าง ๆ ของแต่ละคน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่มีส่วนช่วยในการปฏิบัติงานขายนั้น ๆ สามารถเป็นไปได้อย่างราบรื่น เป็นการร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานขาย และร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังร่วมกันส่งเสริมกำลังใจในการปฏิบัติซึ่งกันและกัน อันเป็นส่วนสำคัญที่จะผลักดันให้ยอดขายบรรลุเป้าหมาย ซึ่งหมายถึงการขายที่มีประสิทธิภาพของตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิราภรณ์ โนราช (2537 : 122) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรห้องสมุดประชาชนในภาคเหนือของประเทศไทย พบว่าความพึงพอใจโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ ดังนี้คือ ความสำเร็จของงาน การปกครองบังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา สภาพการทำงาน การปกครองบังคับบัญชา ความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน นโยบายและการบริหารงาน เงินเดือนและผลประโยชน์เกื้อกูล

1.8 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา (X_{25}) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของ ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด

(มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้บังคับบัญชา มีประสิทธิภาพในการขาย ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสบการณ์น้อยเมื่อพบปัญหา หรือข้อซักถามจากลูกค้า จะไม่สามารถแก้ปัญหา หรือตอบข้อซักถามกับลูกค้าได้ อีกทั้งกลยุทธ์และเทคนิคต่าง ๆ ในการขายประกันชีวิตยังไม่ดีพอ ตัวแทนประกันชีวิตจำเป็นต้องปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาหรือจากหัวหน้างาน ดังนั้นสัมพันธภาพที่ดีระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อประสิทธิภาพในการขาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของฮุสลิต และเดย์ (Huselid and Day, 1991 : 380-391) ที่ได้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กร การทุ่มเทในงาน และการเปลี่ยนงาน กับกลุ่มผู้บริหารชั้นต้น จำนวน 241 คน ของบริษัทขายปลีก 150 บริษัท พบว่าความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งวัดจากเครื่องมือ OCQ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่มทำงาน และสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มทำงานกับผู้บริหาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษยาณี จันทรเจริญสุข (2538. : 66-68) ที่ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพชีวิตงานกับความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษากรณีข้าราชการสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่าลักษณะงานที่พัฒนาศักยภาพมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการ และสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานทำให้เขาได้ผูกพันกับองค์กรมากยิ่งขึ้น เพราะเขารู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและมีความสุขที่ได้ปฏิบัติงานในองค์กร

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อัยยาอลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 1 ปัจจัย คือวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (X_4) มีความสัมพันธ์ทางลบกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อัยยาอลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิต ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสิทธิภาพในการขาย ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่ได้ทำงานประจำจึงขายประกันชีวิตแบบเต็มเวลา (Full Time) แต่ตัวแทนประกันชีวิตที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือปริญญาตรีขึ้นไป จะมีงานประจำทำอยู่แล้ว แต่ขายประกันชีวิตแบบไม่เต็มเวลา (Part Time) เพื่อเป็นรายได้เสริม ดังนั้นความคาดหวังต่อการขายประกันชีวิตของบุคคลที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป จึงแตกต่างกัน ตัวแทนประกันชีวิตที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีความคาดหวัง ความมุ่งมั่น และความพยายามมากกว่า สิ่งเหล่านี้จึงส่งผลให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีประสิทธิภาพในการขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโชติ เกิดบัณฑิต (2539 : 81-82) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในสถานอนามัยระดับตำบล จังหวัดราชบุรี พบว่าเจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความรับผิดชอบมากกว่าเจ้าหน้าที่ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าวุฒิการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต มี 16 ปัจจัยอภิปรายได้ดังนี้

3.1 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อัยยาอลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) แสดงว่าเพศชาย (X_1) บางคนมีประสิทธิภาพในการขาย

สูง ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตเพศชายบางคนเป็นหัวหน้าครอบครัว ต้องมีหน้าที่ในการดูแลครอบครัว และดูแลสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายภายในบ้าน รวมทั้งค่าผ่อนบ้าน ผ่อนรถ ทำให้ต้องหารายได้ให้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายภายในบ้าน ดังนั้นตัวแทนเพศชายบางคนจึงมีประสิทธิภาพในการขายสูง แต่ตัวแทนประกันชีวิตเพศชายบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตเพศชายบางคนที่ไม่มีการะหน้าที่ในการดูแลครอบครัว ตัวคนเดียวไม่ต้องรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายภายในบ้าน รายรับที่ได้ก็เพียงพอกับค่าใช้จ่าย เพราะรับผิดชอบตนเองเพียงผู้เดียว จึงทำให้ขาดความกระตือรือร้นในการขายเพราะไม่เดือดร้อนเรื่องการเงิน หรือตัวแทนประกันชีวิตเพศชายบางคนอาจจะมียานประจำทำอยู่แล้ว ซึ่งเป็นรายได้หลัก การขายประกันชีวิตจึงเป็นเพียงรายได้เสริมเท่านั้น ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตเพศชายบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ

เพศหญิง (X_2) ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตเพศหญิงบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง ทั้งนี้เพราะในปัจจุบันสังคมเปลี่ยนไปเปิดโอกาสให้เพศหญิงทำงานนอกบ้านได้เช่นเดียวกัน เพศหญิงจึงมีความกระตือรือร้นและมุ่งมั่นในการทำงาน เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และสังคมทั่วไป และสภาพเศรษฐกิจในสังคมปัจจุบันทำให้ทุกคนต้องช่วยกันทำมาหากิน เพื่อหารายได้มาจุนเจือครอบครัว โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ไม่ว่าเพศใดต่างต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงาน เพื่อการไต่เต้าไปสู่ระดับผู้บริหาร หรือต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน และมุ่งหวังให้ได้ผลตอบแทน จึงพยายามขยันและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ดังนั้นตัวแทนประกันชีวิตเพศหญิงบางคนจึงมีประสิทธิภาพในการขายสูง แต่ตัวแทนประกันชีวิตเพศหญิงบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตเพศหญิงบางคนที่ไม่มีการะหน้าที่ในการดูแลครอบครัว ตัวคนเดียวไม่ต้องรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายภายในบ้าน รายรับที่ได้ก็เพียงพอกับค่าใช้จ่าย เพราะรับผิดชอบตนเองเพียงผู้เดียว จึงทำให้ขาดความกระตือรือร้นในการขายเพราะไม่เดือดร้อนเรื่องการเงิน หรือตัวแทนประกันชีวิตเพศหญิงบางคนอาจจะมียานประจำทำอยู่แล้ว ซึ่งเป็นรายได้หลัก การขายประกันชีวิตจึงเป็นเพียงรายได้เสริมเท่านั้น นอกจากนี้ตัวแทนประกันชีวิตเพศหญิงบางคนต้องมีการเลี้ยงดูบุตรด้วยตัวเอง และต้องดูแลงานบ้าน จึงทำให้ขาดความคล่องตัวที่จะขายประกันชีวิตได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นตัวแทนประกันชีวิตเพศหญิงบางคนจึงมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยาอลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สเพียร์ (Spear, 1980 : 179) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตกับปัจจัยทางกายภาพ และความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ซึ่งพบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของพนักงานขาย

3.2 อายุ (X_3) ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีอายุน้อยบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง ทั้งนี้เพราะเหตุผลส่วนใหญ่ในการทำประกันชีวิต เนื่องจากมีความพอใจในตัวแทนประกันชีวิต มีความเชื่อถือและไว้วางใจในตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นคนในครอบครัว และญาติพี่น้องของตัวแทนประกันชีวิตเอง นอกจากนี้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีอายุน้อยบางคนมีฐานลูกค้าฐานะทางเศรษฐกิจดี สามารถมีกำลังซื้อประกันชีวิตได้มาก จึงส่งผลให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีอายุน้อยบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง แต่ตัวแทนประกันชีวิตที่มีอายุน้อยบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตที่มีอายุน้อยบางคนยังไม่มีประสบการณ์ในการขาย มีความรู้และทักษะในการ

ขายไม่ดีพอ นอกจากนี้ยังไม่รู้จักคนในวงสังคมที่กว้างดีพอแก่การประกอบอาชีพ ตัวแทนประกันชีวิตที่มีอายุน้อยบางคนยังไม่มีค่าน้ำเชื่อถือและไว้วางใจที่ลูกค้าจะทำประกันชีวิตด้วย จึงส่งผลให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีอายุน้อยบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าอายุของตัวแทนประกันชีวิตจึงไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สเปียร์ (Spear, 1980 : 179) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตกับปัจจัยทางกายภาพและความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนประกันชีวิตในรัฐเนวาดา 150 คน ใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาข้อมูลทางกายภาพ ได้แก่ ฐานะทางเศรษฐกิจ อายุ เพศ ความสูง น้ำหนัก สถานภาพการสมรส การศึกษา และใช้แบบทดสอบทางจิตวิทยาเพื่อศึกษาความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นพบว่า ปัจจัยทางกายภาพและความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิต

3.3 สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขาย ของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูรบา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพโสด (X_7) บางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง ทั้งนี้เพราะสภาพสังคมปัจจุบันบุคคลที่เป็นโสดสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ ทุ่มเททั้งกำลังกายกำลังใจ และเสียสละเวลาทำงาน เพื่อให้การทำงานบรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้ รวมทั้งเป็นบุคคลที่ไม่มีภาระหน้าที่ในการดูแลครอบครัว และสมาชิกในครอบครัวสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้ตัวแทนประกันชีวิตที่เป็นโสดบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง แต่ตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพโสดบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะ ตัวแทนประกันชีวิตที่เป็นโสดบางคนที่ไม่มีการหน้าที่ในการดูแลครอบครัวจึงไม่มีแรงจูงใจที่จะขายประกันชีวิตไปเพื่อใคร เพราะตัวคนเดียวรับผิดชอบตนเองเพียงผู้เดียว ไม่ต้องรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายภายในบ้าน รายรับที่ได้ก็เพียงพอกับค่าใช้จ่าย จึงทำให้ขาดความกระตือรือร้นในการขาย เพราะไม่เดือดร้อนเรื่องการเงิน หรือตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพโสดบางคนอาจจะมียานประจำทำอยู่แล้ว ซึ่งเป็นรายได้หลัก การขายประกันชีวิตจึงเป็นเพียงรายได้เสริมเท่านั้น ดังนั้นตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพโสดบางคนจึงมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ

สถานภาพสมรส (X_8) ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพสมรสบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตบางคนที่มีสมรสแล้วถึงแม้จะมีบุตร แต่ส่วนมากก็ไม่ได้เลี้ยงดูบุตรด้วยตัวเอง ทำให้มีความคล่องตัวไม่แตกต่างกับคนที่เป็นโสด ประกอบกับสถิติการสมรสของคนไทยปัจจุบัน บุคคลส่วนใหญ่จะสมรสเมื่อมีอายุมากขึ้นจึงทำให้ตัวเองมีความพร้อมทางครอบครัวสามารถทำกิจกรรมใด ๆ ก็ได้ไม่แตกต่างจากคนโสด จึงทำให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพสมรสบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง แต่ตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพสมรสบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตที่มีสมรสแล้วบางคนที่มีบุตร ต้องมีภาระในการเลี้ยงดูบุตรด้วยตนเอง ต้องคอยรับส่งบุตรไปโรงเรียน และต้องดูแลงานทุกอย่าง ทำให้ไม่มีความคล่องตัวในการขาย เพราะไม่มีเวลาขายได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพสมรสบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ

สถานภาพหม้าย (X_9) ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพหม้ายบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตที่เป็นหม้ายบางคนแม้จะมีความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเองต่ำ อันเกิดจากความผิดหวังหรือสิ้นหวังในชีวิตสมรส แต่ก็มีส่วนดีคือ ทำให้มีกำลังใจ และมีเวลาที่จะทุ่มเทให้กับการทำงานให้ได้ผลดีที่สุดเพื่อให้

บุคคลอื่นยอมรับในผลงานของตนเองมากกว่าที่จะมองในส่วนของผู้ที่ล้มเหลว และยังทำให้บุคคลที่ผ่านชีวิตสมรสแล้ว มีทัศนคติในการมองโลกที่กว้างขึ้นและยอมรับกับสิ่งต่าง ๆ ที่จะเกิดกับตนเองได้มากขึ้นอีกด้วย ดังนั้นตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพหม้ายบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง แต่ตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพหม้ายบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตที่เป็นหม้ายบางคนต้องมีการระดมความคิดขอต่อครอบครัว และเลี้ยงดูบุตรแต่เพียงผู้เดียว จึงจำเป็นต้องทำงานมากขึ้น ทั้งงานประจำ และงานเสริม เพื่อหารายได้มาเลี้ยงดูครอบครัว จึงขายประกันชีวิตเพื่อเป็นรายได้เสริมเพราะเป็นรายได้ที่ไม่แน่นอน และยังคงทำงานประจำอยู่ ทำให้ไม่มีเวลาขายประกันชีวิตได้อย่างเต็มที่ ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพหม้ายบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าสถานภาพของตัวแทนประกันชีวิตไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษณีย์ สุนทรโทก (2539 : 1) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : ศึกษาเฉพาะกรณี “บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด พบว่าเพศ การศึกษา และสถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กริสนา นกสกุล (2531 : 64) ที่ได้ศึกษาองค์ประกอบที่เกี่ยวกับความสำเร็จในการทำปริญญานิพนธ์ของนิสิตบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร พบว่าสถานภาพสมรสของนิสิตขณะทำปริญญานิพนธ์ไม่เกี่ยวข้องหรือส่งผลต่อความสำเร็จในการทำปริญญานิพนธ์

3.4 ประสพการณ์ (X_{10}) ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขาย ของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสพการณ์ในการขายสูงบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง ทั้งนี้เพราะประสพการณ์ขายเป็นสิ่งจำเป็น ตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสพการณ์ในการขายสูงบางคน ที่มีประสพการณ์ได้พบลูกค้ามากมาย สามารถจัดการกับปัญหาข้อโต้แย้งได้เป็นอย่างดี อีกทั้งมีความรู้ในแบบประกันที่ขาย ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง และความรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลอดจนมีเทคนิค ศิลปะการขายที่สะสมมามาก จึงทำให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสพการณ์ในการขายสูงบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง แต่ตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสพการณ์ในการขายสูงบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะงานขายประกันชีวิตเป็นงานที่ค่อนข้างยาก จำเป็นต้องทุ่มเทเวลาในการทำงานอย่างเต็มที่ ตั้งแต่การวางแผนการขาย การหาข้อมูลลูกค้าก่อนเข้าพบ การนัดหมายลูกค้า การแบ่งเวลาไปบริการลูกค้าก่อนและหลังการขาย รวมทั้งหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลาเพื่อสามารถพูดคุยกับลูกค้าได้ทุกเรื่อง ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสพการณ์ในการขายสูงบางคน ที่ไม่สามารถจัดสรรเวลาได้เพียงพอจะทำให้มีประสพการณ์ในการขายต่ำ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าประสพการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานเขียนของ ปรียา วอนขอพร และสุรัชนา วิวัฒนชาติ (2524 : 33) ที่กล่าวว่าสำหรับบริษัทใหญ่เห็นว่า ประสพการณ์ด้านการขายเป็นสิ่งไม่จำเป็นถ้ามีคุณลักษณะอย่างอื่นที่เห็นว่าสำคัญมากกว่าก็ได้ เพราะสามารถฝึกงานได้ง่ายกว่าผู้ที่มีความชำนาญมาก่อน แต่สำหรับกิจการเล็ก ๆ ประสพการณ์จำเป็นจะต้องมี เพราะการจัดตั้งหน่วยงานอบรม สำหรับพนักงานขายเพียงคนหรือสองคน เป็นการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากเกินไป

3.5 วุฒิการศึกษาปริญญาตรี (X_9) ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทน

ประกันชีวิตบางคนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสิทธิภาพในการขายสูง ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตบางคนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีบางคนที่มีงานประจำ ทำอยู่แล้ว แต่ชอบไขว่คว้าสิ่งใหม่ตลอดเวลา อยากมีรายได้มากกว่าปัจจุบัน และไม่พอใจสภาพการทำงานที่เป็นอยู่ ตัวแทนเหล่านี้จะขายประกันชีวิตเพื่อเป็นรายได้หลัก หรือเรียกว่า ตัวแทนประกันชีวิตแบบเต็มเวลา (Full Time) ซึ่งตัวแทนเหล่านี้จะมีความมุ่งมั่น อดทนและมีเวลาขายประกันชีวิตได้มากกว่าตัวแทนประกันชีวิตแบบบางเวลา (Part Time) จึงทำให้มีประสิทธิภาพในการขายสูง แต่ตัวแทนประกันชีวิตบางคนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีบางคนที่มีงานประจำทำอยู่แล้ว และเป็นงานที่ตนเองพอใจ ตัวแทนเหล่านี้จะขายประกันชีวิตเพื่อเป็นรายได้เสริม หรือเรียกว่า ตัวแทนประกันชีวิตแบบบางเวลา (Part Time) ซึ่งตัวแทนเหล่านี้จะไม่มี ความมุ่งมั่น และคาดหวังกับรายได้จากการขายประกันเพียงอย่างเดียว เนื่องจากมีรายได้จากงานประจำอยู่แล้วที่เป็นรายได้หลัก จึงทำให้มีประสิทธิภาพในการขายต่ำ

ดังนั้นวุฒิการปริญญาตรีจึงไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต สอดคล้องกับการศึกษาของ อุษณีย์ สุนทรโรทก (2539 : 73) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับผลสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

3.6 หน่วยงานที่ปฏิบัติไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่สังกัดอยู่ระดับผู้จัดการหน่วย (X_{11}) ผู้จัดการเขต (X_{12}) และผู้จัดการภาค (X_{13}) บางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง ทั้งนี้เพราะ ตัวแทนประกันชีวิตแต่ละคนจะมีการขายประกันชีวิตที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับความถนัดของแต่ละคน ตัวแทนประกันชีวิตบางคนที่ชอบขายเงินฝากแบบออมทรัพย์ทั้งระยะยาวและระยะสั้น และตัวแทนประกันชีวิตบางคนที่ชอบขายที่มงานโดยการสร้างตัวแทนใหม่ขึ้นมาในหน่วยงานของตน การขายและการขยายงานโดยวิธีนี้จะทำให้ได้ทุนประกันของลูกค้าที่มากกว่าการขายประกันชีวิต แต่ตัวแทนประกันชีวิตจะได้ค่านายหน้าต่ำกว่าการขายประกันชีวิต จึงทำให้ตัวแทนในแต่ละหน่วยงานบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง แต่ตัวแทนประกันชีวิตที่สังกัดอยู่ระดับผู้จัดการหน่วย ผู้จัดการเขต และผู้จัดการภาคบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตบางคนที่ไม่ถนัดขายเงินฝากแบบออมทรัพย์ทั้งระยะยาวและระยะสั้น เนื่องจากฐานลูกค้ามีฐานะทางเศรษฐกิจปานกลางจะไม่ฝากเงินกับบริษัทประกันชีวิต เพราะการฝากเงินกับบริษัทประกันชีวิตจะเป็นการออมเงินเพื่อเก็บไว้ใช้ในอนาคตข้างหน้าโดยไม่สามารถจะนำเงินที่ออมไว้มาใช้ได้ จนกว่าจะถึงระยะเวลาที่กำหนดไว้ ลูกค้ากลุ่มนี้จะฝากเงินกับธนาคารเพราะสามารถนำเงินมาใช้ได้เมื่อต้องการ ตัวแทนประกันชีวิตบางคนในกลุ่มนี้จะชอบขายประกันชีวิตเป็นส่วนใหญ่ การขายประกันชีวิตโดยวิธีนี้จะทำให้ได้ทุนประกันของลูกค้าที่น้อยกว่า แต่ตัวแทนประกันชีวิตจะได้ค่านายหน้าที่สูงกว่า จึงทำให้ตัวแทนในแต่ละหน่วยงานบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าการขายแบบวิธีใดก็ตามก็ต้องทำยอดขายให้ได้ตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด คือระดับผู้จัดการหน่วย จะต้องทำยอดขายในแต่ละเดือน 100,000 บาท ระดับผู้จัดการเขตต้องทำยอดขายในแต่ละเดือน 180,000 บาท และระดับผู้จัดการภาคต้องทำยอดขายในแต่ละเดือน 240,000 บาท หน้าที่หลักของแต่ละหน่วยงานก็มีความรับผิดชอบด้วยความยุติธรรม เป็นการทำหน้าที่ตามเป้าหมายของบริษัทเท่านั้น ดังนั้นหน่วยงานที่ปฏิบัติไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัว

ตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิศพรต หุ่นเจริญ (จิราภรณ์ ไทยกิ่ง.2541 : 32 ; อ้างอิงมาจากพิศพรต หุ่นเจริญ.2525:175)ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติราชการของข้าราชการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งพบว่าหน่วยงานที่ปฏิบัติไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

3.7 ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : การดูแลสมาชิกในครอบครัว เช่น การดูแลบิดา มารดา บุตร ธิดา และญาติพี่น้อง (X_{15}) และภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัว (X_{16}) บางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง ทั้งนี้เพราะการดูแลสมาชิกในครอบครัว และค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัว อันเป็นบุคคลใกล้ชิดและเป็นที่รัก ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตมีความรู้สึกอบอุ่นใจ มีสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจสามารถพูดคุยและปรึกษาหารือปัญหาต่าง ๆ กับบุคคลในครอบครัวได้ หรือแม้ว่าจะปรึกษาไม่ได้แต่ก็ได้พูดจาระบายความทุกข์หรือปัญหาจากที่ทำงานได้ ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตผ่อนคลายความเครียดได้บ้างไม่มากนักน้อยและสามารถเป็นแรงจูงใจในการขายให้กับตัวแทนประกันชีวิตด้วยส่งผลให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : การดูแลสมาชิกในครอบครัว เช่น การดูแลบิดา มารดา บุตร ธิดา และญาติพี่น้อง และภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัวบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง แต่ตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : การดูแลสมาชิกในครอบครัว เช่น การดูแลบิดา มารดา บุตร ธิดา และญาติพี่น้อง และภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัวบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตต้องมีการเลี้ยงดูบุตรด้วยตนเอง ต้องคอยรับส่งบุตรไปโรงเรียน และต้องดูแลงานทุกอย่าง รวมทั้งต้องดูแลบิดา มารดาอย่างใกล้ชิดเนื่องจากมีอายุมากแล้ว มีความวิตกกังวลกับค่าใช้จ่ายภายในบ้าน ทำให้ไม่มีความคล่องตัวในการขายและการขยายหน่วยงาน เพราะต้องมีการลงทุนในการขยายหน่วยงาน นอกจากนี้ยังไม่มีเวลาขายได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : การดูแลสมาชิกในครอบครัว เช่น การดูแลบิดา มารดา บุตร ธิดา และญาติพี่น้อง และภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัวบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ดังนั้นภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว เหล่านี้จึงไม่สัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต

ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้าน (X_{17}) ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้าน บางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตส่วนใหญ่มีรายได้สูง การจ่ายเงินเพิ่มบ้างในการผ่อนชำระค่าเช่าซื้อบ้านกับธนาคารก็ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตมีความหวังในการมีบ้านเป็นของตนเอง ซึ่งเป็นความภาคภูมิใจอย่างหนึ่ง ดังนั้นการจ่ายค่าเช่าซื้อบ้านก็เป็นการใช้จ่ายที่ทำให้ตัวแทนมีความเต็มใจ เพราะทำให้ตัวแทนประกันชีวิตรู้สึกว่าตนเองมีความมั่นคงในชีวิตทำให้มีแรงจูงใจในการขายประกันชีวิต ดังนั้นจึงทำให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้าน บางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง แต่ตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้านบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนบางคนที่มีรายได้น้อย แต่ยังต้องผ่อนบ้านกับธนาคารอีกทำให้ตัวแทนบางคนขาดสภาพคล่อง

ทางการเงิน ทำให้ไม่สะดวกที่จะบริการก่อนและหลังการขายให้กับลูกค้า ซึ่งการบริการเหล่านี้เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับการขายประกันชีวิต จึงทำให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้านบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ดังนั้นภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัวเหล่านี้จึงไม่สัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต

ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าผ่อนรถ (X_{18}) ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าผ่อนรถบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง ทั้งนี้เพราะอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ต้องมีการเดินทางอยู่เสมอ เพื่อไปพบลูกค้าในการขายประกันชีวิต และต้องบริการหลังการขายให้กับลูกค้าอยู่เสมอ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ดังนั้นภาระค่าผ่อนรถจึงเป็นสิ่งที่ตัวแทนพอใจ เพราะรถยนต์เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับตัวแทนประกันชีวิตได้มาก และเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งของตัวแทนประกันชีวิต ดังนั้นตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าผ่อนรถบางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง ตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าผ่อนรถบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตบางคนที่มีรายได้น้อย แต่ยังต้องผ่อนรถอีก ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตบางคนขาดสภาพคล่องทางการเงิน ทำให้ขยายหน่วยงานได้ไม่มากเท่าที่ควร เพราะไม่สามารถสร้างตัวแทนใหม่ขึ้นมาได้ในหน่วยงานของตน นอกจากนี้ยังไม่สามารถที่จะบริการก่อนและหลังการขายให้กับลูกค้าได้อย่างสะดวก เพราะขาดสภาพคล่องทางการเงิน จึงทำให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าผ่อนรถบางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ดังนั้นภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัวเหล่านี้จึงไม่สัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต

ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายภายในบ้าน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ (X_{19}) ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว : ค่าใช้จ่ายภายในบ้าน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ บางคนมีประสิทธิภาพในการขายสูง บางคนมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตมีรายได้ดีเพียงพอกับค่าใช้จ่ายภายในบ้าน ก็จะทำให้ตัวแทนประกันชีวิตไม่เดือดร้อน มีความสุข ไม่เครียด ไม่กังวลกับค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัวเหล่านี้ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

4.1 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}) ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน เป็นอันดับ 1 แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน จะส่งผลให้การขายมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงานเป็นสิ่งสำคัญ เพราะว่ามีมิตรภาพและความร่วมมือของผู้ร่วมงานสัมพันธ์กันมิตรระหว่างตัวแทนประกันชีวิตด้วยกัน แสดงให้เห็นถึงความสามารถที่จะร่วมกันทำงานได้เป็นอย่างดี ตัวแทนประกันชีวิตเป็นมิตรต่อกัน ไม่ทะเลาะเบาะแว้งกัน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน และให้กำลังใจซึ่งกันและกันช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ทำให้หน่วยงานสามารถขายได้บรรลุ

เป้า ซึ่งหมายถึงการขายที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแทนประกันชีวิตด้วยกันจึงส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขาย ดังที่ซาราสัน และคนอื่น ๆ (Sarason and others, 1987 : 813-831) ได้กล่าวว่าการสนับสนุนทางสังคมไม่ว่าจะมาจากเพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ครอบครัวและชุมชนเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่าคุณค่าของตัวเองมีที่พึ่ง ที่ปรึกษา หรือมีผู้เห็นความสำคัญของตนเอง ทำให้เกิดกำลังใจที่จะปฏิบัติงานต่อไป นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนิภา ทองไทย (2518 : 87) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของข้าราชการพลเรือนสามัญ ในสำนักนายกรัฐมนตรี พบว่าผู้ร่วมงาน ความสามัคคีของผู้ร่วมงานล้วนมีผลต่อการปฏิบัติงาน

4.2 ทักษะคติต่องานขาย (X_{21}) ส่งผลเป็นอันดับ 2 ต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีทัศนคติต่องานขายเป็นบวกจะส่งผลต่อการขายที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตที่มีทัศนคติทางบวก มักจะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสัญญาและกรรมธรรม์ประกันชีวิต หมั่นเข้ารับการฝึกอบรม และเข้าประชุมทางวิชาการอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับแบบประกันต่าง ๆ จนทำให้เกิดความชำนาญ มีทัศนคติต่อแบบประกัน ต่อหน่วยงาน ต่ออาชีพ และตัวเองในเชิงบวก จึงทำให้พัฒนาความสามารถในการขายของตน และส่งผลให้ในการขายมีประสิทธิภาพ ซึ่งถ้าตัวแทนประกันชีวิตมีทัศนคติที่ไม่ดีต่องานขายแล้วอาจทำให้ไม่มีความพยายามอย่างเพียงพอในการขาย ดังที่ เทพพนม เมืองแมนและสรวง สุวรรณ (2529 : 11) กล่าวว่าไว้ว่า นอกจากความสามารถในการปฏิบัติงานแล้วทัศนคติของเจ้าหน้าที่ที่มีต่องานจะมีบทบาทสำคัญต่อการมีสภาวะรับภาระงานด้วย ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขาย นอกจากนี้ สมศิริ แทนปิ่น (2538 : 5-7) กล่าวว่าคุณสมบัติของพนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ มีความรักในอาชีพขาย มีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์คน วิเคราะห์สถานการณ์ทางการขายได้ มีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง ต่อลูกค้า ต่อกิจการที่มีความริเริ่มสร้างสรรค์ มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานขาย มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความชอบที่จะติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ และมีความรับผิดชอบในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ

4.3 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา (X_{25}) ส่งผลเป็นอันดับ 3 ต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้บังคับบัญชา จะส่งผลให้การขายมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่องานที่ปฏิบัตินั้นโดยตรง เมื่อผู้บังคับบัญชาความสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนประกันชีวิต คือ มีการส่งเสริมให้กำลังใจ ให้คำแนะนำ ปรึกษาปัญหาและแก้ไขปัญหายุ่งยากเกี่ยวกับงานในหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนการวางตัวที่ดีของพนักงานและผู้บังคับบัญชาที่ดีก็จะส่งผลให้การทำงานนั้น ๆ มีประสิทธิภาพ และเกิดความรวดเร็วขึ้นรวมถึงการใช้หลักมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของผู้บังคับบัญชา มอบหมายงานให้เหมาะสมกับตัวแทนแต่ละคนก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญ ดังที่นเรศ ภูโคกสูง (2541 : 4-6) กล่าวว่ามิตรภาพที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชา ในอันที่จะร่วมกันปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของวิโรจน์ สารรัตน์ (2526 : 99) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานของผู้ประสานงาน กรมสามัญศึกษา โดยนำเอาทฤษฎีจูงใจ - คำจูงใจของเฮิร์ชเบอร์ก มาดัดแปลงเพื่อใช้ในการศึกษา พบว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน คือ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับชวากับนโยบายและการบริหารงาน

4.4 วุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (X_4) ส่งผลเป็นอันดับ 4 ซึ่งส่งผลทางลบต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพล

โยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่งผลให้การขายมีประสิทธิภาพต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความรู้ ความเข้าใจในงานขายน้อยกว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรี ดังนั้นการแสดงออกจากการพูด การคิด การปฏิบัติในการขาย การติดต่อประสานงานกับลูกค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต จึงส่งผลให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ลลิตา สุนทรวีภาต (2535 : 106) ที่ศึกษาลักษณะหัวหน้าและกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลของหน่วยงานด้านป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติชอบในวงราชการ พบว่าหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัดที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานโดยยึดวัตถุประสงค์แตกต่างกัน

4.5 สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว (X_{22}) ส่งผลเป็นอันดับ 5 ต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับสมาชิกในครอบครัว ส่งผลให้การขายมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะลักษณะงานขายประกันชีวิตเป็นงานค่อนข้างยาก ต้องมีความอดทนและต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้าที่ทำให้เกิดความเครียดและความท้อแท้ได้ง่าย ดังนั้นสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัวก็มีส่วนสำคัญที่จะเป็นแรงจูงใจและสนับสนุนในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต การสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัวทำให้ตัวแทนประกันชีวิตไม่รู้สึกโดดเดี่ยว มีที่ปรึกษาและให้กำลังใจ ดังนั้นสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัวย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต ดังคำกล่าวของ LIMA (Life Insurance Agency Management Association, 1963 : 26-27) ได้กล่าวว่า ครอบครัวของตัวแทนประกันชีวิต ก็เป็นจุดสำคัญที่จะเป็นแรงจูงใจให้ทำงาน กล่าวคือ กลุ่มสมรสของตัวแทนประกันชีวิตจะมีส่วนช่วยเหลือหรือขัดขวางการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ขึ้นอยู่กับทัศนคติของกลุ่มสมรสที่มีต่ออาชีพของตัวแทนประกันชีวิตด้วย นอกจากนี้นอกจากนี้ ซาราลัน และคนอื่น ๆ (Sarason and others. 1987 : 813-831) ได้กล่าวว่าการสนับสนุนทางสังคมไม่ว่าจะมาจากเพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ครอบครัวและชุมชนเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่าเขาเองมีที่พึ่ง ที่ปรึกษา หรือมีผู้เห็นความสำคัญของตนเอง ทำให้เกิดกำลังใจที่จะปฏิบัติงานต่อไป

4.6 วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี (X_5) ส่งผลเป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งส่งผลทางลบต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพหลโยธิน แสดงว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่งผลให้การขายมีประสิทธิภาพต่ำ ทั้งนี้เพราะตัวแทนประกันชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความรู้ ความเข้าใจในงานขายน้อยกว่าตัวแทนประกันชีวิตที่มีชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ดังนั้นการแสดงออกจากการพูด การคิด การปฏิบัติในการขาย และการติดต่อประสานงานกับลูกค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต นอกจากนี้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะมีงานประจำอยู่แล้วและจะทำงานขายประกันชีวิตแบบไม่เต็มเวลา (Part Time) ตัวแทนเหล่านี้จึงไม่ได้คาดหวังกับรายได้เสริมที่ได้จากการขายประกันชีวิตเท่ากับตัวแทนประกันชีวิตที่ทำงานแบบเต็มเวลา (Full Time) จึงส่งผลให้ตัวแทนประกันชีวิตที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีมีประสิทธิภาพในการขายต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ผุสดี ยมาภัย (2537 : 106) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย

แรงจูงใจไม่สัมฤทธิ์ กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายประกันชีวิตของบริษัทแห่งหนึ่ง พบว่าพนักงานขายประกันชีวิต ที่มีระดับการศึกษาสูง จะมีผลปฏิบัติงานขายทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณสูงไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนนโยบายให้ผู้أำนวยการบริหารฝ่ายขายได้ทราบว่ามีปัจจัย 6 ตัว ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้แก่ สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}), ทักษะคติต่องานขาย (X_{21}), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา (X_{25}), วุฒิการศึกษา :ต่ำกว่าปริญญาตรี (X_4), สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว (X_{22}) และวุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี (X_5) สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้أำนวยการฝ่ายขาย ผู้จัดการระดับภาค ผู้จัดการระดับเขต ผู้จัดการระดับหน่วยจะได้ใช้ข้อมูลเป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงการขายของตัวแทนประกันชีวิต ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 จากผลการศึกษาที่พบว่าปัจจัยด้าน สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}) สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการขายได้ดีที่สุด ดังนั้นผู้บริหาร ควรสร้างสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}) โดยจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างตัวแทนประกันชีวิตด้วยกัน นอกจากนี้ควรสร้างสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา (X_{25}) ทั้งในและนอกสถานที่ทำงาน โดยการประชุมสัมมนาเพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตมีการพบปะสังสรรค์ และได้ทำงานใกล้ชิดกับผู้บังคับบัญชา เป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกันเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการขายให้กับตัวแทนประกันชีวิตได้ดียิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรนำปัจจัยที่พยากรณ์ได้ดีที่สุดคือสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน (X_{24}) ไปพัฒนาโดยใช้เทคนิคทางจิตวิทยา เช่น การจัดกลุ่มสัมพันธ์ หรือการระดมพลังสมอง เป็นต้น

2.2 ควรมีการศึกษากับกลุ่มตัวแทนประกันชีวิตที่อยู่สาขาอื่น ๆ เช่น สาขาสรวงศ์ สาขาบางรัก เป็นต้น

2.3 ควรมีการศึกษาปัจจัยเพิ่มเติมอื่น ๆ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขาพลโยธิน เช่น ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ความพึงพอใจในอาชีพ เป็นต้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์. (2527). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- กริสนา นกสกุล. (2531). *องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการทำปริญญานิพนธ์ของนิสิตบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กิตติ จิระเดชดำรง. (2535). *ชายประกันชีวิตอย่างมืออาชีพ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : รวมทรรศน์.
- กฤษณะ กฤตมโนธ. (2534). *ก้าวไปให้ถึงจุดสุดยอด*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- จิราภรณ์ ไนราช. (2537). *องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรห้องสมุดประชาชนในภาคเหนือ*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาผู้ใหญ่). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- จรัสณี หาญกิตติชัย. (2541). *ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการ สำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร จังหวัดนราธิวาส*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชวนะ ภวานันท์. (2527). *ภาพพจน์เชิงลบกับการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โชติ เกิดบัณฑิต. (2539). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในสถานอนามัยระดับตำบล จังหวัดราชบุรี*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (สุขศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เชิดศักดิ์ โฉवासินธุ์. (2520). *การวัดทัศนคติและบุคลิกภาพ*. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางจิตวิทยาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ญาณเดช ทองลิมา และจิระภา เอมะสิทธิ์ . (2523). *การบริหารงานขาย*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมศาสตร์.
- ณรงค์ศักดิ์ จันทรนวล . (2527). *จิตวิทยาทั่วไป*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เดโช สวานานนท์. (2524). *จิตวิทยาสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : พีระพัฒนา.
- ทวีศักดิ์ สุคนธ์. (2529). *บริหารงานขาย*. กรุงเทพฯ : เอช-เอ การพิมพ์.
- ทิพาวิดี เมฆสวรรค์ และธีรยุทธ หล่อเลิศรัตน์. (2529). *สำรวจ สู่จิตมูลกับการบริหารงานบุคคลภาครัฐบาล*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บริษัท ประชาชน จำกัด.
- เทพพนม เมืองแมน และสรวง สุวรรณ. (2529). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธารทิพย์ ภาคสุวรรณ. (2540). *ขวัญและประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการ สาย ค สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาพัฒนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธำรงค์ศักดิ์ หมั่นจักร, ดร. และศรีสง่า กรรณสูตร, ดร. (2523). *จิตวิทยาธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ.

- นงนุช โรจนเลิศ. (2540). **ตัวแปรที่เป็นเงื่อนไขของความพึงพอใจในงานของข้าราชการ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล : การวิเคราะห์หีสเรล**. ปริญญาโท กศ.ด. (พัฒนศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นเรศ ภูโคกสูง. (2541). **การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร**. ปริญญาโท กศ.ม. (การศึกษาผู้ใหญ่). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นิภา ทองไทย. (2518). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการพลเรือนสามัญ ในสำนักงานรัฐมนตรี**. กศ.ม. (การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เนารัตน์ วิไลชนม์. (2537). **พฤติกรรมองค์การ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
- บรรเลง ทับเที่ยง. (2523). **การประกันวินาศภัยและการประกันชีวิต**. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุษยาณี จันทรเจริญสุข. (2538). **การรับรู้คุณภาพชีวิตงานกับความผูกพันองค์กร : ศึกษากรณีข้าราชการสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ปริญญา ณ. วันจันทร์. (2536). **ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการทำงานของครูประถมศึกษาในจังหวัดเชียงราย**. ปริญญาโท วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปรเมษฐ์ บุญศรี. (2535). **คู่มือตัวแทนประกันชีวิต**. กรุงเทพฯ : สมาคมตัวแทนประกันชีวิตแห่งประเทศไทย.
- ประกายทิพย์ พิชัย. (2539). **ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนดอนเมืองทหารอากาศบำรุง กรุงเทพมหานคร**. ปริญญาโท กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปรียา วอนขอพร. และสุรัชนา วิวัฒนชาติ. (2524). **การบริหารการขาย**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปลายมาศ ขุนภักดี. (2533). **ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของหัวหน้าฝ่ายเวชกรรมสังคม โรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไป**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- มุสดี ยมาภัย. (2537). **ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับผลการปฏิบัติงาน**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พรรณี ชูทัยเจนจิต. (2528). **จิตวิทยาการเรียนการสอน**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์การพิมพ์.
- พรรณราย ทรัพย์ประภา. (2529). **จิตวิทยาอุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ : โอ. เอส. พริ้นติ้งเฮาส์.
- พิรพรต หุ่นเจริญ. (2525). **ความพึงพอใจในการปฏิบัติราชการของข้าราชการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**. ปริญญาโท กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- เพ็ญจันทร์ สว่างวงศ์ตระกูล. (2539). *ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จ*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาพัฒนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ไพจิตร ผักเจริญผล. (2528). *ทฤษฎีและปฏิบัติการทางจิตวิทยาสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. นครปฐม : ฝ่ายเอกสาร ตำราวิทยาลัยครุฑนครปฐม.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2526). *การจัดการโรงเรียนมัธยมศึกษา หน่วย 1-7*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- ระจิตรแก้ว เล็กอุทัย. (2542). *ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความภาคภูมิใจในตนเองของนิสิตคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ประสานมิตร*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ราชบัณฑิตสถาน. (2533). *สารานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งทิพย์ สมานรักษ์. (2536). *ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะชีวสังคมและจิตวิทยากับความพึงพอใจในการทำงาน ของครูประถมศึกษาที่สอนอยู่ในโรงเรียนขนาดต่างกัน ในจังหวัดสุรินทร์*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ลลิตา สุนทรวิภาต. (2532). *ลักษณะหัวหน้าและกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลของหน่วยงาน ด้านป้องกันและปราบปรามการทุจริต และประพฤติดชอบในวงราชการ*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- วรรณา ชีรบรรรัตน์. (2540). *ผลของบุคลิกภาพ ทักษะคิตต้องงานขาย และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วันชัย เกิดโภคทรัพย์. (2535). *ขายแบบแชมป์โลก (อ่านแล้วรวย)*. กรุงเทพฯ : ดอกเบญ.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2534). *ปัจจัยทางการสื่อสารระหว่างบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลในการโน้มน้าวให้มีการทำประกันชีวิต*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิชัย ครุฑอรรถ. *ปัญหาการติดต่อสื่อสารในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดตราด*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารงานศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2526). *ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานของผู้ประสานงาน กรมสามัญศึกษา*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- วีรผล สุวรรณนันต์. (2527). *การวิเคราะห์และประเมินโครงการ*. กรุงเทพฯ : อักษรพัฒนา.
- ศรีสุกิจ อำนาจบรรประเสริฐ. (2530). *การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำประกันชีวิต*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมพงศ์ เกษมสิน. (2523). *การบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สมยศ นาวิการ และมุสดี รุมาคม. (2520). *องค์การ : ทฤษฎีและพฤติกรรม*. กรุงเทพฯ : ดวงกมล.
- สมาคมประกันชีวิตไทย. (2532). *คู่มือตัวแทนประกันชีวิต*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธีรณสาร.

- สมาน รังสียกฤษฎ์ และสุธี สุทธิสมบูรณ์. (2522). *หลักการบริหารเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อักษร
สาส์นการพิมพ์.
- สวัสดิ์ สุวรรณอักษร. (2532, กุมภาพันธ์-มีนาคม). " คำนึงกับอาชีพในปัจจุบัน," *แนะแนว*. 22(121) :
32-35.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2525). *จิตวิทยาทั่วไป*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : กรุงเทพมหานครการพิมพ์.
- สุชาติ โกศิน. (2531). " คุณสมบัติที่ดีของพนักงานขาย " *นักขาย*. 1(7) : 73-79 .
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2523). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : คณะสถิติประยุกต์ สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุปัญญา ไชยชาญ.(2536). *การบริหารงานขาย*. กรุงเทพฯ : พี. เอ. ลิฟวิ่ง จำกัด.
- หลุย จำปาเทศ. (2535). *แรงจูงใจ*. กรุงเทพฯ : สถาบันการบริหารและจิตวิทยา.
- องค์การ อินทรมพรรย์. (2526). " การบริหารงานวิชาการ " *การจัดการโรงเรียนประถมศึกษา*. หน้า 64-
65. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- อมร ถาวรมาศ. (2537). *เคล็ดลับหมอนักขาย*. กรุงเทพฯ : นำอักษรการพิมพ์ .
- อจจรา วงศ์วัฒนามงคล. (2533). *ตัวแปรทางพฤติกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาต่อในระดับ
บัณฑิตศึกษา*. ปริญญาโท วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ : บัณฑิต
มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ถ่ายเอกสาร.
- อุบล ภัทระ. (2535). *ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานของครูมัธยมศึกษา* . ปริญญาโท
วท.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อุษณีย์ สุนทโรทก.(2539). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตศึกษาเฉพาะกรณี
บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
ถ่ายเอกสาร.
- อำภา บุญช่วย. (2537). *การบริหารงานวิชาการในโรงเรียน*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินติ้ง
เฮ้าส์.

- Anderson, Robert Bl. (1980). " The Role of Self – Monitoring in Sales Performance. " *Phd .*
- Axelrod, Mitchell. (1989, October). " Sales : Winning the Inner Game. " *Natinal Underwriter (Life / Health / Financial / Services)*. 93 : 11-13.
- Dreyfack, Raymond. (1990, December). "Income Boosters for the Success-Minded Saleperson" *Journal of American Saleman*. 35 : 25-28.
- Edwards, Allen L. (1957). *Techniques of Attitude Scale Construction..* New Jersey : Prentice – Hall.
- Fishbein, Martin and Icek Ajzen. (1975).*Belief, Attitude, Intention and Behavior : An Introduction to Theory and Research*. Reading, Mass : Addison – Wesley Publishing Company.
- Friedman, M. and R.H. Rosenman. (1974). " Behavior Pattern and Coronary Angiographic Findings," *Journal of the American Medical Association*. 240 : 164 . New York : McGraw-Hill Co., Ltd.
- Huselid, Mark A..and Nancy E. Day. (1991, June). " OrganiZational Commitment, Job Involvement, and Turnover ; A Substantive and Mitlso-dological Analysis." *Applied Psychology*. 76 (3) : 380-391.
- Kelly, Karen E and Houseton, Rent B. (1985). " Type A Behavior in Employed Woman : Relation to Work, Marital, and Leisure Variable, Social Support, Stress, Tension, and Health." *Journal of Personality and Social Psychology*. 48(4) : 1067-1079.
- Kendter, Howard H. (1963). *Basic Psychology*. New York : Appleton-Century Grofts Company .
- Kliewer, Wendy and Weidner, Gerdi. (1987). " Type A Behavior and Aspirations : A Study of Parents' and Children's Goal Setting." *Developmental Psychology*. 23(2) : 204-209.
- Lazerson, Arlyne. (1975). *Phychology Today : An Introduction*. 3rd ed. New York : Random House Inc.
- Llife Insurance Agency Management Association. (1963). *Recruiting Career Men*. Connecticut : LIAMA
- Merenda, Peter F., Water V. Clarke. (1959). " The Pedictive Efficiency of Temperament Characeristic and Personal Success of Life Insurance Agents," *Journal of Applied Psychology*. 43 : 360 -366.
- Moore, Rosemary. (1988). *The Complete Salesperson*. Malaysia : Pelandduk Publication (M)Sdn Bhd.
- Oliver. R.L. (1974). " Expertancy theory Predication of Saleman Performance." *Journal of Marketing Research*. 11 : 243-253.
- Roe, Anne. .(1964) *The Psychology of Occupations*. New York : John Willey & Sone.
- Schwartz, David D. and Others. (1986). " Influennee of Personal and Universal Failure on the Subsequent Performance of Persons with Type A and Type B Bahavior Patterns." *Journal of Personality and Social Psychology*. 51 (20) : 459 - 462.

- Spear, Thomas Wayne. (1980). " A Multivariate Analysis of Self Concepts that might be related to the Success of Life Insurance Agents. " *Phd* .
- Steers, Richard M. and Porter, Lyyman W. (1991). *Motivation and Work Behavior*. 5th ed. New York : McGraw-Hill .
- Strobe, Michael J. and Susan M. Boland. (1986). " Postperformance Attributions and Task Persistence Among Type A and B Individual ; Clarification ." *Journal of Personality and Social Psychology*. 50 (2) : 413-420.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

1. หนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ที่ ทม 1012/ 5250



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๘ กรกฎาคม 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายขาย บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ จี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวปญญิสรา ผิวแดง นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ จี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)” โดยมี รองศาสตราจารย์อารี พันธุ์มณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่ และขอให้ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ จี.พี. ประกันชีวิต สาขาบางรัก จำนวน 50 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุธยา อลิอันซ์ จี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในระหว่างเดือนกรกฎาคม 2545

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวปญญิสรา ผิวแดง ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5726, 5644 โทรสาร. 02-258-4119

ที่ ทม 1012/ 5250



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๘ กรกฎาคม 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายขาย บริษัท อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวปญญิสสา ผิวแดง นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)” โดยมี รองศาสตราจารย์อารี พันธุ์มณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่ และขอให้ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต สาขาบางรัก จำนวน 50 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในระหว่างเดือนกรกฎาคม 2545

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวปญญิสสา ผิวแดง ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ทศน - อญญ.
Sornwong
(นางสาวปญญิสสา ผิวแดง)
อ.ศ. ทศน.

ขอแสดงความนับถือ

นางอ. อ.อ.

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5726, 5644 โทรสาร. 02-258-4119

ที่ ทม 1012/ 5-445



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๔๔ กรกฎาคม 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารการขาย บริษัท อ郁ยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวปญญา ศิวแดง นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อ郁ยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)” โดยมี รองศาสตราจารย์อารี พันธุ์ณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่ และขอให้ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อ郁ยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต สาขาพลโยธิน จำนวน 200 คน ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อ郁ยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในระหว่างเดือน กรกฎาคม 2545

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวปญญา ศิวแดง ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5726, 5644

โทรสาร. 02-258-4119

ที่ ทม 1012/ 5445



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๒ กรกฎาคม 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารการขาย บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวปญญิศา ผิวแดง นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)” โดยมี รองศาสตราจารย์อารี พันธุ์ณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่ และขอให้ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต สาขาพหลโยธิน จำนวน 200 คน ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในระหว่างเดือน กรกฎาคม 2545

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวปญญิศา ผิวแดง ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5726, 5644

โทรสาร. 02-258-4119

Time to Group. ๒๐๕
Full Time to Group. ๒๐๕
No ๒๐๕

แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต
บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี. พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต ขอให้ท่านพิจารณาข้อความที่กำหนด แล้วตอบตามความคิดเห็นหรือความรู้สึกของท่าน คำตอบของท่านจะมีประโยชน์ต่อตัวท่านเองและผู้ที่อยู่ในอาชีพ ข้อมูลแต่ละข้อที่ท่านตอบผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ โปรดอ่านแบบสอบถามแต่ละข้ออย่างรอบคอบและตอบแบบสอบถามทุกส่วนให้สมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านในครั้งนี้

แบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามบุคลิกภาพ
- ตอนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติต่องานขาย
- ตอนที่ 4 แบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว
- ตอนที่ 5 แบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- ตอนที่ 6 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขาย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่
 - ตอนที่ 6.1 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินตนเอง
 - ตอนที่ 6.2 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการประเมินของผู้บังคับบัญชา

ปญญิศา ผิวแดง
 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเอกจิตวิทยาการศึกษา
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ตอนที่ 1 ตัวอย่างแบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของตัวแทนประกันชีวิต เมื่ออ่านข้อความแล้วโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ()

1. เพศ ☐ ชาย
☐ หญิง
2. ปัจจุบันท่านมีอายุ.....ปี (หากเกิน 6 เดือน นับเป็น 1 ปี)
3. ระดับการศึกษา
☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี
4. สถานภาพการสมรส
☐ โสด
☐ สมรส
☐ หม้าย
5. ประสบการณ์ในการทำงานในสายอาชีพตัวแทน.....ปี (นับตั้งแต่เริ่มเป็นตัวแทน ประกันชีวิต หากเกิน 6 เดือน นับเป็น 1 ปี)
6. หน่วยงานที่ปฏิบัติ ได้แก่
☐ ผู้จัดการหน่วย
☐ ผู้จัดการเขต
☐ ผู้จัดการภาค
7. รายได้รวม (รายได้ประจำและรายได้พิเศษรวมกัน)..... บาท/เดือน
8. ภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัว ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ การดูแลสมาชิกในครอบครัว เช่นการดูแลบิดา มารดา บุตร ธิดา และญาติพี่น้อง
☐ ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัว
☐ ค่าเช่าบ้านหรือค่าเช่าซื้อบ้าน
☐ ค่าผ่อนรถ
☐ ค่าใช้จ่ายภายในบ้าน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามบุคลิกภาพ

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของท่าน เมื่อท่านอ่านข้อความแล้ว โปรดเขียน

เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องใดช่องหนึ่งใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริงที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด
จริง	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านมาก
จริงบ้าง	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านบ้างพอสมควร
จริงน้อย	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านน้อย
จริงน้อยที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่ สุด	จริง	จริง บ้าง	จริง น้อย	จริง น้อยที่ สุด
1	เมื่อท่านมีนัดท่านมักไปถึงที่นัดหมายก่อน					
2	ท่านรู้สึกไม่พอใจถ้ามีคนมาขัดจังหวะเวลาที่ท่านกำลังทำงาน					
3	ท่านคิดว่าเวลาผ่านไปรวดเร็วจนท่านไม่สามารถทำสิ่งที่ท่านตั้งใจได้					
4	ท่านรู้สึกว่าเป็นการเสียเวลามากถ้าต้องไปรอซื้อของในร้านค้าที่มีลูกค้าแน่น					
5	ท่านรู้สึกไม่สบายใจถ้างานของท่านดำเนินไปอย่างล่าช้า					
6	ท่านเป็นคนที่ไม่เริ่มต้นทำอะไรแล้วต้องทำให้เสร็จ					
7	ท่านรู้สึกว่าท่านต้องทำอะไรต่าง ๆ อย่างรวดเร็วเพื่อแข่งกับเวลา					
8	ท่านรู้สึกว่าท่านอยากทำอะไรให้เสร็จโดยเร็วที่สุด					
9	ท่านรู้สึกหงุดหงิด ที่ต้องเข้าคิวเพื่อรอรับบริการ เช่น ที่ธนาคาร หรือที่ทำการไปรษณีย์					
10	ท่านไม่ชอบให้มีใครหรืออะไรมาขัดจังหวะ การทำงานของท่าน					
11	ท่านรู้สึกทนไม่ได้ ถ้าต้องทำงานร่วมกับคนที่ทำงานอย่างขี้เกียจ					
12	ถ้าท่านต้องฟังคนที่พูดไม่รู้จบ ท่านจะรู้สึกทนไม่ได้					
13	ท่านเป็นคนที่ต้องทำงานที่รับผิดชอบให้เสร็จก่อนกำหนดเวลาเสมอ					
14	ท่านเป็นคนที่ไม่ทำอะไรต่าง ๆ ด้วยความรวดเร็วและว่องไว					

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
15	เมื่อท่านต้องทำสิ่งต่างๆ ซ้ำซาก ท่านจะรู้สึกหงุดหงิด					
16	ท่านไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องกระตือรือร้นในการทำงาน					
17	เพื่อน ๆ ส่วนใหญ่ เห็นว่าท่าน เป็นคนที่จริงจังกับงาน					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติต่องานขาย

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความรู้เกี่ยวกับอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ความรู้สึกต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต และแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมของท่านที่มีต่อการทำงานอาชีพตัวแทนประกันชีวิตคำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่องานวิจัยครั้งนี้ เมื่อท่านได้อ่านข้อความแล้วโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือช่องใดช่องหนึ่ง ใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความรู้เกี่ยวกับอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ความรู้สึกต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิต และแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมของท่านมากที่สุด

ก. ด้านความรู้เกี่ยวกับอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
เห็นด้วย	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ไม่แน่ใจ	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านบางครั้งบ้าง
ไม่เห็นด้วย	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านน้อย
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1	การเป็นตัวแทนประกันชีวิต เป็นงานขายที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น					
2	การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของตัวแทนประกันชีวิต ทำให้ท่านสบายใจ ในการทำงาน					
3	ตัวแทนประกันชีวิตที่ทำงานตรงตามความรู้ ความสามารถทำให้การทำงานมีคุณภาพ					

ข้อที่	ข้อความ	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
4	การศึกษาหาความรู้ทางวิชาการ เป็นสิ่งที่ตัวแทนประกันชีวิตควรกระทำเพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับงานในสายอาชีพ					
5	ตัวแทนประกันชีวิตควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับการมธรรม์ประกันชีวิตทุกแบบของบริษัท					
6	ตัวแทนประกันชีวิตควรสนใจต่อการประชุมทางวิชาการ					
7	ก่อนเข้าพบผู้คาดหวังแต่ละรายควรมีการปรึกษาถึงอุปนิสัย และประวัติส่วนตัวของลูกค้ารายนั้น ๆ					
8	ตัวแทนประกันชีวิตควรมีการปรึกษาจากหัวหน้างาน					
9	การให้บริการอำนวยความสะดวกก่อนการขายเป็นสิ่งจำเป็น					

ข. ด้านความรู้สึกเกี่ยวกับอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

มากที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด
มาก	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านมาก
ปานกลาง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านบ้าง บางครั้งก็ไม่ตรง
น้อย	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านน้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ท่านรู้สึกรำคาญ เมื่อต้องฟังลูกค้าพูดเกี่ยวกับปัญหาของตนเอง					
2	ท่านภูมิใจที่ได้ทำงานเป็นตัวแทนประกันชีวิต					
3	ท่านรู้สึกท้อแท้ต่อการมีอาชีพเป็นตัวแทนประกันชีวิต					

ข้อที่	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4	ท่านผิดหวังที่ต้องเป็นตัวแทนประกันชีวิต เพราะเป็นอาชีพที่สังคมไม่ยกย่อง					
5	ท่านรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ทำงานกับบริษัท					
6	ท่านรู้สึกพอใจในค่าตอบแทนที่ได้รับจากบริษัท					
7	ท่านรู้สึกพอใจต่อการกำหนดเป้าหมายของบริษัท					
8	ท่านมีความสุขที่ได้ทำงานกับเพื่อนร่วมหน่วยงานของท่าน					
9	ท่านมีความเชื่อมั่นในความมั่นคงของบริษัท					
10	ท่านรู้สึกพอใจต่อการได้รู้จักผู้คนใหม่ ๆ					
11	ท่านต้องการไปสังกัดบริษัทประกันชีวิตอื่น					

ค. ด้านแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมของตัวแทนที่มีต่อการทำงานในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

เป็นประจำ	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับพฤติกรรมของท่านทุกครั้ง
บ่อยครั้ง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับพฤติกรรมของท่านเกือบทุกครั้ง
บางครั้ง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับพฤติกรรมของท่านน้อยครั้ง บางครั้งก็ไม่ตรง
นาน ๆ ครั้ง	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับพฤติกรรมของท่านน้อยครั้ง
น้อยครั้งที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงกับพฤติกรรมของท่านน้อยครั้งที่สุด จนแทบจะไม่เกิดขึ้นเลย

ข้อที่	ข้อความ	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	น้อยครั้งที่สุด
1	ท่านปฏิบัติงานในฐานะตัวแทนประกันชีวิตได้อย่างเต็มที่					
2	ท่านพร้อมที่จะบริการทุกเรื่องที่คุณลูกค้าต้องการ และท่านสามารถทำได้					
3	ท่านเป็นผู้แก้ปัญหาต่าง ๆ ให้ลูกค้า					
4	ท่านควบคุมอารมณ์เองไม่ได้ เมื่อท่านเผชิญกับลูกค้าที่มีปัญหา					
5	ท่านรักษาคำพูด หรือสัญญาที่ท่านให้ไว้กับลูกค้า					
6	ท่านคิดว่าได้ทำงานตามแผนที่วางไว้					
7	ท่านตรวจสอบผลงานของตัวเอง					

ข้อที่	ข้อความ	เป็น ประจำ	บ่อย ครั้ง	บาง ครั้ง	นานๆ ครั้ง	น้อย ครั้งที่ สุด
8	ท่านมีความต้องการย้ายไปสังกัดบริษัทประกันชีวิตอื่น					
9	ท่านไปเยี่ยมเยียนลูกค้าภายหลังการขาย					
10	ท่านวางแผนการขายล่วงหน้า					
11	ท่านไม่เคยนำเงินค่าเบี้ยประกันไปใช้ก่อน แล้วจึงนำส่งบริษัท					
12	เพื่อความอยู่รอดในปัจจุบัน ท่านจึงแย่งลูกค้าจากเพื่อนร่วมงานของท่าน					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของท่าน เมื่อท่านอ่านข้อความแล้ว โปรดเขียน

เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องใดช่องหนึ่งใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริงที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด
จริง	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านมาก
จริงบ้าง	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านบ้างพอสมควร
จริงน้อย	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านน้อย
จริงน้อยที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่ สุด	จริง	จริง บ้าง	จริง น้อย	จริง น้อยที่ สุด
	ก. การปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิตต่อสมาชิกใน ครอบครัว					
1	ข้าพเจ้าให้ความไว้วางใจในการกระทำของสมาชิกในครอบครัวเสมอ					
2	ข้าพเจ้าไม่ค่อยสนใจซักถามเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของสมาชิกในครอบครัว					
3	เมื่อสมาชิกในครอบครัวผิดหวัง ข้าพเจ้าให้กำลังใจแก่สมาชิกในครอบครัวเสมอ					
4	ข้าพเจ้าแสดงความชื่นชม เมื่อสมาชิกในครอบครัวประสบความสำเร็จ					

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
5	ข้าพเจ้าไม่ค่อยให้ความสนใจกับเรื่องส่วนตัวของสมาชิกในครอบครัว					
	ข. การปฏิบัติของสมาชิกในครอบครัวต่อตัวแทนประกันชีวิต					
6	สมาชิกในครอบครัวมักหงุดหงิด ที่ข้าพเจ้าคอยเตือนให้ทำกิจวัตรประจำวัน					
7	เมื่อมีปัญหาสมาชิกในครอบครัวไม่ชอบปรึกษาข้าพเจ้า					
8	สมาชิกในครอบครัวตั้งใจปฏิบัติตามสิ่งที่ข้าพเจ้าคอยตักเตือน					
9	สมาชิกในครอบครัวไม่รบกวนข้าพเจ้า เมื่อข้าพเจ้าไม่สบายใจ					
10	สมาชิกในครอบครัวไม่ทำให้ข้าพเจ้าเสียใจในความประพฤติของเขา					
11	สมาชิกในครอบครัวไม่ชอบทำงานบ้านที่ได้รับมอบหมายจากข้าพเจ้า					

ตอนที่ 5 แบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของท่าน เมื่อท่านอ่านข้อความแล้ว โปรดเขียน

เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องใดช่องหนึ่งใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริงที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด
จริง	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านมาก
จริงบ้าง	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านบ้างพอสมควร
จริงน้อย	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านน้อย
จริงน้อยที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
	สถานที่ทำงาน					
1	บริเวณสถานที่ทำงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงามและสะอาด					

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
2	ขนาดของห้องทำงานแคบเกินไป และไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับจำนวนตัวแทนประกันชีวิต					
3	ภายในห้องทำงานเย็นสบาย อากาศถ่ายเทได้ดี					
4	สภาพห้องทำงานมีกลิ่นรบกวน ทำให้รู้สึกหงุดหงิด เช่น กลิ่นอาหารที่นำมารับประทาน					
	อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก					
5	อุปกรณ์ด้านคอมพิวเตอร์ โทรสาร ฯลฯ ที่ช่วยในการทำงานมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับจำนวนตัวแทนประกันชีวิต					
6	สื่อและอุปกรณ์มีความทันสมัยกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน					
7	ข้าพเจ้าได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน					
8	ข้าพเจ้าเข้าใจ และช่วยแก้ปัญหาของเพื่อนร่วมงานทั้งในด้านส่วนตัวและด้านการงานอยู่เสมอ					
	สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน					
9	ข้าพเจ้าได้รับการยกย่องชมเชยจากเพื่อนร่วมงาน					
10	เพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือแก่ข้าพเจ้า เมื่อข้าพเจ้าต้องการความช่วยเหลือ					
11	เพื่อนร่วมงานปลอบโยนข้าพเจ้า เมื่อข้าพเจ้ามีความกลัดกลุ้มใจ					
12	กิจกรรมที่ข้าพเจ้าจัดขึ้น มักได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี					
13	ข้าพเจ้ามีความสนิทสนม และเป็นกันเองระหว่างเพื่อนร่วมงาน					
	สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา					
	ก. การปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิตต่อผู้บังคับบัญชา					
14	ข้าพเจ้าสามารถปรึกษาปัญหาส่วนตัวและงานที่ปฏิบัติกับผู้บังคับบัญชาได้					

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
15	ข้าพเจ้าให้ความเคารพต่อผู้บังคับบัญชาเสมอ ทั้งในและนอกสถานที่ทำงาน					
16	ข้าพเจ้าเชื่อฟังในคำสั่งของผู้บังคับบัญชา					
17	ข้าพเจ้าปฏิบัติตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชา โดยไม่ขัดต่อระเบียบข้อบังคับ					
	ก. การปฏิบัติของผู้บังคับบัญชาต่อตัวแทนประกันชีวิต					
18	ผู้บังคับบัญชาเปิดโอกาสให้ข้าพเจ้าปรึกษาปัญหาส่วนตัว					
19	ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ที่รับรู้ และเข้าใจปัญหาการทำงานของข้าพเจ้า และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ					
20	ถ้าข้าพเจ้าทำสิ่งใดก็ตามที่เป็นเรื่องถูกต้องตามที่ ผู้บังคับบัญชาจะให้การสนับสนุนและให้กำลังใจ					
21	ผู้บังคับบัญชาจัดแบ่งภาระงานให้ข้าพเจ้ารับผิดชอบได้อย่างเหมาะสมกับความสามารถ					

ตอนที่ 6 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายด้วยวิธีประเมินผลการขายมีดังนี้

ตอนที่ 6.1 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายด้วยวิธีประเมินผลการขายโดยตนเอง

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของท่าน เมื่อท่านอ่านข้อความแล้ว โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องใดช่องหนึ่งใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริงที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด
จริง	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านมาก
จริงบ้าง	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านบ้างพอสมควร
จริงน้อย	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านน้อย
จริงน้อยที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
1	เมื่อข้าพเจ้ามาทำงานใหม่ ๆ ยังไม่ค่อยเข้าใจมากนัก แต่ค่อยเข้าใจมากขึ้นในเวลาต่อมา					

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
2	ข้าพเจ้าเข้าใจระเบียบ และวิธีปฏิบัติงานในหน้าที่เป็นอย่างดี จึงสามารถทำงานได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ					
3	ข้าพเจ้าทำงานในตำแหน่งที่ตรงกับความรู้ที่เรียนมา และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ดังกล่าวได้ดี					
4	ข้าพเจ้าเห็นว่างานที่ข้าพเจ้าทำอยู่เป็นผลดีต่อหน่วยงาน และมีส่วนสนับสนุนให้หน่วยงานพัฒนามากขึ้น					
5	ข้าพเจ้ามีความกระตือรือร้นที่จะทำงานโดยไม่รู้สึกเบื่อหน่าย					
6	ข้าพเจ้ารู้สึกสนุกกับงานที่ทำอยู่ในขณะนี้ เพราะคิดว่าเป็นงานที่ท้าทาย และมีโอกาสก้าวหน้า					
7	ข้าพเจ้าสามารถให้คำแนะนำ และช่วยเหลือปัญหาในเรื่องการทำงาน และเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี					
8	เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจากการทำงาน ข้าพเจ้าสามารถแก้ปัญหาเหล่านั้นให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี					

ตอนที่ 6.2 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายด้วยวิธีประเมินผลการขาย โดยผู้บังคับบัญชา

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของท่าน เมื่อท่านอ่านข้อความแล้ว โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องใดช่องหนึ่งใน 5 ช่อง ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

จริงที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด
จริง	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านมาก
จริงบ้าง	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านบ้างพอสมควร
จริงน้อย	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านน้อย
จริงน้อยที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความจริงของท่านน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
1	ผู้บังคับบัญชาคิดว่าข้าพเจ้ามีความรู้ และเข้าใจงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี					

ข้อที่	ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง	จริงน้อย	จริงน้อยที่สุด
2	ผู้บังคับบัญชาคิดว่าข้าพเจ้ามีการพัฒนาตนเองในเรื่องงานให้เชี่ยวชาญ และก้าวหน้าในงานขึ้นเรื่อย ๆ					
3	ผู้บังคับบัญชาเห็นว่าข้าพเจ้ามีความกระตือรือร้นในการทำงาน					
4	ผู้บังคับบัญชาเห็นว่าข้าพเจ้าแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ					
5	ผู้บังคับบัญชายอมรับความคิดเห็นของข้าพเจ้าเป็นอย่างดี					
6	ผู้บังคับบัญชาเห็นว่าข้าพเจ้ากล้าตัดสินใจ และรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี					
7	เมื่อทางหน่วยงานมีงานด่วน หรืองานพิเศษต่าง ๆ ผู้บังคับบัญชามักจะคิดถึงข้าพเจ้า					
8	ผู้บังคับบัญชาคิดว่าข้าพเจ้ามีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี					
9	ผู้บังคับบัญชาคิดว่าข้าพเจ้าสามารถที่จะพัฒนาตนเองในเรื่องงานให้ไปสู่ความสำเร็จในอนาคตได้					

ภาคผนวก ข

1. ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามบุคลิกภาพ
2. ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามทัศนคติต่องานขาย
3. ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทน
ประกันชีวิตกับสมาชิกในครอบครัว
4. ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน
5. ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการ
ประเมินตนเอง
6. ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ(t) ของแบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการ
ประเมินของผู้บังคับบัญชา

ตาราง 6 แสดงค่าอำนาจจำแนก เป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามบุคลิกภาพ

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)
1	24.04	10	4.93
2	8.817	11	8.00
3	15.63	12	17.21
4	25.21	13	7.96
5	24.04	14	21.06
6	8.77	15	19.65
7	15.63	16	7.94
8	25.21	17	8.00
9	19.65		

ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .96

ตาราง 7 แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามทัศนคติต่องานขาย

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)
1	19.65	12	16.97	23	13.98
2	7.94	13	2.26	24	5.00
3	18.72	14	5.56	25	8.00
4	16.97	15	3.46	26	19.28
5	4.55	16	16.97	27	4.76
6	19.65	17	2.26	28	7.73
7	16.97	18	5.56	29	25.00
8	25.21	19	4.30	30	4.55
9	2.26	20	16.97	31	7.73
10	2.26	21	3.46		
11	5.26	22	19.28		

ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .91

ตาราง 8 แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิต
สมาชิกในครอบครัว

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)
1	5.00	7	19.65
2	8.00	8	7.28
3	19.28	9	11.86
4	13.98	10	21.06
5	4.93	11	17.21
6	25.21		

ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .94

ตาราง 9 แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)
1	7.94	12	25.21
2	25.21	13	17.21
3	24.04	14	4.55
4	8.77	15	7.94
5	21.06	16	14.18
6	19.65	17	25.21
7	7.94	18	9.58
8	13.37	19	6.73
9	25.21	20	12.31
10	7.28	21	9.29
11	11.86		

ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .97

ตาราง 10 แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการ
ประเมินตนเอง

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)
1	21.06	5	25.21
2	19.65	6	24.04
3	7.96	7	15.63
4	15.63	8	21.06

ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .95

ตาราง 11 แสดงค่าอำนาจจำแนก เป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามประสิทธิภาพในการขายจากการ
ประเมินของผู้บังคับบัญชา

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)	ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (t)
1	9.70	6	17.21
2	19.31	7	7.96
3	17.21	8	15.63
4	7.96	9	21.06
5	18.76		

ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .95

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ	นางสาวปญญिता ผิวแดง
เกิดวันที่	14 สิงหาคม พ.ศ. 2513
สถานที่เกิด	จังหวัดสุพรรณบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	3/86-89 ซอยรัชดาภิเษก 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขต ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2531	ชั้นมัธยมศึกษา โรงเรียนสงวนหญิง จังหวัดสุพรรณบุรี แผนกวิทยาศาสตร์ - คณิตศาสตร์
พ.ศ. 2535	การศึกษาบัณฑิต วิชาเอกบรรณารักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
พ.ศ. 2545	กศ.ม (วิชาเอกจิตวิทยาการศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร