

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : กรณีศึกษา ตัวแทนประกันชีวิตในเขต
กรุงเทพมหานครของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด

สารนิพนธ์
ของ
นายธนวีร์ ขอนตะวัน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2547
ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

368.32

พ.๒๕๖

๑.3

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : กรณีศึกษา ตัวแทนประกันชีวิตในเขต
กรุงเทพมหานครของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลเอสเซิวนส์ จำกัด

บทคัดย่อ

ของ

นายรณวีร์ ชอนตะวัน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2547

h 257921

26 ม.ค. 2548

รณวีร์ ขอนตะวัน. (2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : กรณีศึกษาตัวแทน ประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตในด้าน เพศ อายุ วุฒิการศึกษา สถานภาพสมรส อายุงาน และสถานภาพการทำงาน ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต และปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อ ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน และเพื่อศึกษาว่าปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตในด้าน ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2545 จำนวนรางวัลคุณวุฒิ ของตัวแทนประกันชีวิต

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนล แอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 393 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ (LSD) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ตัวแทนฯที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 ราย เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.1 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 49.9 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 77.6 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 65.1 มีอายุงาน 0-6 เดือน ร้อยละ 45.3 และเป็นตัวแทนพาร์ทไทม์ ร้อยละ 61.8
2. ตัวแทนฯที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีบุคลิกภาพในระดับที่ดี
3. ตัวแทนฯที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพในระดับมาก
4. ตัวแทนฯที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดีมาก มีทักษะการขายอยู่ในระดับที่ดี และมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. ตัวแทนฯที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน จะประสบความสำเร็จต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้
 - 1.1 ตัวแทนฯที่มีอายุต่างกัน จะประสบความสำเร็จต่างกัน กล่าวคือ ตัวแทนฯที่มีอายุมากกว่า จะประสบความสำเร็จในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2545 และจำนวนรางวัลคุณวุฒิ สูงกว่าตัวแทนฯที่มีอายุน้อยกว่า
 - 1.2 ตัวแทนฯที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน จะประสบความสำเร็จต่างกัน กล่าวคือ ตัวแทนฯที่สมรสแล้วจะประสบความสำเร็จในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2545 และจำนวนรางวัลคุณวุฒิ สูงกว่าตัวแทนฯที่ยังโสด

1.3 ตัวแทนที่มีอายุงานต่างกัน จะประสบความสำเร็จต่างกัน กล่าวคือ ตัวแทนที่มีอายุงานมากกว่าจะประสบความสำเร็จในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2545 และจำนวนรางวัลคุณวุฒิ สูงกว่าตัวแทนที่มีอายุงานน้อยกว่า

1.4 ตัวแทนที่มีสถานภาพการทำงานต่างกัน จะประสบความสำเร็จต่างกัน กล่าวคือ ตัวแทนฯพูลไทม์จะประสบความสำเร็จในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2545 และจำนวนรางวัลคุณวุฒิ สูงกว่าตัวแทนพาร์ทไทม์

2. ตัวแทนที่มีบุคลิกภาพต่างกัน จะประสบความสำเร็จต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ตัวแทนที่มีบุคลิกภาพที่ดีจะประสบความสำเร็จในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2545 และจำนวนรางวัลคุณวุฒิ สูงกว่าตัวแทนที่มีบุคลิกภาพที่ไม่ดี

3. ตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพต่างกัน จะประสบความสำเร็จต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมากกว่าจะประสบความสำเร็จในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2545 และจำนวนรางวัลคุณวุฒิ สูงกว่าตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพที่น้อยกว่า

4. ลักษณะการทำงานของตัวแทน มีความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จของตัวแทน กล่าวคือ ลักษณะการทำงานของตัวแทนในด้าน ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสำเร็จของตัวแทนฯ ในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันของปี 2545 และจำนวนรางวัลคุณวุฒิ

FACTORS AFFECTING THE ASSURANCE AGENTS' SUCCESS : A CASE STUDY OF
THE AGENTS OF AMERICAN INTERNATIONAL ASSURANCE CO.,LTD.
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA.

AN ABSTRACT
BY
MR RONNAWEE CHONTAWAN

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration Degree in Management
at Srinakharinwirot University
October 2004

Ronnawee Chontawan. (2004). *Factors Affecting the Assurance Agents' Success: A Case Study of the Agents of American International Assurance Co., Ltd. in Bangkok Metropolitan Area*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University, Advisor: Assoc Prof. Sirivan Serirat.

The aim of this study was on the extent of the agents' success affected by three factors: their personal characteristics, namely, sex, age, education, marital status, the number of working years, and working status; their personality; and their professional knowledge. The study also focused on whether their work behavior – attitude, sales skills, and working habits – affected their 2003-2004 sales performance in terms of the number of their sales, the number of premiums, and their sales awards.

The samples were 393 American International Assurance Co, Ltd.'s agents based in Bangkok. A questionnaire was used to collect the data which was analyzed using percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA and LSD, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient.

The findings were as follows:

1. Of all the samples, 50.1% were male, single (65.1%), and of the age between 30 and 39 (49.9%). A majority of them were college graduates (77.6%) and part-time agents (61.8%). The number of their working years was between 0-6 months (45.3%)
2. Most of them had good personality.
3. Most acquired a high level of professional knowledge.
4. They had very good working attitude, good sales skills, and very good working habits.

From the hypothesis tests, the study revealed that:

1. The agents' difference in personal characteristics yielded difference in their success at the significant level of 0.05. with the details as follows:
 - 1.1 Difference in age resulted in difference in all aspects of sales performance: the number of sales, the number of premiums, as well as the sales awards received between the year 2003-2004. The older were more successful than the younger.
 - 1.2 The same situation was seen in the groups with different marital status. Married agents were more successful than those who were single.
 - 1.3 This was also applied to the agents with different numbers of working years: those who were in the business longer were more successful than those who worked for a shorter period of time.
 - 1.4 Likewise, full-time agents showed more success in all aspects than part-time ones did.

2. Different personality also resulted in different level of success in all aspects of sales performance during the year 2003-2004, be it the number of sales, the number of premiums, and the sales awards received. Agents with better personality performed more successfully. The level of significance was at 0.05.

3. Different level of professional knowledge affected their success in sales performance as well. Those with better knowledge performed more successfully in all aspects. The level of significance was at 0.05.

4. By the same token, a direct relationship was evidently found between the agents' work behavior concerning their attitude, sales skills, and working habits and their success in sales performance in all aspects stated.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร



(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

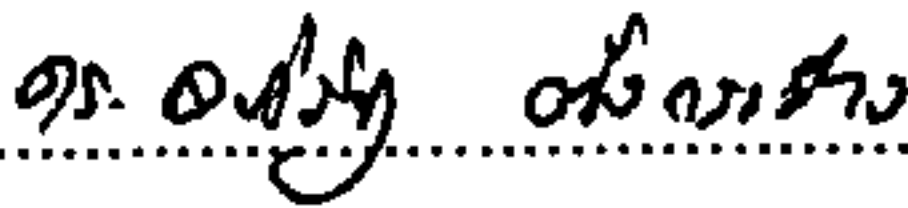
คณะกรรมการสอบ



..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

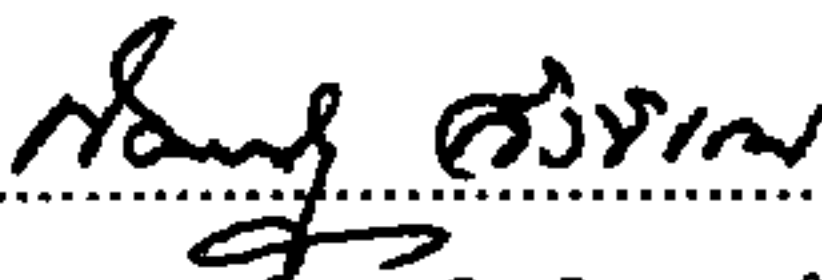


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)



..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจำง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 8 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2547

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยการอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง และรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการแก้ไขให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ ผู้วิจัยกราบขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ และขอกราบขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะสังคมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้มอบความรู้อันเป็นทุนชีวิตแก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอขอบพระคุณ คุณณรงค์ – นพวรรณ ชอนตะวัน ผู้เป็นแรงใจและสนับสนุนให้ผู้วิจัย ก้าวมาถึงจุดนี้

ขอขอบคุณน้องๆและสมาชิกทุกคนในครอบครัว "ชอนตะวัน" ที่เป็นกำลังใจดูแล และคอยช่วยเหลือเป็นอย่างดี ตลอดจนเพื่อนๆ M.B.A. (การจัดการ) ที่ให้ความช่วยเหลือและแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดา มารดา และบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา อบรมสั่งสอน จนกระทั่งประสบผลสำเร็จในวันนี้

รณวีร์ ชอนตะวัน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมติฐานการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์	8
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	9
แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ	12
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	16
กระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย	18
แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย	19
ความเป็นมา	20
บริษัท อмерикันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด (เอไอเอ)	24
งานวิจัย และผลงานที่เกี่ยวข้อง	27
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	30
การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	30
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	34
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	34
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	40
การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท อмерикัน อินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร	40
การวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตของ บริษัท อмерикัน อินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4(ต่อ) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขต กรุงเทพมหานคร 45	45
การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติ ด้านทักษะการขาย และด้านอุปนิสัยในการทำงาน ของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร 46	46
การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขต กรุงเทพมหานคร 53	53
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน 54	54
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 84	84
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า 88	88
อภิปรายผล 92	92
ข้อเสนอแนะ 95	95
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป 96	96
บรรณานุกรม 98	98
ภาคผนวก 100	100
แบบสอบถาม 101	101
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม 108	108
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์ 109	109

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวน และคำร้อยละของปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนฯ	40
2	แสดงผลปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนฯ	42
3	แสดงจำนวนคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบุคลิกภาพของตัวแทนฯ.....	44
4	ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์ แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) โดยแจกแจงจำนวน และคำร้อยละ	45
5	แสดงจำนวนคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจ ในวิชาชีพของตัวแทนฯ	46
6	แสดงด้านทัศนคติของตัวแทนฯ	47
7	แสดงด้านทักษะการขายของตัวแทนฯ	49
8	แสดงด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนฯ	51
9	แสดงข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายของตัวแทนฯ	53
10	ผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแทนฯที่มีเพศต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขาย ในการขายประกันชีวิตต่างกัน	54
11	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำเร็จในการขายประกันชีวิตของตัวแทนฯ จำแนกตามอายุ	55
12	แสดงผลการเปรียบเทียบตัวแทนฯที่มีอายุต่างกัน ประสบความสำเร็จ ในการขายประกันชีวิตต่างกัน	57
13	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับการสำเร็จ ในการ ขายประกันชีวิต ด้านจำนวนรายในปี 2544	58
14	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับการสำเร็จ ในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544	59
15	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับการสำเร็จ ในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนราย ปี 2545	60
16	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับการสำเร็จ ในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2545	61
17	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับการสำเร็จ ในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนคุณวุฒิที่ได้รับ	62
18	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ของตัวแทนฯ จำแนกตามวุฒิการศึกษา	63

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
19	แสดงผลการเปรียบเทียบตัวแทนที่มีอายุต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขาย ประกันชีวิตต่างกัน	65
20	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน กับความสำเร็จ ในการขายประกันชีวิต ด้านเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544	66
21	ผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแทนฯที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ประสบความสำเร็จ ในการขายประกันชีวิตต่างกัน	67
22	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จของตัวแทนฯที่ช่วงอายุต่างกัน	68
23	แสดงผลการเปรียบเทียบตัวแทนที่มีอายุนานๆต่างกันประสบความสำเร็จในการขาย ประกันชีวิตต่างกัน	70
24	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ที่มีอายุนานต่างกัน กับความสำเร็จ ในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนรายในปี 2544	71
25	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ที่มีอายุนานต่างกัน กับความสำเร็จ ในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544	72
26	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ที่มีอายุนานต่างกัน กับความสำเร็จ ในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนรายในปี 2545	73
27	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ที่มีอายุนานต่างกัน กับความสำเร็จ ในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2545	74
28	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ที่มีอายุนานต่างกัน กับความสำเร็จ ในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนคุณสมบัติที่ได้รับ	75
29	ผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแทนฯที่มีสถานภาพการทำงานต่างกัน ประสบความสำเร็จ ในการขายประกันชีวิตต่างกัน	76
30	ผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแทนฯที่มีบุคลิกภาพต่างกัน ประสบความสำเร็จ ในการขายประกันชีวิตต่างกัน	77
31	ผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแทนฯที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพต่างกัน ประสบความสำเร็จ ในการขายประกันชีวิตต่างกัน	79
32	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ ทักษะคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ จำนวนราย ปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่ง ปี 2544 จำนวนราย ปี 2545 จำนวนเบี้ย ประกันนำส่ง ปี 2545 และรางวัลคุณสมบัติของตัวแทน	80

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันตัวแทนประกันชีวิตจัดได้ว่ามีบทบาทสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจประกันชีวิตมีการขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะสังเกตได้จากมูลค่าเงินเอาประกันชีวิตของปี 2543 เปรียบเทียบกับปี 2544 เพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 38.15 โดยมูลค่าของเงินเอาประกันชีวิตในปี 2543 มีจำนวน 26,857,620,000 บาท และเมื่อสิ้นปี 2544 มีมูลค่าของเงินเอาประกันถึง 37,104,995,000 บาท (กรมการประกันภัย. 2545)

นอกจากนี้ตัวแทนประกันชีวิตยังช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลในเรื่องของการสร้างหลักประกันให้กับประชาชนทั่วไปเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้เอาประกันว่าเมื่อผู้เอาประกันประสบกับเคราะห์กรรมจนถึงกับเจ็บป่วย ทูพพลภาพ หรือเสียชีวิต พวกเขาจะได้รับเงินตามที่ได้ระบุไว้ในกรมธรรม์เพื่อเป็นการชดเชยการสูญเสียรายได้ หรือหากผู้เอาประกันมีชีวิตยืนยาวจนครบกำหนดตามสัญญาที่ได้ระบุไว้ในกรมธรรม์ ผู้เอาประกันก็จะได้รับเงินจำนวนหนึ่งคืนตามที่ได้ระบุไว้ในกรมธรรม์ ส่วนจำนวนเงินออมทรัพย์หรือเบี้ยประกันทั้งหมดทางบริษัทประกันชีวิตจะนำไปลงทุนกับรัฐบาลในรูปของพันธบัตรรัฐบาล และการลงทุนกับภาคธุรกิจเอกชนต่างๆ

บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยด้วยความซื่อสัตย์และยุติธรรม เป็นระยะเวลานานกว่า 63 ปี โดยให้บริการในด้านการรับประกันชีวิต ประกันอุบัติเหตุและสุขภาพ ประกันหมู่และประกันสินเชื่อ นอกจากนี้บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ยังให้บริการทางด้านสินเชื่อเพื่อการเคหะ การบริหารและจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และโครงการออมทรัพย์รายเดือน (เอไอเอ. 2545)

บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) เป็นผู้นำธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดมากกว่า 17 ปีติดต่อกันและเป็นบริษัทประกันชีวิตเพียงแห่งเดียวในภูมิภาคเอเชียที่ได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือ ในระดับสูงสุด AAA ทางด้านความมั่นคงทางการเงินจากสถาบันสแตนดาร์ดแอนด์ปัวร์ (Standard & Poor's) ถึง 5 ปีซ้อน ซึ่งหมายความว่า บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) มีความสามารถ ในการปฏิบัติตามสัญญาผูกพันทางการเงินที่มีต่อผู้ถือกรมธรรม์ และผู้อื่นได้ภายในเวลาที่กำหนด

บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) เป็นบริษัทในเครืออเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล กรุป อิงค์ (AIG) ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทประกันภัยระหว่างประเทศชั้นนำและเป็นหนึ่งในบริษัทประกันภัยอุตสาหกรรมและการพาณิชย์รายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งในสหรัฐอเมริกา โดยบริษัทในเครือของเอไอเอจะให้บริการรับประกันวินาศภัย ภัยเบ็ดเตล็ด ภัยทางทะเล ประกันชีวิต และให้บริการทางการเงิน ใน 130 ประเทศทั่วโลก ([บริษัท เอไอเอ จำกัด .2545)

วิสัยทัศน์

สู่ความเป็นองค์กรที่มีคุณภาพสูงสุด มุ่งมั่นมอบบริการที่เป็นเลิศ โดยบุคลากรมืออาชีพและเป็นหลักประกันที่มั่นคงสำหรับลูกค้าและสังคมตลอดไป

ปณิธาน

1. คุณภาพคือ วัฒนธรรมขององค์กร
2. เพิ่มอัตราการเติบโตของธุรกิจทุกปี เพื่อเสริมความแข็งแกร่งในการเป็นบริษัทประกันชีวิตอันดับหนึ่ง
3. เป็นที่ประจักษ์ในฐานะผู้ให้บริการทางการเงินชั้นนำของประเทศไทย

ในปัจจุบันมีตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ที่ประสบความสำเร็จในอาชีพในหลายระดับด้วยกัน โดยวัดได้จากการที่ตัวแทนประกันชีวิตได้รับคุณสมบัติต่างๆของบริษัท การที่ตัวแทนประกันชีวิตมีจำนวนผู้เอาประกันที่ดูแลรับผิดชอบมากมาย และจากจำนวนเบี้ยประกันที่ตัวแทนประกันชีวิตได้นำส่งกับบริษัทในแต่ละครั้ง แต่จุดที่เรียกได้ว่าประสบความสำเร็จในอาชีพของตัวแทนประกันชีวิตแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นผลมาจาก ความต้องการในระดับที่ต่างกันของตัวแทนประกันชีวิต ประกันชีวิต บางคนเป็นตัวแทนประกันชีวิตแบบฟูลไทม์ (Full Time) บางคนเป็นตัวแทนประกันชีวิตแบบพาร์ทไทม์ (Part Time) ทักษะในการขายที่ต่างกัน ฐานลูกค้าที่ต่างกัน บางคนมาทำเพราะเห็นว่ารวยได้ดี บางคนทำ เพราะเห็นว่าเป็นงานที่มีอิสระ และยังมีตัวแทนประกันชีวิตอีกหลาย ๆ คนที่มีเหตุผลต่างจากนี้ การศึกษาใน ครั้งนี้เป็นการศึกษาว่า ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต หรือการที่ตัวแทนประกันชีวิตประกัน ชีวิตได้รับรางวัลเป็นคุณสมบัติต่างๆจะต้องอาศัยปัจจัยใดบ้าง โดยผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อไป ทั้งกับตัวแทนประกันชีวิตเอง กับบริษัทเอไอเอจำกัด และกับบุคคลทั่วไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
2. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
3. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
4. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จหรือมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต
2. ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อตัวแทนประกันชีวิต ผู้บริหารระดับต่างๆและ ของบริษัท เอไอเอ จำกัด เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการทำงาน และเพื่อกำหนดหลักสูตรการฝึกอบรมตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของตัวแทนประกันชีวิตที่มีต่อบุคลิกภาพที่เหมาะสมของตัวแทนฯ ลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันชีวิต บริษัทเอไอเอจำกัด แบบประกันชีวิต อาชีพตัวแทนประกันชีวิต และข้อเสนอแนะของตัวแทนประกันชีวิต

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลล่าสุดของบริษัทจำนวนตัวแทนที่มีใบอนุญาตแล้วในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนประมาณ 20,000 คน จากจำนวนตัวแทนทั้งหมดที่มีอยู่ในประเทศไทย 40,000 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ในครั้งนี้ ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Specific Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545) โดยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สามารถให้ข้อมูลในเรื่องที่สนใจศึกษา และเพื่อสะดวกต่อการแจกแบบสอบถาม จะเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545) โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับตัวแทนประกันชีวิตที่มีสำนักงานตัวแทนอยู่ในอาคาร เอ.ไอ.เซ็นเตอร์ ถนนสาทร และอาคารชาเตอร์สแควร์ ถนนสาทร พิจารณาจากตารางของ ทาโร ยามาเน่ (เพ็ญแข แสงแก้ว. 2540 : 59) ความคลาดเคลื่อนในการ เลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 393 ราย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต ประกอบด้วย

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 20 – 29 ปี

1.1.2.2 30 – 39 ปี

1.1.2.3 40 – 49 ปี

1.1.2.4 50 ปีขึ้นไป

1.1.3 วุฒิการศึกษา

1.1.3.1 ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

1.1.3.2 ระดับปริญญาตรี

1.1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 สถานภาพการสมรส

1.1.4.1 โสด

1.1.4.2 สมรส

1.1.4.3 ม้าย/หย่า

1.1.5 อายุงานของตัวแทนประกันชีวิต

1.1.5.1 ตัวแทนฯใหม่ (0 – 6 เดือน)

1.1.5.2 ตัวแทนฯ (7 – 24 เดือน)

1.1.5.3 ตัวแทนฯอาวุโส/ผู้บริหารหน่วย (มากกว่า 24 เดือน)

1.1.6 สถานภาพการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต

1.1.6.1 ตัวแทนพูลไทม์

1.1.6.2 ตัวแทนพาร์ทไทม์

1.2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต

1.3 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต

1.4 ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต

1.4.1 ด้านทัศนคติของตัวแทนประกันชีวิต

1.4.2 ด้านทักษะการขายของตัวแทนประกันชีวิต

1.4.3 ด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต

2. ตัวแปรตาม ตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ความสำเร็จในการขายประกันชีวิตซึ่งพิจารณาได้จาก

2.1.1 ผลงานที่ผ่านมา

2.1.1.1 ผลงานในรอบปีบัญชี พ.ศ. 2544

2.1.1.1.1 จำนวนราย

2.1.1.1.2 เบี้ยนำส่ง

2.1.1.2 ผลงานในปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน

2.1.1.2.1 จำนวนราย

2.1.1.2.2 เบี้ยนำส่ง

2.1.2 จำนวนของรางวัลคุณวุฒิที่ได้รับตั้งแต่ปี 2543-2545

นิยามศัพท์เฉพาะ

การประกันชีวิต หมายถึง การเฉลี่ยความเสียหาย เช่นการตาย การทุพพลภาพ การเจ็บป่วย และ การชราภาพ จากคนหนึ่ง ไปยังหลายคนโดยมีผู้รับประกัน ทำหน้าที่กระจายความเสี่ยง

ตัวแทนประกันชีวิต, ตัวแทนฯ หมายถึง บุคคลที่เป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทประกันชีวิต บริษัทใดบริษัทหนึ่ง ซึ่งมีหน้าที่ แนะนำ ประชาสัมพันธ์ความรู้ด้านการประกันชีวิต และ และเสนอขายแบบการประกันชีวิตต่าง ๆ แก่บุคคลทั่วไป

ลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง หมายถึง บุคคลทั่วไปที่ตัวแทนประกันชีวิตได้เข้าไปทำการ แนะนำ ประชาสัมพันธ์ ความรู้ด้านการประกันชีวิตและเสนอขายแบบการประกันชีวิตต่าง ๆ ทั้งที่ตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อประกันชีวิต

แบบประกันชีวิต หมายถึง รูปแบบต่างๆของการประกันชีวิต ซึ่งเป็นสินค้าของบริษัท เอไอเอ จำกัด ทั้งการประกันชีวิต การสะสมทรัพย์ การออมทรัพย์รายเดือน ฯลฯ

รางวัลคุณวุฒิ หมายถึงรางวัลหรือผลตอบแทนจากการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตที่ทางบริษัทเอไอเอได้กำหนดไว้ เพื่อเป็นรางวัลให้กับความสำเร็จในการขายของตัวแทนประกันชีวิต ทั้งด้วยรางวัลเกียรติยศที่เป็นถ้วยรางวัล เหรียญรางวัล และรางวัลการท่องเที่ยวต่างประเทศ เงินโบนัส

การนับจำนวนรายผู้เอาประกัน หมายถึง จำนวนกรมธรรม์ที่ตัวแทนประกันชีวิตผู้นั้นขายได้และดูแลอยู่ทั้งหมดในปีนั้นๆ

เบี้ยประกันชีวิต หมายถึงมูลค่าเป็นจำนวนเงินที่ผู้เอาประกันจะต้องชำระในแต่ละปี ซึ่งถูกกำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันชีวิตนำส่งกับบริษัทเอไอเอ

กรมธรรม์ประกันชีวิต หมายถึง หนังสือที่เปรียบเสมือนสัญญาระหว่าง ผู้เอาประกัน กับบริษัทประกันชีวิต ข้อความจะระบุถึงเงื่อนไขการจ่ายค่าสินไหม จำนวนเบี้ยประกันที่ต้องชำระ ระยะเวลาการเอาประกัน ฯลฯ ซึ่งบริษัทประกันชีวิตจะเป็นผู้ออกให้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

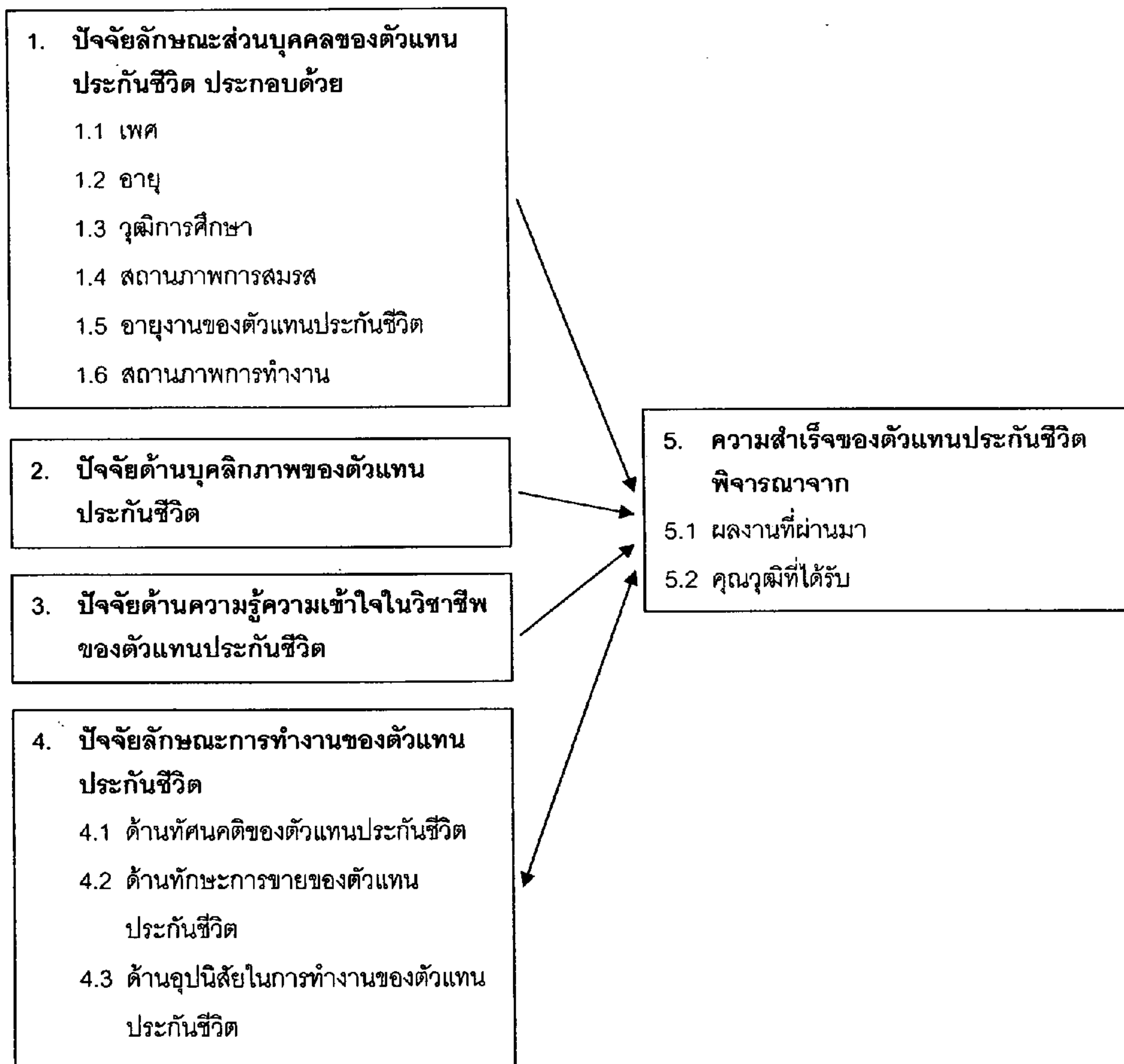
ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : กรณีศึกษา ตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent variables)

ตัวแปรตาม (Dependent variables)

ปัจจัยความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
2. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
3. ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
4. ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 1.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์
- 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
- 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ
- 1.4 ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
- 1.5 กระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย
- 1.6 แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย

2. ความเป็นมา

- 2.1 ความหมายของการประกันชีวิต
- 2.2 ประโยชน์ของการทำประกันชีวิต
- 2.3 บทบาทของคนกลางประกันภัย
- 2.4 บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ)

3. งานวิจัย และผลงานที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

Abraham Maslow (ค.ศ.1908-ค.ศ.1970) เป็นนักวิชาการ ผู้จัดการโรงงาน และนักจิตวิทยาเป็น ผู้เสนอทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ ซึ่งเป็นความคิดที่ว่าบุคคลได้รับการกระตุ้นโดยความต้องการ เพื่อให้ได้รับการตอบสนองตามลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์ เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนอง จะมีความต้องการอื่นเกิดขึ้นในระดับที่สูงขึ้นไป โดยได้กำหนดเป็นทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of needs theory) เป็นทฤษฎีของ Abraham Maslow ที่ว่าบุคคลมีสิ่งกระตุ้นให้ตอบสนองตามความต้องการของมนุษย์ 5 ประการคือ

1.1.1 ความต้องการด้านกายภาพ (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร น้ำ ความอบอุ่น ที่อยู่อาศัย และการนอน การพักผ่อน มาสโลว์ได้กำหนดตำแหน่งซึ่งความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนองไปยังระดับที่มีความจำเป็นเพื่อให้ชีวิตอยู่รอด และความต้องการอื่นจะกระตุ้นบุคคลต่อไป

1.1.2 ความต้องการความปลอดภัย (Security or safety needs) ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระจากอันตรายทางกาย และความกลัวต่อการสูญเสียงาน ทรัพย์สิน อาหาร หรือที่อยู่อาศัย

1.1.3 ความต้องการการยอมรับหรือความผูกพัน (Social ,affiliation or acceptance needs) เนื่องจากบุคคลอยู่ในสังคม จะต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น

1.1.4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการการยอมรับแล้ว จะต้องการการยกย่องจากตัวเองและจากบุคคลอื่นความต้องการนี้เป็นการพึงพอใจในอำนาจ (Power) ความภาคภูมิใจ (Prestige) สถานะ (Status) และความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence)

1.1.5 ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Need for self-actualization) มาสโลว์
 ดำเนินว่าความต้องการในระดับสูงสุดเป็นความปรารถนาที่จะสามารถประสบความสำเร็จในชีวิต เพื่อที่จะมีศักยภาพ และบรรลุความสำเร็จในสิ่งหนึ่งสิ่งใดในระดับสูงสุด

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าการที่ตัวแทนมีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพนั้น มีอิทธิพลของความต้องการเป็นลำดับขั้นของมนุษย์ เริ่มแรก ตัวแทนอาจจะต้องการเพียงรายได้ที่เพิ่มขึ้น ต่อมาก็ต้องการที่จะได้รับคุณวุฒิต่างๆที่บ่งบอกถึงความสำเร็จ เป็นต้น

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมาย

พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายคำว่า "ทัศนคติ" ว่า แนวความคิดเห็นซึ่งเป็นคำสมาส ระหว่างคำว่า ทัศนะ แปลว่า ความเห็น กับคำว่า คติ ซึ่งแปลว่า แบบอย่างหรือ ลักษณะเมื่อรวมกันเข้าจึงแปลว่า ลักษณะของความเห็นซึ่งหมายถึงความรู้สึกส่วนตัวที่เห็นด้วยต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

วินัย รังสินันท์ (2536:549) ให้ความหมายว่า ทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลย่อมเป็นเครื่องแสดงว่าเขามีความรู้ทางด้านที่ดีหรือไม่ดีเกี่ยวกับสิ่งนั้นมากน้อยเพียงใด และเขามีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบสิ่งนั้นเพียงใด ทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดจึงเป็นเครื่องทำนายว่าบุคคลนั้นจะมีการกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทำนองใดด้วย

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2536:1) ให้ความหมายว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำสถานการณ์ และอื่นๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่บ่งถึงสภาพของจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

กู๊ด (Good.1973:48) ให้ความหมายว่า ทัศนคติหมายถึงความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง อาจจะเป็นการยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ต่อสภาพการณ์บางอย่างต่อบุคคลหรือสิ่งของ เช่น ความพึงพอใจ

ประมวล มุ่งมาตร (2537:9) ให้ความหมายว่า ทัศนคติ คือความรู้สึกความคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อม ความรู้สึกหรือความคิดดังกล่าวเป็นไปในทางชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย อันมีแนวโน้มที่จะทำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาและกระทำต่อสิ่งนั้นๆ ทั้งในทางสนับสนุนและต่อต้าน

กมลรัตน์ หล้าสูงษ์ (2527:172) ให้ความหมายว่า ทัศนคติเป็นเจตคติ คือความรู้สึกของบุคคลที่ได้จากการเรียนรู้และประสบการณ์แล้วแสดงสภาวะของร่างกาย และจิตใจในด้านความพร้อมที่จะตอบสนองต่อบุคคลหรือสิ่งต่างๆ ในลักษณะหนึ่งในสองลักษณะ กล่าวคือ แสดงความพร้อมที่จะเข้าไปหาเมื่อเกิดความรู้สึกชอบเรียกว่า เจตคติที่ดีหรือทางบวก หรือ แสดงความพร้อมที่จะหลีกเลี่ยงเมื่อเกิดความรู้สึกไม่ชอบเรียกว่า เจตคติที่ไม่ดีหรือทางลบ

จากความหมายทัศนคติที่กล่าวมาพอสรุปได้ดังนี้ ทัศนคติ หมายถึง แนวความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยแนวความคิดนั้นเป็นผลมาจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์เดิมนำมาเปรียบเทียบกับประเมิณค่ากับสิ่งที่พบแล้วกำหนดผลของการประเมินออกมาซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นมากขึ้น หรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้

ลักษณะของทัศนคติ

นันทนल्ली (ธีระเดช ชิดอรุณ. 2537 : 8 ; อ้างอิงจาก Nunnally. 1959) ได้กล่าวถึงลักษณะของทัศนคติ ดังนี้

1. ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้หรือจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ทัศนคติไม่ใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด
2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิด และการกระทำของบุคคลถ้าบุคคลมีการรับรู้ต่อสิ่งใดแล้ว บุคคลนั้นจะมีท่าทีต่อสิ่งนั้นในลักษณะใดลักษณะหนึ่งในด้านความคิดเห็นและพฤติกรรม
3. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตที่ค่อนข้างจะถาวรเนื่องจากแต่ละบุคคลได้สะสมประสบการณ์ การเรียนรู้ และผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตามทัศนคติอาจเปลี่ยนแปลงได้เนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม และการเรียนรู้

ส.วาสนา ประवालพฤษ (ภิรมย์เจริญผล, 2524 : 11 ; อ้างอิงจาก ส.วาสนา ประवालพฤษ. 2524) ได้สรุปลักษณะสำคัญของทัศนคติดังนี้

1. ทัศนคติเป็นการเตรียมพร้อมในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในทางที่ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งการเตรียมพร้อมนี้เป็นการเตรียมภายในจิตใจมากกว่าภายนอกที่จะสังเกตเห็นได้
2. สภาวะความพร้อมที่จะตอบสนองเป็นลักษณะที่ซับซ้อนของบุคคลที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งนั้นๆ จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับอารมณ์ด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่อธิบายไม่ค่อยได้และบางครั้งไม่มีเหตุผล
3. ทัศนคติไม่ใช่พฤติกรรมแต่เป็นสภาวะของจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและเป็นตัวกำหนดแนวทางในการทำนายหรืออธิบายทัศนคติได้
4. ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ บุคคลจะมีทัศนคติในเรื่องเดียวกันแตกต่างกันได้ด้วยสาเหตุหลายประการ เช่นสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม ระดับ อายุ รายได้ ฯลฯ
5. ทัศนคติมีความคงที่และแน่นอนพอสมควรแต่อาจเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ ถ้าการเรียนรู้และประสบการณ์นั้นเปลี่ยนแปลงได้ทัศนคติก็อาจเปลี่ยนแปลงได้
6. ทัศนคติไม่สามารถวัดได้โดยตรง แต่สามารถสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรมที่แสดงออกมาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำนายหรืออธิบายทัศนคติได้

จากลักษณะทัศนคติที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลได้รับการเรียนรู้มาจากธรรมชาติเป็นปัจจัยสำคัญ ทัศนคติจึงเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ที่บุคคลจะใช้เชื่อมโยงอารมณ์ ความรู้ ปัญญา และพฤติกรรมของตน เพื่อกระทำต่อเป้าหมายหรือสิ่งที่ตนพบ อิทธิพลของการตีความต่างๆ อาจถูกหรือผิดก็ได้เพราะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะตน

หลักการวัดทัศนคติ

ไพศาล หวังพานิช (เกษศิณี สำโรง, 2540 : 15 ; อ้างอิงจาก ไพศาล หวังพานิช. ม.ป.ป.) การวัดทัศนคติมีความยุ่งยากเพราะเป็นการวัดคุณลักษณะภายในของบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึก อย่างไรก็ตาม ทัศนคติของบุคคลสามารถวัดได้โดยอาศัยหลักการสำคัญดังนี้

1. การยอมรับข้อตกลงเบื้องต้น (Basic Assumption) เกี่ยวกับการวัดความหมายถึงความคิดเห็น ความรู้สึกของบุคคลนั้นจะมีลักษณะคงที่อยู่ช่วงเวลาหนึ่งนั่นคือ ไม่เปลี่ยนแปลงทำให้เราสามารถวัดได้
2. การวัดทัศนคติด้วยวิธีใดก็ตามจะมีองค์ประกอบ 3 อย่างคือ ตัวบุคคล สิ่งเร้าและการตอบสนอง ดังนั้นสิ่งเร้าเป็นองค์ประกอบในการวัดทัศนคติให้รู้สึกคล้ายตามหรือคัดค้าน
3. สิ่งเร้าที่นำไปใช้เร้า เพื่อให้บุคคลแสดงทัศนคติต่อสิ่งใดออกมา คือ ข้อความวัดทัศนคติ ซึ่งเป็นสิ่งเร้าทางภาษาที่ใช้อธิบายคุณค่า คุณลักษณะของสิ่งนั้นเพื่อให้บุคคลตอบออกมาเป็นความรู้สึก (Scale) เช่น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด
4. การวัดทัศนคติเพื่อทราบทิศทางความรู้สึกของบุคคลนั้นเป็นการสรุปผลจากการตอบสนองของบุคคลจากรายละเอียดหรือแง่มุมต่างๆ ดังนั้น การวัดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องใดจะต้องพยายามถามถึงคุณค่าของเรื่องนั้นออกมาเพื่อให้ได้ผลเป็นจริงมากที่สุด
5. การวัดทัศนคติต่อคำนึงถึงความเที่ยงตรง ของการวัดผลเป็นพิเศษกล่าวคือ ต้องพยายามให้ผลการวัดตรงกับความเป็นจริงของบุคคลทั้งในแง่ทิศทางและระดับหรือช่วงของทัศนคติ

ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ

ชัยยงค์ ขามรัตน์ (ภิรมย์ เจริญผล, 2538 : 18 ; อ้างอิงจาก ชัยยงค์ ขามรัตน์. 2523) สรุปว่า

1. วัดเพื่อทำนายพฤติกรรม เนื่องด้วยทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลย่อมเป็นเครื่องแสดงว่าเขามีความรู้สึกทางด้านที่ดีหรือไม่เกี่ยวกับสิ่งนั้นมากน้อยเพียงใด และเขามีความรู้สึก ชอบไม่ชอบสิ่งนั้นเพียงใดทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งนั้นจึงเป็นเครื่องทำนายว่าบุคคลนั้น จะมีการกระทำของบุคคลนั้นได้ แม้จะไม่ถูกต้องเสมอไปก็ตาม
2. วัดเพื่อหาทางป้องกันโดยทั่วไปการที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดอย่างนั้นเป็นสิทธิของเขา แต่การอยู่ด้วยกันด้วยความสงบสุขของสังคมย่อมจะเป็นไปได้เมื่อพลเมืองมีทัศนคติต่างๆ คล้ายคลึงกัน ซึ่งจะ เป็นแนวทางให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันและไม่เกิดความแตกแยกในสังคม
3. วัดเพื่อหาทางแก้ไขทัศนคติของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจแตกต่างกันแต่ในบางเรื่องจำเป็น ต้องได้รับความเห็นและทัศนคติที่สอดคล้องกัน เพื่อป้องกันปัญหาข้อขัดแย้งในเรื่องต่างๆที่จะเกิดขึ้น
4. วัดเพื่อเข้าใจสาเหตุและผลทัศนคติเปรียบเทียบสาเหตุภายในที่ผลักดันให้บุคคลกระทำการต่างๆ และสาเหตุภายใน หรือทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลนี้ อาจได้รับผลกระทบมาจากเหตุภายนอกอีกส่วนหนึ่ง ฉะนั้นการเข้าใจอิทธิพลของสาเหตุภายนอกที่มีต่อการกระทำของบุคคลต่างๆให้ชัดเจน บางกรณีอาจ จำเป็นต้องวัดทัศนคติของบุคคลต่างๆ ให้ชัดเจน บางกรณีอาจจำเป็นต้องวัดทัศนคติของบุคคลต่างๆ ต่อ สาเหตุภายนอกนั้นด้วย

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

ความหมายของความรู้ความเข้าใจ

ความหมายของความรู้

ชวาล แพรัตนกุล (2516 : 11) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า หมายถึง ข้อเท็จจริงและรายละเอียดของเรื่องราวและการกระทำใดๆ ที่บุคคลได้สะสมและถ่ายทอดกันต่อๆมาตั้งแต่ในอดีต และบุคคลสามารถรับทราบสิ่งเหล่านี้ได้

รัตติกรณ์ จงวิศาล (2535 : 49) ให้คำจำกัดความของความรู้ว่า หมายถึง กฎเกณฑ์ ข้อเท็จจริงและข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับและสะสมไว้ในรูปของการจำ

จำนง พรายแยมแซ (2531 : 44) กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง ความสามารถในการทรงรักษาไว้ซึ่งเรื่องราวทั้งปวงของประสบการณ์ที่ผ่านมา รวมถึงที่สัมพันธ์กันกับประสบการณ์นั้นๆ ด้วย

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520 : 10) กล่าวถึงความรู้ว่า เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการฝึกฝนหรือโดยการมองเห็น ความรู้ขั้นนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ทฤษฎี ข้อเท็จจริง กฎโครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2539 : 185-189) ความรู้หมายถึง ข่าวสารที่เก็บไว้ในความทรงจำ ส่วนหนึ่งของข่าวสารทั้งหมดเกี่ยวข้องกับหน้าที่ของผู้บริโภคในตลาดเรียกว่า ความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภค (Consumer Knowledge) ซึ่งอาจจะศึกษาได้โดยการตอบคำถามดังนี้ คือ ผู้บริโภครู้อะไร ความรู้จัดระเบียบอยู่ในความทรงจำในรูปใด และจะวัดความรู้ได้อย่างไร

เนื้อหาของความรู้

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2539 : 185-189) ได้ให้ความหมายไว้คือ คำตอบของคำถามข้างบนนี้เกี่ยวกับผู้บริโภครู้อะไรนั้น ขึ้นอยู่กับความเข้าใจในสิ่งที่บรรจุอยู่ในความทรงจำ นักจิตวิทยาได้จำแนกไว้ว่า มีความรู้ อยู่ 2 ประเภท ดังนี้

- Declarative Knowledge เป็นข้อเท็จจริง (Subjective Fact อันเกิดมาจากการนึกเอาเอง) ที่เรารู้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ Episodic Knowledge ซึ่งเกี่ยวข้องกับข่าวสารที่ผูกพันกับระยะเวลา กับ Semantic Knowledge บรรจุความรู้ที่สรุปรวมยอดเอาไว้ (Generalized Knowledge)

- Procedural Knowledge หมายถึง ความเข้าใจถึงการนำเอาข้อเท็จจริงเหล่านี้ไปใช้ ข้อเท็จจริงเหล่านี้เกิดจากที่ผู้บริโภคนึกเอาเอง เพราะมันไม่จำเป็นต้องผูกพันกับสิ่งที่เป็นจริงที่เราเห็นได้ (Objective Reality) เช่นผู้บริโภคอาจเชื่อว่า ราคาเป็นเครื่องชี้คุณภาพ แม้แต่เมื่อจริงๆ แล้วมันไม่เกี่ยวข้องกันเลย

ความรู้เกี่ยวกับสินค้า (Product Knowledge)

ความรู้เกี่ยวกับสินค้านั้นรวมข่าวสารไว้หลายชนิด คือ

- ความรู้เกี่ยวกับจำพวกสินค้ารวมทั้งตราต่างๆ ในจำพวกสินค้าด้วย
- ศัพท์เกี่ยวกับสินค้า เช่น นมหนูในคาปูเรเตอร์ของรถยนต์
- ลักษณะต่างๆ ของสินค้า
- ความเชื่อเกี่ยวกับจำนวนสินค้าโดยทั่วไป และเกี่ยวกับตราใดตราหนึ่ง

ความรู้เกี่ยวกับการซื้อ (Purchase Knowledge)

ความรู้ในการซื้อเกี่ยวกับการตัดสินใจว่า จะซื้อสินค้า ที่ไหน และเมื่อใดจึงจะซื้อ

1. จะซื้อที่ไหน (Where to buy) สินค้าหลายชนิดหาซื้อได้ในช่องทางจำหน่ายที่แตกต่างกัน การตัดสินใจว่าจะซื้อที่ไหนถูกกำหนดโดยความรู้เป็นการซื้อ การที่คนมาร้านค้าน้อย อาจเนื่องมาจากความไม่รู้ตัวเกี่ยวกับร้านค้าของผู้บริโภค หรือไม่ก็ด้อยกว่าร้านของกลุ่มแข่งขัน ความรู้ในการซื้อ รวมไปถึงข่าวสารที่ผู้บริโภคมีเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของสินค้า ในร้านค้าปลีก และยังเลยไปถึงความรู้ว่าร้านไหนขายอะไรอีกด้วย ความรู้เกี่ยวกับทำเลที่ตั้งสินค้าอาจกระทบพฤติกรรมการซื้อทำให้ผู้บริโภคหันไปอุปถัมภ์ร้านค้าอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อร้านค้าขาดข่าวสารภายในสินค้า

2. ซื้อเมื่อใด (When to buy) ความเชื่อของผู้บริโภคเกี่ยวกับเมื่อใดจะซื้อเป็นองค์ประกอบหนึ่งของ ความรู้ในการซื้อ ผู้บริโภคที่รู้ว่าสินค้าจะขายลดราคาตอนไหนของปี ก็จะเลื่อนเวลาซื้อออกไปจนกว่าจะถึงเวลานั้น ความรู้เกี่ยวกับเมื่อใดจะซื้ออาจเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรมการซื้อสินค้าใหม่ คนจะไม่ซื้อสินค้าใหม่ทันทีโดยเกรงว่าราคาจะลดลงในภายหลัง

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ (Usage Knowledge)

เป็นส่วนหนึ่งของความรู้ของผู้บริโภค ความรู้นี้ครอบคลุมถึงข่าวสารที่มีอยู่ในความทรงจำเกี่ยวกับจะใช้สินค้าอย่างไร และต้องมีอะไรบ้างถ้าจะใช้สินค้า ผู้บริโภคอาจรู้ว่า จะใช้เครื่องตัดหญ้าอย่างไร แต่ก็ขาดความรู้ที่จะนำเครื่องตัดหญ้าไปตัดหญ้า

การมีความรู้ในการใช้สินค้าของผู้บริโภคเป็นเรื่องสำคัญด้วยเหตุผลดังนี้

1. ผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้าที่เขาขาดข่าวสารเกี่ยวกับจะใช้มันอย่างไร จึงต้องให้ความรู้แก่ผู้บริโภคถ้ากรณีนี้เกิดขึ้น

2. ผู้บริโภคจะไม่ซื้อสินค้าถ้าเขามีข่าวสารไม่สมบูรณ์เกี่ยวกับสถานการณ์ที่จะใช้สินค้า การใช้สินค้าผิดสถานการณ์หรือผิดวิธีทาง อาจทำให้ผู้บริโภครู้สึกไม่พอใจ นอกจากนั้นการใช้สินค้าผิดวิธี หรือสถานการณ์ อาจทำให้ผู้บริโภคบาดเจ็บก็ได้

ประเภทของความรู้

ปัญญา เปรมปรีดี (2540 : 81-82) ได้อ้างจากบทความวารสารของบริษัท Ecoz-Alen of Hamilton (ฉบับ Second Quarter 1996) ชื่อ The Right Path to Knowledge Management ว่าความรู้ (Knowledge) แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. Craft ความรู้ชนิดนี้จะเกิดขึ้นในตัวคนที่ทำงานมานาน และเป็นงานที่บุคคลนั้นสร้างสรรค์ขึ้นมาเอง เป็นความรู้ที่มีการปรับเปลี่ยนไปได้ตลอดเวลา จึงเหมาะกับภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอๆ เป็นความรู้ที่ถ่ายทอดกันได้ยาก มักจะใช้เวลายาวนานในการเรียนรู้ นอกจากนั้นยังยากต่อการที่จะถ่ายทอดได้อย่างตรงกับที่ครูต้องการ เช่น ความรู้ในงานการผลิตศิลปหัตถกรรม

2. Practical ความรู้ชนิดนี้จะเกิดขึ้นจากการทำงานตามสั่งแบบซ้ำๆ แต่ละคนจะคิดและปรับตัวให้เข้ากับระบบที่เขาออกแบบไว้ให้ เช่น ในการทำงานผลิตทางอุตสาหกรรม ผู้ปฏิบัติจะค่อยๆ พัฒนาตัวเองให้เข้ากับสายพานการผลิต เมื่อพวกเขาคุ้นเคยกับงานแล้วจะสามารถหยิบจับเครื่องมือต่างๆ ได้โดยไม่ต้องใช้ตามอง ความรู้เหล่านี้เกิดขึ้นกับคนรุ่นหนึ่งแล้วสามารถถ่ายทอดไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งได้ง่าย ประโยชน์ของความรู้เหล่านี้เห็นได้เด่นชัด และสามารถสอนกันได้โดยไม่ต้องใช้แรงงาน

3. Architectural ความรู้ชนิดนี้จะเกิดจากการได้คิด และปรับปรุงกระบวนการผลิตต่างๆ วิธีการที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของระบบงานจะค่อยๆ เปิดเผยตัวเองขึ้นมา และกลายเป็นความรู้ที่อยู่ในตัวคนเหล่านั้น คนพวกนี้สามารถกลับมานั่งโต๊ะแล้วออกแบบกระบวนการผลิตใหม่ๆ ได้มากมาย และสามารถประมาณความสามารถของกระบวนการผลิตเหล่านั้นได้อย่างแม่นยำ ความรู้ประเภทนี้เป็นส่วนผสมระหว่างความรู้ 2 แบบแรก และเป็นสุดยอดของความรู้ ทั้งนี้เพราะสามารถช่วยพัฒนาวิธีการผลิตได้ในระดับสูง ลดค่าใช้จ่าย เพิ่มความเร็วในการทำงาน คนที่มีความรู้ประเภทนี้หายาก คนที่จะสร้างความรู้ประเภทนี้จะต้องมี

ความสามารถสูง เป็นคนฉลาดและช่างสังเกต การสร้างคนประเภทนี้จึงค่อนข้างยาก แต่เมื่อเกิดความรู้ความเข้าใจประเภทนี้แล้วจะสามารถถ่ายทอดให้แก่คนอื่น (ที่มีความฉลาดในระดับเดียวกัน) ได้ง่าย ความรู้ประเภทนี้จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุด ที่สามารถพัฒนาสังคมได้ การก่อตัวของความรู้ทางด้านนี้จะสามารถทำได้แทบจะนับไม่ถ้วน แต่ต้องใช้เวลาและโอกาส

บลูม และคณะ (Bloom and others. 1956 : 359) ได้แบ่งพฤติกรรมด้านความรู้หรือความสามารถทางด้านสติปัญญาออกเป็น 6 ระดับ โดยเรียงลำดับจากความสามารถขั้นต่ำไปสูง ดังนี้

1. ความรู้-ความจำ (Knowledge or Recall) ได้แก่ พฤติกรรมความรู้ที่แสดงถึงการจำได้หรือระลึกได้ เป็นความรู้ในเรื่องเฉพาะๆ เช่น ความรู้คำศัพท์เฉพาะ ความรู้ในข้อเท็จจริงบางอย่าง เป็นความรู้ในเรื่องวิธีการจัดกระทำเฉพาะเรื่อง และเป็นความรู้ในเรื่องที่เป็นสากลและนามธรรมในสาขาต่างๆ เช่น ความรู้ในเรื่องกฎ ทฤษฎี โครงสร้าง

2. ความเข้าใจ (Comprehension or Understanding) ได้แก่ พฤติกรรมความรู้ที่แสดงว่าสามารถอธิบายได้ ขยายความด้วยคำพูดของตนเองได้ มุ่งให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมหรือการตอบสนอง 3 แบบ คือ

2.1 การแปล

2.2 การตีความหมาย

2.3 การขยายความสรุปความ

3. การนำไปใช้ (Application) ได้แก่ พฤติกรรมความรู้ที่แสดงว่าสามารถนำความรู้ที่มีอยู่ไปใช้ในสถานการณ์ใหม่ๆ และแตกต่างจากสถานการณ์เดิมได้

4. การวิเคราะห์ (Analysis) ได้แก่ พฤติกรรมความรู้ที่สามารถแยกสิ่งต่างๆ ออกเป็นส่วนย่อยๆ ได้อย่างมีความหมาย และเห็นความสัมพันธ์ของส่วนย่อยๆ เหล่านั้นด้วยหรืออาจกล่าวได้ว่า การวิเคราะห์มี 3 ความหมาย คือ

4.1 การวิเคราะห์ให้ได้หน่วยย่อย

4.2 การวิเคราะห์เนื้อหาความสัมพันธ์

4.3 การวิเคราะห์เนื้อหาหลัก

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) ได้แก่ พฤติกรรมความรู้ที่แสดงถึงความสามารถในการรวบรวมความรู้และข้อมูลต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างมีระบบ เพื่อให้ได้แนวทางที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาได้ การสังเคราะห์มี 3 ประเภท คือ

5.1 สังเคราะห์ให้ได้ผลเฉพาะเรื่อง

5.2 สังเคราะห์ให้ได้แผนงานหรือแผนปฏิบัติการ

5.3 สังเคราะห์ให้ได้ระดับนามธรรมที่สูงขึ้น

6. การประเมินค่า (Evaluation) ได้แก่ พฤติกรรมที่แสดงถึงความสามารถในการตัดสินคุณค่าของสิ่งของหรือทางเลือกได้อย่างถูกต้อง จำแนกได้ 2 ประเภท คือ

6.1 การประเมินที่อิงเกณฑ์ภายใน

6.2 การประเมินที่อิงเกณฑ์ภายนอก

ความหมายของความเข้าใจ

สำหรับความหมายของคำว่า ความเข้าใจ นั้น ได้มีนักวิชาการ และผู้ศึกษาวิจัยได้ให้ความหมายดังนี้

บลูม และคณะ (Bloom and others. 1971 : 271) กล่าวว่า ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการที่คนขยายความรู้ความจำให้ไกลออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล แยกเป็น 3 ชั้นที่สำคัญคือ การแปลความหมายของคำ และข้อความสัญลักษณ์ในแง่มุมมองใหม่ตามเนื้อเรื่องและหลักวิชาการนั้นๆ การตีความโดยเอาความหมายจากการแปลทั้งหมดมารวมกันแล้วสรุปหรือขยายความนั้นตามแนวใหม่ ทักษะใหม่ มุมมองใหม่ เพื่อให้กว้างไกลออกไปจากข้อเท็จจริง โดยจะต้องให้ข้อมูลหรือแนวโน้มอย่างเพียงพอ

ไพศาล หวังพานิช (2526 : 105) ได้ให้ความหมายว่า ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการนำความรู้ ความเข้าใจ ไปดัดแปลงปรับปรุง เพื่อให้สามารถจับใจความ อธิบาย หรือเปรียบเทียบ ย่นย่อเรื่องราวความคิดเห็นข้อเท็จจริงต่างๆ ทั้งยังสามารถอธิบาย และเปรียบเทียบสิ่งที่มีลักษณะและสภาพคล้ายคลึงเป็นทำนองเดียวกับของเดิมได้ บุคคลที่มีความเข้าใจในสิ่งใดจะสามารถแปลความหมาย หรือตีความ หรือขยายความเกี่ยวกับสิ่งนั้นได้

จากความหมายต่างๆ ของความเข้าใจ สรุปได้ว่า ความเข้าใจ หมายถึง ความเข้าใจในเนื้อหา ความสามารถในการนำความรู้ มาใช้ให้เกิดประโยชน์เหมาะสมกับสถานการณ์ของตนเอง

การวัดความรู้ความเข้าใจ

ซวาล แพร์ตกุล (2516 : 206) การที่จะกล่าวว่าผู้หนึ่งผู้ใดเป็นผู้ที่จะนับว่าเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องใด ๆ นั้น จะต้องมียุติกรรมทางจิตวิทยา 2 ประการ คือ จำเรื่องราวนั้นได้กับระลึกเรื่องราวนั้นออกมา ความจำ (Memory) เป็นฝ่ายรับเก็บไว้ในตัว ความระลึก (Recall) เป็นฝ่ายจำยอกจากตัว การที่ใครกล่าวว่า “รู้แต่พูด ไม่ถูก” หรือ “รู้แต่นึกไม่ออก” นั้น แท้จริงก็คือผู้ที่ยังไม่มีความรู้ในเรื่องนั้น เพราะเรายังไม่มีวิธีตรวจสอบว่าสมองของผู้นั้นได้บันทึกเรื่องนี้ไว้จริง ๆ หรือเปล่า เราต้องอาศัยพฤติกรรมที่ผู้นั้นแสดงออกมาเป็นเครื่องชี้วัดว่าผู้นั้นเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องนั้นจริงหรือไม่ ฉะนั้นการวัดความรู้สักก็คือ การวัดสมรรถภาพสมองด้านการระลึกออกของความจำนั่นเอง

รัตติกรณ์ จงวิศาล (2535 : 51) การวัดความรู้ ความสามารถในการระลึก (Recall) เรื่องราว ข้อเท็จจริงหรือประสบการณ์ต่างๆ หรือเป็นการวัดการระลึกประสบการณ์เดิมที่บุคคลได้รับจากคำสอน การบอกกล่าว การฝึกฝนของผู้สอน รวมทั้งตำราจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ด้วยคำถามวัดความรู้แบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

1. ถ้ามความรู้นั้นในเรื่อง เป็นคำถามรายละเอียดของเนื้อหา ข้อเท็จจริงต่างๆของเรื่องราวทั้งหลาย ประกอบด้วยคำถามประเภทต่างๆ เช่น คัพท์และนิยาม กฎและความจริงหรือรายละเอียดเนื้อหาต่างๆ

2. ความรู้ในวิธีการ เป็นการถามวิธีปฏิบัติต่างๆ แบบแผน ประเพณี ขั้นตอนการปฏิบัติทั้งหลาย เช่น ถ้ามระเบียบแบบแผน ลำดับขั้นและแนวโน้ม การจัดประเภทและหลักเกณฑ์ต่างๆ

3. ถ้ามความรู้นั้นรวบยอด เป็นการถามความสามารถในการจดจำข้อสรุปหรือหลักการของเรื่องที่เกิดจากการผสมผสานหาหลักเกณฑ์ เพื่อรวบรวมและย่นย่อลงมาเป็นหลักหรือหัวใจของเนื้อหาเหล่านั้นๆ

รวีวรรณ ชินะตระกูล (2533 : 38-41) ในการสร้างแบบทดสอบเพื่อเป็นเครื่องมือวัดพฤติกรรมด้านความรู้ ความจำ ที่เป็นที่ยึดจับ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. แบบอัตนัย เป็นแบบทดสอบที่ผู้สอบต้องเขียนตอบ เป็นการยากที่จะควบคุมการตอบของผู้สอบได้ แบบทดสอบชนิดนี้ยังแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

- 1.1 แบบทดสอบที่ไม่จำกัดคำตอบ (Essay – extended response) หมายถึง แบบทดสอบที่ผู้ตอบมีสิทธิในการตอบอย่างเสรี

1.2 แบบทดสอบที่จำกัดคำตอบ (Essay – restricted response) หมายถึง แบบทดสอบที่ผู้ตอบมีสิทธิในการตอบจำกัด

1.3 แบบทดสอบแบบตอบสั้นๆ (Short - answer) หมายถึงแบบทดสอบที่ต้องการคำตอบที่เป็นวลีเท่านั้น

1.4 แบบทดสอบแบบให้เติมคำให้สมบูรณ์ หมายถึง 3 แบบทดสอบที่ต้องการให้เติมคำตอบ

2. แบบปรนัย เป็นแบบทดสอบที่มีรูปแบบ (Structure) มากที่สุด สามารถใช้วัดผลได้ แบบทดสอบแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

2.1 แบบถูกผิด (True - False) คำถามชนิดนี้ถามถึงความจริง หลักการ กฎต่างๆ และการตีความ

2.2 แบบทดสอบแบบจับคู่ (Matching) ลักษณะของข้อสอบจะมี 2 คอลัมน์ คอลัมน์หนึ่งเป็นชุดของคำถาม อีกคอลัมน์หนึ่งเป็นชุดของคำตอบ ซึ่งผู้ตอบจะเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพื่อให้สอดคล้องกับคำถาม

2.3 แบบทดสอบแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) ข้อสอบแบบนี้จะประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นส่วนของโจทย์ (Stem) อีกส่วนหนึ่งเป็นตัวเลือก (Alternative) มีตั้งแต่ 3-5 ตัวเลือก แบบทดสอบประเภทนี้จะวัดความสามารถของสมองได้ตั้งแต่ต่ำจนถึงขั้นสูงๆ โดยคำตอบในตัวเลือกนั้นจะมีข้อถูกอยู่เพียงข้อเดียว ส่วนข้ออื่นๆเป็นตัวลวง (Distracters) เป็นแบบทดสอบที่นิยมใช้กันมาก เพราะมีข้อดีที่ว่าการให้คะแนนไม่ว่าใครตรวจ การให้คะแนนจะเท่ากันเสมอ

จำนง พรายแถมแข (2531 : 24-29) แบบทดสอบที่ดีต้องมีทั้งความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นสูง สามารถที่จะจำแนกบุคคลที่มีความรู้กับบุคคลที่ไม่มีความรู้ (คนเก่ง – คนไม่เก่ง) ออกจากกันได้จริง ไม่ว่าแบบทดสอบนั้นจะเป็นแบบอัตนัยหรือปรนัย

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การวัดความรู้และความเข้าใจเป็นการวัดระดับความสามารถในการจดจำ พิจารณาข้อเท็จจริงของข้อมูลที่ได้รับ และการผสมผสานกันกับประสบการณ์เดิมของตนเอง และสามารถวัดได้จากแบบทดสอบ

1.4 ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key Success Factors , KSF_s) เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องศึกษาปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญจากคู่แข่ง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2542 : 69) แบ่งออกเป็น

1. ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี (Technology-related KSF_s)

- ความเชี่ยวชาญในการวิจัยทางวิทยาศาสตร์
- ความสามารถในการรวมกระบวนการผลิต
- ความสามารถในการผลิตภัณฑ์
- ความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยี

2. ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Manufacturing-related KSFs)
 - ประสิทธิภาพการผลิตที่ใช้ต้นทุนต่ำ (ความประหยัดจากขนาดของการผลิตและผลจากประสบการณ์)
 - คุณภาพในการผลิตสูง การสูญเสียต่ำ การซ่อมแซมต่ำ
 - แรงงานที่มีทักษะสูง
 - การใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์คงที่ระดับสูง
 - ที่ตั้งโรงงานที่ต้นทุนต่ำ
 - ผลผลิตจากแรงงานอยู่ในระดับสูง
 - การออกแบบผลิตภัณฑ์และการวิศวกรรมซึ่งใช้ต้นทุนต่ำ
3. ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่าย (Distribution-related KSFs)
 - เครือข่ายผู้จัดจำหน่าย/การค้าปลีกที่แข็งแกร่ง
 - ได้พื้นที่ในชั้นวางที่มีทำเลดี
 - มีเครือข่ายค้าปลีกที่บริษัทเป็นเจ้าของ
 - ต้นทุนการจัดจำหน่ายต่ำ
 - ขนส่งได้รวดเร็ว
4. ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับการตลาด (Marketing-related KSFs)
 - หน่วยงานขายที่มีการฝึกอบรมเป็นอย่างดีและมีประสิทธิผล
 - การให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคและบริการที่ไว้วางใจได้
 - การตอบสนองคำสั่งซื้อของลูกค้าที่ถูกต้อง รวดเร็ว และประทับใจ
 - มีความลึกของสายผลิตภัณฑ์ซึ่งทำให้ลูกค้าเลือกซื้อได้มาก
 - ทักษะการจัดหาผลิตภัณฑ์/คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดี
 - รูปแบบผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดใจผู้บริโภค
 - การรับประกันคุณภาพสินค้า/การรับประกันให้เงินคืน
5. ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับทักษะ (Skills-related KSFs)
 - ความสามารถและความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ
 - การควบคุมคุณภาพและเทคโนโลยี
 - ความเชี่ยวชาญในการออกแบบ
 - ความชำนาญในเทคโนโลยีเฉพาะอย่าง
 - การโฆษณาที่สามารถดึงดูดความสนใจได้
 - ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว
6. ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับสมรรถภาพขององค์กร (Organization capability-related KSFs)
 - ระบบเทคโนโลยีข้อมูลที่เหนือกว่าคู่แข่ง
 - ความสามารถที่จะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพตลาดได้อย่างรวดเร็ว
 - มีประสบการณ์และมีความรู้ในเทคโนโลยีการจัดการ

7. ปัจจัยความสำเร็จอื่น (Other types of KSFs)

- มีภาพลักษณ์และมีชื่อเสียงที่ดีในสายตาผู้ซื้อ
- มีต้นทุนการผลิตและต้นทุนอื่นๆต่ำ
- มีทำเลที่ตั้งที่สะดวกสำหรับผู้ซื้อ
- มีพนักงานที่มีความสามารถ
- มีฐานะทางการเงินดีและบรรลุผลการทำงานที่ดี

1.5 กระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

กระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการขายโดยใช้พนักงานขาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 511-513) แบ่งออกเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.5.1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า (Prospecting and Qualifying) เป็นการพิจารณาและกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าโดยใช้หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด ส่วนวิธีการแสวงหาลูกค้าใช้วิธีการต่างๆดังนี้คือ การบอกต่อ การใช้ศูนย์อิทธิพล การเสาะหาลูกค้า การสังเกตส่วนบุคคล การใช้โทรศัพท์ การใช้จดหมาย การจตรายชื่อลูกค้า การจัดงานสังสรรค์ ฯลฯ

1.5.2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า (Preapproach) เป็นการหาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ผู้คาดหวังให้มากที่สุด และมีการวางแผนที่ดีที่สุดในการเข้าพบ โดยมีการเตรียมการด้านต่างๆดังนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่จะพบ เตรียมวิธีการเข้าพบและวิธีการเสนอขาย เตรียมสินค้าและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเสนอขาย ฯลฯ

1.5.3 การเข้าพบลูกค้า (Approach) เป็นวิธีการที่จะให้พุดกับลูกค้าโดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดในช่วงแรก วิธีการต่างๆที่ใช้ได้แก่ การเข้าพบด้วยการแนะนำตนเอง การเข้าพบด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ให้กับลูกค้า ฯลฯ

1.5.4 การเสนอขาย (Presentation) และการสาธิต (Demonstration) เป็นการอธิบายคุณสมบัติและวิธีการทำงานของผลิตภัณฑ์ เพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของบริษัทกับสถานการณ์ของผู้ซื้อโดยมีจุดมุ่งหมาย คือ สร้างให้เกิดความพอใจในบริษัท และผลิตภัณฑ์ของบริษัท พนักงานขายจะต้องสร้างให้เกิดกระบวนการ AIDA คือ ความตั้งใจ (Attention) ความสนใจ (Interest) ความต้องการ (Desire) และการตัดสินใจซื้อ (Action) พนักงานขายใช้หลัก 4C คือ ความชัดเจน (Clearness) ความสมบูรณ์ (Completeness) การทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น (Confidence) สามารถจัดการแข่งขัน (Competition)

1.5.5 การขจัดข้อโต้แย้ง (Handling Objections หรือ Overcoming Objections) เป็นการตอบข้อสงสัยหรือการไม่เห็นด้วยของลูกค้า การขจัดข้อโต้แย้งเหล่านี้พนักงานขายต้องใช้เทคนิค เพื่อให้เข้าถึงผู้ซื้อในด้านบวก เช่น พยายามให้ผู้ซื้อเข้าใจชัดเจนและชี้แจงข้อโต้แย้งต่างๆของผู้ซื้อ และพยายามเปลี่ยนแปลงข้อคัดค้านให้เกิดเป็นความเห็นด้วย ซึ่งพนักงานขายต้องได้รับการฝึกฝนอย่างชำนาญในการเจรจาซื้อขาย

1.5.6 การปิดการขาย (Sales Closing) ในขั้นนี้พนักงานขายต้องพยายามปิดการขาย พนักงานขายบางคนไม่สามารถปฏิบัติการในขั้นนี้ได้ เพราะขาดความเชื่อมั่นในตนเอง หรือขาดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริษัท หรือเกิดความอัยต่อการถามให้ซื้อหรือขาดความระมัดระวังในการหาช่วงเวลาที่เหมาะสมในการปิดการขาย พนักงานขายต้องฝึกวิธีการปิดการขาย ซึ่งเทคนิคในการปิดการขายต่างๆได้แก่ วิธีการถามลูกค้าโดยตรงว่าจะซื้อสินค้าหรือไม่, วิธีปิดการขายโดยย้ำถึงความสำคัญในการซื้อ, วิธีปิดการขายโดยการรบกวนให้พนักงานขายเขียนใบสั่งซื้อ, วิธีปิดการขายโดยการถามผู้ซื้อว่าต้องการซื้อสินค้า ก หรือ ข, วิธีการปิดการขายโดยทำให้ผู้ซื้อตกใจโดยบอกว่าสินค้าใกล้จะหมด, วิธีปิดการขายโดยการ

ขึ้นราคาถ้าไม่ซื้อในทันที, หรืออาจใช้วิธีการชักจูง เป็นการปิดการขาย เช่น การให้ของขวัญ การคิดราคาพิเศษให้ การให้สินค้าในปริมาณที่มากเป็นพิเศษ เป็นต้น

1.5.7 การติดตามผลและรักษาลูกค้า (Follow-up and Maintenance) เป็นบริการภายหลังการขาย เป็นสิ่งจำเป็นถ้าพนักงานขายต้องการให้ลูกค้าพอใจและเกิดการซื้อซ้ำ หลังจากขั้นตอนปิดการขาย พนักงานขายต้องพยายามให้รายละเอียดที่จำเป็นครบถ้วนและให้บริการด้านต่างๆ เช่น การติดตั้ง การซ่อมแซม การให้คำแนะนำทางด้านเทคนิคการใช้ การเยี่ยมเยียนลูกค้าเป็นครั้งคราว ช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในบริการที่ให้และใช้บริการต่อไป

1.6 แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย

บุคลิกภาพ (สุปัญญา ไชยชาญ. 2544 : 88) หมายถึงลักษณะเฉพาะที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งแตกต่างไปจากบุคคลอื่น ลักษณะเฉพาะที่ว่าเป็นเกิดจากตัวแปรหลายอย่าง แต่ที่นิยมนำมาใช้กำหนดคุณสมบัติของพนักงานขายมีอยู่สามประเภทใหญ่ๆคือ บุคลิกลักษณะ ทักษะทางการตลาด และทักษะอื่นๆ ตารางตัวแปรที่นิยมนำมากำหนดคุณสมบัติพนักงานขายด้านล่างเป็นผลจากการสำรวจนักบริหารการขาย (ในสหรัฐอเมริกา) จำนวน 100 คน เพื่อหาว่ามีตัวแปรใดบ้างที่นักบริหารการขายนำมาเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานขายใหม่จากสถานศึกษาต่างๆ

ตารางแสดงตัวแปรที่นิยมนำมากำหนดคุณสมบัติพนักงานขาย แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรถึง 6 ใน 10 ตัวแรกที่นักบริหารการขายนำมาเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานขายเป็นตัวแปรประเภทบุคลิกลักษณะ นั้นย่อมมีความหมายว่าพนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จต้องมีบุคลิกภาพที่ดี

ตารางแสดงตัวแปรที่นิยมนำมากำหนดคุณสมบัติพนักงานขาย

ลำดับที่	ตัวแปร	ประเภทของตัวแปร
1	ความเป็นผู้ใหญ่	บุคลิกลักษณะ
2	ทักษะการขายโดยบุคคลหรือบริหารการขาย	ทักษะทางการตลาด
3	รูปร่าง ท่าทาง	บุคลิกลักษณะ
4	การให้ความร่วมมือ	บุคลิกลักษณะ
5	การสื่อความหมายและการพูดต่อหน้าที่ประชุม	ทักษะอื่นๆ
6	อัจฉริย	บุคลิกลักษณะ
7	การตรงต่อเวลา	บุคลิกลักษณะ
8	กิริยาอาการ	บุคลิกลักษณะ
9	ทักษะทั่วไปทางการตลาด	ทักษะทางการตลาด
10	ทักษะการเขียน	ทักษะอื่นๆ

2. ความเป็นมา

ความหมายของการประกันชีวิต

เป็นวิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการตาย การสูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดต้องประสบกับภัยเหล่านั้นก็ได้รับเงินส่วนเฉลี่ยช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว โดยบริษัทประกันชีวิตจะทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการนำเงินก้อนดังกล่าวไปจ่ายให้แก่ผู้ได้รับภัย

ประเภทของการประกันชีวิต

แยกออกได้เป็น 3 ประเภท

1. ประเภทสามัญ เป็นการประกันชีวิตที่มีจำนวนเงินเอาประกันภัยค่อนข้างสูง ตั้งแต่ 50,000 บาท ขึ้นไป เหมาะสำหรับผู้มีรายได้ปานกลางขึ้นไป ในการพิจารณารับประกันชีวิตอาจจะมีการตรวจ สุขภาพ หรือ ไม่ ตรวจสุขภาพก็ได้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของบริษัท และมีชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายปี, ราย 6 เดือน, ราย 3 เดือน หรือรายเดือน
2. ประเภทอุตสาหกรรม เป็นการประกันชีวิตที่มีจำนวนเงินเอาประกันภัยต่ำ โดยทั่วไปตั้งแต่ 10,000 ถึง 300,000 บาท เหมาะสำหรับผู้มีรายได้ปานกลางถึงรายได้ต่ำ การชำระเบี้ยประกันภัยจะชำระเป็นรายเดือน และไม่มีการตรวจสุขภาพ ฉะนั้นจึงมีระยะเวลาออกเบี้ย คือ ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต ด้วยโรคร้ายไข้เจ็บตาม ธรรมชาติ บริษัทจะไม่จ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้ แต่จะคืนเบี้ยประกันภัยที่ผู้เอาประกันภัยได้ชำระมา แล้วทั้งหมด
3. ประเภทกลุ่ม เป็นการประกันชีวิตที่กรมธรรม์หนึ่งจะมีผู้เอาประกันชีวิตร่วมกันตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ส่วนมาก จะเป็นกลุ่มของพนักงานบริษัท ในการพิจารณารับประกันอาจจะมีการตรวจสุขภาพหรือไม่ตรวจก็ได้ ขึ้นอยู่กับ ดุลยพินิจของบริษัท การประกันชีวิตกลุ่มนี้อัตราเบี้ยประกันชีวิตจะต่ำกว่าประเภทสามัญและประเภท อุตสาหกรรม

แบบของการประกันชีวิต

การประกันชีวิตมีมากมายหลายแบบ แต่ละแบบจะมีลักษณะความคุ้มครองและผลประโยชน์ แตกต่างกันไป แบบการประกันชีวิตพื้นฐานมีอยู่ 4 แบบ คือ

1. แบบตลอดชีพ

เป็นการประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองตลอดชีพ ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตเมื่อใดในขณะที่กรม ธรรม์มีผล บังคับ บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประ โยชน์ วัตถุประสงค์เบื้องต้นของการประกันแบบนี้เพื่อจัดหาเงินทุนสำหรับจุนเจือบุคคลที่อยู่ในความ อุปการะ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต หรือเพื่อเป็นเงินทุนสำหรับการเจ็บป่วยครั้งสุดท้าย และค่าทำศพ ทั้งนี้ เพื่อไม่ให้ตกเป็นภาระของคนอื่น

2. แบบสะสมทรัพย์

เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยเมื่อมี ชีวิต อยู่ครบกำหนดสัญญา หรือจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัย ให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกัน ภัยเสียชีวิตลง ภายในระยะเวลาประกันภัย การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ เป็นส่วนผสมของการคุ้ม ครอบชีวิตและการออมทรัพย์ ส่วนของการออมทรัพย์ คือส่วนที่ผู้เอาประกันภัยได้รับคืนเมื่อสัญญา ครบกำหนด

3. แบบชั่วระยะเวลา

เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอา ประกันภัยเสียชีวิต ในระยะเวลาประกันภัย วัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองการเสียชีวิตก่อนวัยอันสมควร การประกันชีวิต แบบนี้ไม่มีส่วน ของการออมทรัพย์ เบี้ยประกันภัยจึงต่ำกว่าแบบอื่น ๆ และไม่มีเงิน เหลือคืนให้หาก ผู้เอาประกันภัยอยู่จน ครบกำหนดสัญญา

4. แบบเงินได้ประจำ

เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเท่ากันอย่างสม่ำเสมอ ให้แก่ผู้เอาประกันภัย ทุกเดือน นับแต่ผู้เอาประกันภัย เกษียณอายุ หรือมีอายุครบ 55 ปี หรือ 60 ปี เป็นต้น ไป แล้วแต่เงื่อนไขใน กรมธรรม์ที่กำหนดไว้ สำหรับระยะเวลาการจ่ายเงินได้ประจำนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการ ของผู้เอาประกันชีวิตที่ จะเลือกซื้อ

ประโยชน์การทำประกันชีวิต

รูปแบบของกรมธรรม์

รูปแบบของกรมธรรม์ประกันชีวิตจะมีหลายรูปแบบ และตั้งชื่อเป็นนามเฉพาะของแต่ละบริษัท ทุก รูปแบบ พร้อมอัตราเบี้ยประกันภัยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนประกันชีวิต (อธิบดีกรมการ ประกันภัย) ก่อนนำเสนอขายแก่ประชาชน แต่โดยหลักวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นกรมธรรม์รูปแบบใดหรือชื่ออะไร ก็ตาม จะอยู่ภายใต้แบบของการประกันชีวิตรวม 4 แบบ คือ

1. แบบชั่วระยะเวลา ให้ความคุ้มครองในช่วงระยะเวลาหนึ่งที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ โดยบริษัทจะ จ่ายเงิน ตามจำนวนเงินเอาประกันภัยให้ผู้รับประโยชน์ ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลา ที่ กำหนดไว้

2. แบบตลอดชีพ บริษัทจะจ่ายเงินตามจำนวนเงินเอาประกันภัย ให้ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอา ประกันภัย เสียชีวิต ไม่ว่าจะเสียชีวิตเมื่อใดก็ตาม

** ทั้งแบบ 1 และแบบ 2 เป็นการจ่ายเงินให้แก่ผู้รับประโยชน์ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตแล้ว เท่านั้น

3. แบบสะสมทรัพย์ บริษัทจะจ่ายเงินตามจำนวนที่เอาประกันภัยไว้ ให้แก่ผู้รับประโยชน์ถ้าผู้เอา ประกันภัย เสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ หรือ จ่ายเงินเอาประกันชีวิตให้แก่ผู้เอาประกันภัย ในกรณีที่ มีชีวิตรอด อยู่พ้นระยะเวลาที่กำหนดไว้

4. แบบเงินได้ประจำ บริษัทจะจ่ายเงินได้ประจำ หรือเงินบำนาญให้แก่ผู้เอาประกันภัยโดยเริ่มจ่าย ตั้งแต่วัน ที่ผู้เอาประกันภัยไม่สามารถประกอบอาชีพได้ตามปกติเนื่องจากความชรา ไปจนถึงวันที่ กำหนดไว้ (อาจเป็นชั่วระยะเวลาหนึ่ง หรือตลอดอายุก็ได้)

** แบบ 3 ส่วนท้าย และแบบ 4 เป็นการจ่ายเงินโดยมีเงื่อนไขว่าผู้เอาประกันภัยต้องมีชีวิตรอดอยู่จนพ้นระยะ เวลาที่กำหนดไว้

ขั้นตอนดำเนินการ

- ติดต่อบริษัทประกันชีวิต ได้โดยตรงหรือผ่านตัวแทนหรือนายหน้าประกันภัย
- เลือกแบบประกันชีวิตที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการ
- วงเงินเอาประกันภัยที่ต้องการ โดยพิจารณาประกอบกับรายได้ประจำที่ได้รับและกำลังความสามารถในการ ส่งเบี้ยประกันภัย
- กรอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวท่านในแบบคำขอเอาประกันชีวิต โดยแถลงความ จริงทุกประการ โดยเฉพาะ อย่างยิ่งประวัติการรักษาพยาบาลและค่าแถลงเกี่ยวกับสุขภาพ เพราะการปิดบังใน สารสำคัญเหล่านี้จะเป็น เหตุให้ไม่ได้รับความคุ้มครองตามกรมธรรม์

- ในกรณีที่ตัวแทนเป็นผู้กรอกแบบคำขอเอาประกันชีวิตแทนท่าน ให้ตรวจสอบความถูกต้องก่อน ลงชื่อในแบบคำขอ เมื่อได้รับกรมธรรม์ ควรตรวจสอบความถูกต้อง หากพบข้อมูลที่ผิด เช่น ชื่อผู้รับประโยชน์หรือ ชื่อผู้เอาประกันภัยผิดพลาด ฯลฯ ให้หักทวงบริษัทเพื่อแก้ไข ให้ถูกต้อง
- จ่ายค่าเบี้ยประกันชีวิตตามกำหนดทุกครั้ง โดยติดต่อชำระที่บริษัท สาขา หรือ ทางไปรษณีย์ลง ทะเบียน หรือผ่านธนาคาร ในกรณีชำระผ่านตัวแทนของ บริษัท ให้เรียกใบเสร็จรับเงิน ตามแบบ พิมพ์ของบริษัทเก็บไว้เป็นหลักฐานทุกครั้ง
- แจ้งให้ผู้รับประโยชน์ตามที่ระบุชื่อในกรมธรรม์ หรือบุคคลในครอบครัวทราบ ถึงการทำประกันชีวิต และสถานที่เก็บกรมธรรม์
- ติดต่อกรมการประกันภัย สำนักงานคุ้มครองผู้เอาประกันภัยเขต หรือสำนักงานประกันภัยจังหวัดทุกครั้ง ที่ มีปัญหา

ขั้นตอนและหลักฐานในการขอรับเงินผลประโยชน์ ตามกรมธรรม์ประกันชีวิต หรือการเรียกร้อง ค่าสินไหมทดแทน

ในการขอรับเงินผลประโยชน์ตามกรมธรรม์ หรือที่เข้าใจกันทั่วไปว่าเป็นการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนนั้น ให้ดำเนินการดังนี้

1. ติดต่อบริษัทประกันภัยให้เร็วที่สุด
2. กรณีผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต จะแยกเป็นกรณีตามสาเหตุของการเสียชีวิต ดังนี้
 - เสียชีวิตด้วยโรคภัยไข้เจ็บ แจ้งบริษัททราบภายใน 14 วัน
 - * เตรียมหลักฐานประกอบด้วย
 - (1) กรมธรรม์ประกันชีวิต (ถ้าหายให้แจ้งความแล้วนำสำเนา รายงานประจำวันรับแจ้งเอกสารหาย ไปแสดง แทน)
 - (2) ใบเสร็จรับเงินงวดสุดท้าย
 - (3) ใบมรณะบัตรของผู้เอาประกันภัย
 - (4) ทะเบียนบ้านของผู้รับประโยชน์
 - (5) บัตรประชาชนของผู้รับประโยชน์
 - เสียชีวิตโดยฆ่าตัวตาย
 - * เตรียมหลักฐานตาม 2.1 (1) - (5) โดยเพิ่ม
 - (6) สำเนาบันทึกรับแจ้งเหตุของเจ้าหน้าที่ตำรวจ
 - (7) ใบชันสูตรพลิกศพ
 - เสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุ
 - * เตรียมหลักฐานตาม 2.1 (1) - (5) โดยเพิ่ม
 - (6) สำเนาบันทึกรับแจ้งเหตุของเจ้าหน้าที่ตำรวจ
 - (7) สำเนาบันทึกรับแจ้งเหตุของเจ้าหน้าที่ตำรวจ
 - (8) ใบชันสูตรพลิกศพ
 - 3. กรณีเรียกร้องค่ารักษาพยาบาล ทุพพลภาพ และสูญเสียอวัยวะ
 - * แจ้งบริษัททราบภายใน 10 วัน
 - * เตรียมหลักฐาน ดังนี้

- (1) กรอกแบบฟอร์มใบเรียกร้องค่าทดแทนของบริษัท
- (2) ใบเสร็จรับเงินค่ารักษาพยาบาลที่ระบุวันเริ่มต้นและวันสุดท้ายในการเข้ารับรักษาตัวในโรงพยาบาล
- (3) อื่น ๆ เช่น फिल्मเอกซเรย์

4. กรณีกรมธรรม์ครบกำหนด

ในกรณีเป็นการประกันชีวิตประเภทสะสมทรัพย์ที่มีเงินคืนเมื่อกรมธรรม์ครบกำหนด ให้ดำเนินการและเตรียมหลักฐาน

- (1) ติดต่อบริษัทประกันภัย
- (2) กรมธรรม์ประกันชีวิต
- (3) บัตรประชาชนของผู้เอาประกันภัย

การยกเว้นการจ่ายเงินเอาประกันชีวิต

ข้อจำกัดบางประการที่บริษัทประกันชีวิตยกเว้นการจ่ายเงินเอาประกัน จากสาเหตุการตายดังนี้

1. ผู้รับประโยชน์ฆ่าผู้เอาประกันตาย
2. ผู้เอาประกันฆ่าตัวตายภายใน 1 ปี นับจากวันทำสัญญาหรือวันต่ออายุสัญญาครั้ง สุดท้าย

ความตายที่เกิดจากสาเหตุข้างต้นดังกล่าว บริษัทประกันชีวิตจะไม่จ่ายจำนวนเงินเอาประกันชีวิตให้ แต่จะคืนเบี้ยประกันชีวิตที่ได้ชำระมาแล้วทั้งหมดเท่านั้น

หน้าที่ของผู้เอาประกันต้องชำระเบี้ยประกัน

ถ้าหากตัวแทนของบริษัทประกันชีวิตยังไม่มาเก็บเงิน ตามกฎหมายจะถือว่าเป็นหน้าที่ของผู้เอาประกันชีวิตจะต้องไปชำระที่สาขาของบริษัทด้วยตนเอง หรือส่งเป็นธนาคาติ เช็คและเพื่อที่บริษัทจะได้จัดส่งใบเสร็จรับเงินมาให้อย่างถูกต้อง ท่านจำเป็นต้องเขียนที่อยู่ของท่านให้ถูกต้องเพื่อมิให้เสียโอกาสและประโยชน์

ระยะเวลาผ่อนผันการชำระเบี้ยประกัน

ผู้เอาประกันชีวิตมีสิทธิที่จะได้รับการผ่อนผันการชำระเงินได้ โดยการยืดระยะเวลาได้ประมาณ 30 หรือ 60 วัน เบี้ยประกันชีวิตกับการหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลผู้เอาประกันชีวิตสามารถนำมาหักภาษีรายได้บุคคลได้โดยรัฐบาลได้เพิ่มจำนวนเงินเบี้ยประกันชีวิตที่สามารถนำไปหักภาษีได้จาก 7,000 บาท เป็น 10,000 บาท

บทบาทของคนกลางประกันภัย

เนื่องจากธุรกิจประกันภัยมีสินค้า คือ กรมธรรม์ประกันภัยประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นประกันชีวิต การประกันอัคคีภัย การประกันภัยรถยนต์ การประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ฯลฯ ล้วนเป็นสินค้าที่ไม่มีการวางขายตามท้องตลาดทั่วไป อีกทั้งเป็นการขายคำมั่นสัญญาในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับส่วนได้เสียและสิทธิประโยชน์ของประชาชนจำนวนมาก เกี่ยวพันกับข้อกำหนดของกฎหมาย และไม่ใช่สินค้าที่สามารถทำความเข้าใจหรือทดลองใช้ได้ทันที ดังนั้น การเสนอขายประกันภัยจึงต้องกระทำผ่านคนกลางประกันภัย (ซึ่งหมายถึง ตัวแทน และนายหน้าประกันภัย) ที่จะต้องทำหน้าที่นำเสนอสินค้าในรูปของความคุ้มครองความเสี่ยงจากภัยต่าง ๆ ไปชี้แจงและสร้างความเข้าใจแก่ผู้ซื้อ

ตัวแทนประกันภัย หมายถึง ผู้ซึ่งบริษัทมอบหมายให้ทำการชักชวนให้บุคคลทำสัญญาประกันภัยกับบริษัทที่ตัวแทนนั้นสังกัดอยู่ และหากได้รับมอบหมายเป็นหนังสือจากบริษัท ตัวแทนก็สามารถทำสัญญาประกันภัย หรือรับเบี้ยประกันภัยในนามของบริษัทได้ โดยตัวแทนจะได้รับค่าตอบแทนจากบริษัทในรูปของค่าบำเหน็จ (Commission)

นายหน้าประกันภัย หมายถึง ผู้ซึ่งทำหน้าที่ชี้ช่องหรือจัดการให้บุคคลทำสัญญาประกันภัยกับบริษัทประกันภัย โดยกระทำเพื่อบำเหน็จ (Commission) เนื่องจากการนั้น

บทบาทที่แตกต่างกันระหว่างตัวแทนและนายหน้าประกันภัย

จากความหมายของตัวแทน และนายหน้าประกันภัยดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าทั้งตัวแทนและนายหน้าประกันภัยมีหน้าที่ในการเสนอตัวสินค้า คือความคุ้มครองตามความเสี่ยงภัยประเภทต่างๆ เหมือนกันก็ตาม แต่บทบาทหนึ่งที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน คือ ตัวแทนประกันภัยจะต้องสังกัดบริษัท ดังนั้นการกระทำใดของตัวแทนจึงเสมือนเป็นการกระทำของบริษัท ส่วนนายหน้าประกันภัยจะเป็นอิสระ ไม่สังกัดบริษัทประกันภัยใด ทั้งสิ้น โดยนายหน้าประกันภัยจึงมีบทบาทหน้าที่ต่อผู้เอาประกันภัยในการเลือกรูปแบบความคุ้มครองที่เหมาะสม ในราคาที่ยุติธรรม รวมทั้งเลือกบริษัทที่ดี ให้บริการอย่างต่อเนื่อง

การสอบขอรับใบอนุญาตเป็นตัวแทน นายหน้าประกันภัย

ด้วยความสำคัญของตัวแทน นายหน้าประกันภัย ในฐานะคนกลางประกันภัย ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างผู้เอาประกันภัย และบริษัทประกันภัย และยังทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และสร้างภาพพจน์ ความเชื่อถือ ความศรัทธาของประชาชนต่อธุรกิจประกันภัย ดังนั้น กฎหมายเกี่ยวกับประกันภัย คือ พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 จึงได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่ประสงค์จะเป็นตัวแทน นายหน้าประกันภัยไว้ดังนี้ (กรมการประกันภัย, 2545)

3. บริษัทอเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด (เอไอเอ)

ประวัติบริษัท

บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด หรือ เอไอเอ ก่อตั้งขึ้นเป็นครั้งแรก ณ นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน เมื่อปีพ.ศ. 2462 โดย มร.ซีวี สตาร์ (Cornelius Vander Starr) ชาวอเมริกัน เริ่มแรกก่อตั้งใช้ชื่อว่า บริษัท อินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด หรือ อินแทสโก (INTASCO) ในปี 2491 จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด หรือ เอไอเอ

เอไอเอ ขยายธุรกิจมาที่ประเทศไทยในปีพ.ศ.2481 แต่หลังจากที่ดำเนินกิจการเพียง 3 ปีได้เกิดสงครามมหาเอเชียบูรพาขึ้น รัฐบาลญี่ปุ่นที่เข้ามายึดอำนาจทางการเมืองและการทหารของประเทศไทยได้บังคับให้รัฐบาลในขณะนั้นออกกฎหมายห้ามบริษัทของชาติที่เป็นฝ่ายตรงข้ามญี่ปุ่น เช่น กิจการที่จดทะเบียนในประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และจีน ประกอบธุรกิจในประเทศไทย ส่งผลให้เอไอเอต้องหยุดกิจการ เมื่อสงครามสิ้นสุด เอไอเอได้ย้ายสำนักงานใหญ่ไปที่ประเทศฮ่องกงในปีพ.ศ.2490 ส่วนเอไอเอ ประเทศไทยได้กลับเข้ามาดำเนินกิจการอีกครั้งในปีพ.ศ. 2492 พร้อมกับความรับผิดชอบในการมอบความคุ้มครองให้ ผู้ถือกรมธรรม์ที่ได้ทำประกันชีวิตไว้กับบริษัทเมื่อครั้งเกิดสงครามให้เป็นไปตามเงื่อนไขทุกประการไม่ว่าจะเป็นการจ่ายเงินเมื่อครบกำหนดสัญญา การจ่ายเงินตามเงื่อนไขสัญญาทั้งกรณีเสียชีวิตหรือทุพพลภาพ รวมทั้งให้บริการแก่ผู้เอาประกันรายเดิมที่ต้องการต่ออายุกรมธรรม์ที่ขาดหายไปในช่วงสงคราม โดยในช่วงเริ่มกิจการ

นั้น บริษัทมีพนักงานเพียง 4 คน และสำนักงานเป็นเพียงพื้นที่เช่าไม่กี่ตารางเมตรในตึกยิบอินซอย ถนน มหาพฤฒาราม

เอไอเอยกฐานะขึ้นเป็นเอไอเอสาขาประเทศไทยเมื่อเดือนมกราคมพ.ศ.2495 การดำเนินกิจการของเอไอเอเติบโตขึ้นเป็นลำดับ ทำให้ต้องเปลี่ยนสถานที่ตั้งสำนักงานใหม่เพื่อรองรับจำนวนพนักงานตัวแทน และการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต ในปีพ.ศ.2507 เอไอเอได้ก่อสร้างอาคารสำนักงานของตนเองขึ้นเป็นครั้งแรก คือ อาคารอเมริกันอินเตอร์เนชันแนล บิล딩 หรืออาคารเอไอบี ซึ่งเป็นอาคารสูง 11 ชั้น ตั้งอยู่บนถนนสุรวงศ์ ติดกับถนนเดโชบนเนื้อที่ 1 ไร่ มูลค่ากว่า 30 ล้านบาท เป็นอาคารที่สูงที่สุดในประเทศไทยในยุคนั้น บริษัทได้ทำพิธีเปิดอาคารเอไอบีอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ.2509 โดยได้รับเกียรติจาก ฯพณฯ รองนายกรัฐมนตรี กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ เสด็จมาเป็นประธานและได้ด่าริสความตอนหนึ่งว่า

"วันนี้ถือเป็นวันมงคลฤกษ์ในวันเปิดอาคาร อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล บิล딩 ซึ่งเป็นของเอไอเอ นโยบายที่น่าสรรเสริญยิ่งก็คือ การนำรายได้จากประชาชนชาวไทยในรูปของเบี้ยประกันกลับมาลงทุนในประเทศไทย โดยการซื้อพันธบัตรรัฐบาลและทรัพย์สินอื่นๆ ที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ อาคารอเมริกันอินเตอร์เนชันแนล บิล딩 หลังนี้ ซึ่งเกิดขึ้นก็ด้วยความมุ่งมั่นที่จะช่วยส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจไทย ซึ่งเราประชาชนคนไทยต่างภูมิใจยิ่ง"

อีก 20 ปีต่อมา การขยายตัวของธุรกิจประกันชีวิตเป็นไปอย่างรวดเร็ว เอไอเอจึงก่อสร้างอาคารสำนักงาน เพิ่มอีก 1 แห่ง คือ อาคาร อเมริกัน อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล ทาวเวอร์ หรือ อาคารเอไอที ซึ่งเป็นอาคารสูง 20 ชั้น บนพื้นที่ 5 ไร่ มีมูลค่ากว่า 400 ล้านบาทก่อสร้างแล้วเสร็จในปี พ.ศ.2529

จากจุดเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2481 เอไอเอดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในปรัชญา "มอบบริการที่ดีที่สุดแก่ผู้ถือกรมธรรม์อย่างซื่อสัตย์และยุติธรรม" มาโดยตลอด พร้อมทั้งยังได้พัฒนากรมธรรม์และบริการให้มีความหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า จนเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2541 เอไอเอสามารถขยายฐานลูกค้าจนมีกรมธรรม์ประกันชีวิตรายบุคคลที่มีผลบังคับครบ 2 ล้านฉบับ

นอกจากการบุกเบิกดำเนินธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยแล้ว ด้วยสำนักแห่งความรับผิดชอบ และการเป็นส่วนหนึ่งในสังคมไทย เอไอเอได้สนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมในด้าน ต่างๆมาโดยตลอด อาทิ การสนับสนุนทางการศึกษา การแพทย์และสาธารณสุข การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม การทำนุบำรุงศาสนา การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม นอกจากนี้เอไอเอยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยบริษัทมีนโยบายหลักในการนำเงินของประชาชนในรูปของเบี้ยประกันมาลงทุนในโครงการต่างๆภายในประเทศ อาทิ โครงการสื่อสารโทรคมนาคม การไฟฟ้า การประปาภูมิภาค และโครงการสาธารณูปโภคต่างๆ เป็นต้น

จากจุดเริ่มต้นในปี พ.ศ.2481 จนถึงปัจจุบันที่เอไอเอดำเนินกิจการในประเทศไทยมาเป็นเวลากว่า 62 ปีจากพนักงานจำนวน 4 คนจนมีพนักงานกว่า 1,300 คน ตัวแทนขายกว่า 30,000 คน และหน่วยตัวแทนกว่า 3,500 หน่วย มีกรมธรรม์ที่มีผลบังคับกว่า 2,000,000 ฉบับ และมีสินทรัพย์รวมกว่า 98,524 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2542) สูงเป็นอันดับหนึ่งของธุรกิจประกันชีวิตและครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในธุรกิจ 47% (ณ เดือนธันวาคม 2542) โดยคำนวณจากเบี้ยประกันรวบรวมของกรมธรรม์ทุกประเภทและมีอัตราความยั่งยืนของกรมธรรม์ 88% รวมทั้งได้รับการจัดอันดับระดับสูงสุด AAA จากสถาบันสแตนดาร์ดแอนด์ปัวร์ ซึ่งเป็นสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ทั้งนี้ เอไอเอ เป็นบริษัทประกันชีวิตแห่งเดียวในเอเชียที่ได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือสูงสุดทางด้านความมั่นคงทางการเงินจากสถาบัน สแตนดาร์ดแอนด์ปัวร์เป็นระยะเวลา 5 ปีติดต่อกัน ความสำเร็จดังกล่าวเป็นผลมาจากปรัชญา การดำเนินธุรกิจของเอไอเอที่ว่า "จะมอบบริการที่ดีที่สุดแก่ผู้ถือกรมธรรม์อย่างซื่อสัตย์และยุติธรรม" และความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม พร้อมทั้งนโยบายร่วมพัฒนา

สังคมเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดียิ่งขึ้นตลอดไปให้สมกับวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจที่ว่า "สู่ความเป็นองค์กรที่มีคุณภาพสูงสุด มุ่งมั่นมอบบริการที่เป็นเลิศ โดยบุคลากรมืออาชีพ และเป็นหลักประกัน ที่มั่นคงสำหรับลูกค้าและสังคมตลอดไป (บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด (เอไอเอ). 2545)

คุณวุฒิที่สำคัญในระดับตัวแทน

ในระดับของตัวแทนประกันชีวิตทั่วไปจะมีอยู่ 3 คุณวุฒิ (บริษัทเอไอเอจำกัด. 2545) ที่สำคัญได้แก่

1.1 สมาชิกสโมสรล้านเหรียญ (MILLION DOLLAR CLUB, MDC) ซึ่งมีข้อกำหนดของการทำคุณวุฒิดังนี้

1.1.1 มีผลผลิตธุรกิจการประกันชีวิตประเภทสามัญ 36 ราย ไม่นับผลงานจำนวนรายจากการประกันหมู่ และการประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

1.1.2 มีอัตราความยั่งยืนของกรมธรรม์ ณ วันสิ้นสุดปีผลผลิต 80% โดยคำนวณจากสูตรลิร่า 19 เดือน

1.1.3 ผลผลิตค่าบำเหน็จปีแรกรวมจากธุรกิจการประกันชีวิตประเภทสามัญ การประกันหมู่ และการประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลในปีบัญชีผลผลิตไม่น้อยกว่า 350,000 บาท

1.1.4 ข้อกำหนดของผลผลิตค่าบำเหน็จปีแรกอาจมีการแก้ไขปรับปรุงในแต่ละปี

1.2 สมาชิกสโมสรซูเปอร์สตาร์ (SUPERSTAR CLUB) ซึ่งมีข้อกำหนดของการทำคุณวุฒิดังนี้

1.2.1 มีผลผลิตธุรกิจการประกันชีวิตประเภทสามัญ 50 ราย ไม่นับผลงานจำนวนรายจากการประกันหมู่ และการประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล

1.2.2 มีอัตราความยั่งยืนของกรมธรรม์ ณ วันสิ้นสุดปีผลผลิต 85% โดยคำนวณจากสูตรลิร่า 19 เดือน

1.2.3 ผลผลิตค่าบำเหน็จปีแรกรวมจากธุรกิจการประกันชีวิตประเภทสามัญ การประกันหมู่และการประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลในปีบัญชีผลผลิตไม่น้อยกว่า 650,000 บาท

1.2.4 ข้อกำหนดของผลผลิตค่าบำเหน็จปีแรกอาจมีการแก้ไขปรับปรุงในแต่ละปี

1.3 สมาชิกสโมสร PREMIER AGENT ซึ่งจะแบ่งออกได้เป็น สามระดับดังนี้

1.3.1 ระดับแพลทินัมซึ่งมีข้อกำหนดของการทำคุณวุฒิดังนี้

1.3.1.1 จำนวนรายขั้นต่ำ 36 ราย

1.3.1.2 เบี้ยประกันปีแรก 3,000,000 บาท

1.3.1.3 อัตราความยั่งยืนไม่ต่ำกว่า 85%

1.3.1.4 อัตราการเรียกร้องสินไหมน้อยกว่า 50%

1.3.1.5 อายุงาน 3 ปี

1.3.2 ระดับทอง ซึ่งมีข้อกำหนดของการทำคุณวุฒิดังนี้

1.3.2.1 จำนวนรายขั้นต่ำ 36 ราย

1.3.2.2 เบี้ยประกันปีแรก 2,400,000 บาท

1.3.2.3 อัตราความยั่งยืนไม่ต่ำกว่า 80%

1.3.2.4 อัตราการเรียกร้องสินไหมน้อยกว่า 60%

1.3.2.5 อายุงาน 2 ปี

1.3.3 ระดับเงิน ซึ่งมีข้อกำหนดของการทำคุณวุฒิดังนี้

1.3.3.1 จำนวนรายขั้นต่ำ 36 ราย

- 1.3.3.2 เบี้ยประกันปีแรก 1,800,000 บาท
- 1.3.3.3 อัตราความยั่งยืนไม่ต่ำกว่า 75%
- 1.3.3.4 อัตราการเรียกร้องสินไหมน้อยกว่า 70%
- 1.3.3.5 อายุงาน 2 ปี

4. งานวิจัย และผลงานที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

มีตัวแทนที่ประสบความสำเร็จในวิชาชีพหลายท่านซึ่งได้ให้แนวคิดที่สำคัญๆสำหรับการเป็นตัวแทนฯ ได้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตดังนี้

1. คุณวรวิทย์ อุ่นหัตถประดิษฐ์ (เทคนิคนักขายประกัน. 2545) ได้กล่าวถึงกฎการขาย MANHA ไว้

M = Money	คือเงินต้องมองลูกค้าที่มีเงิน ไม่ใช่รวยมาก แต่มีเงินพอที่จะเก็บ พอที่จะรับผิดชอบอะไรได้ ดูได้จากของที่เขาใช้ บ้านที่เขาอยู่ ตำแหน่งงาน พวกนี้จะบ่งบอกถึงฐานะ แต่ไม่ใช่ว่าคนที่อยู่ต่ำกว่านี้จะขายไม่ได้ แต่ปัญหาจะมีมากกว่ากลุ่มนี้
A = Age	คืออายุ ต้องไม่มากเกินไป ต้องอยู่ในช่วงที่สามารถทำประกันได้
N = Need	คือความต้องการ แต่ความต้องการจะไม่เกิดถ้าตัวแทนฯ ไม่ไปพูดคุยให้ฟังถึงประโยชน์ของการทำ ประกันให้ฟัง
H = Health	คือสุขภาพ ต้องเป็นคนที่มีสุขภาพดีเพราะถ้ามีสุขภาพไม่ดีแล้วจะไม่สามารถทำประกันชีวิตได้ หรือทำได้ยาก
A = Authority	คืออำนาจตัดสินใจ อย่างสามีภรรยา ที่สามีทำงาน แต่ภรรยาเป็นคนเก็บเงิน อำนาจตัดสินใจจะอยู่ที่ภรรยา ถ้าเราไปขายสามี สามีก็ตัดสินใจทำไม่ได้

ส่วนสาเหตุของการที่ลูกค้าหยุดชำระเบี้ยต่อ คุณวรวิทย์กล่าวว่าสาเหตุมาจาก

- มีปัญหาด้านการเงินอย่างรุนแรง
- ขาดการดูแลเอาใจใส่จากตัวแทนที่ดี

ส่วนคุณสมบัติของตัวแทนประกันชีวิตที่ดี คุณวรวิทย์กล่าวว่าควรมีคุณสมบัติดังนี้

- จะต้องยอมเปลี่ยนแปลงตัวเอง เปลี่ยนแปลงความคิดที่ว่าตัวเองทำไม่ได้
- ต้องเป็นคนคิดใหญ่ ผันใหญ่ ต้องไม่คิดว่ามีรายได้แค่นี้ก็เพียงพอแล้ว
- ต้องมีความขยัน ความอดทน

คุณวรวิทย์มองถึงสิ่งที่เป็นตัวบ่งบอกความสำเร็จในอาชีพไว้ดังนี้

- รายได้ ฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
- จำนวนลูกค้าที่มากมาย
- การที่ลูกค้าพูดถึงเราอย่างชื่นชม

2. คุณคมกฤช ศรีสวัสดิ์ ผู้อำนวยการ-ตัวแทนสหพันธ์ บริษัท กรุงไทย แอวกาศประกันชีวิต จำกัด เอไอเอ (เทคนิคการขายประกัน. 2545) ได้พูดถึงการเป็นตัวแทนที่ดีว่าจะต้องมีจรรยาบรรณและศีลธรรม 10 ประการดังนี้

- 1.1 มีความซื่อสัตย์ต่อผู้เอาประกันภัย บริษัท และเพื่อนร่วมอาชีพ
- 1.2 ให้บริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ และชี้แจงให้ผู้เอาประกันภัยทราบถึงสิทธิ์และหน้าที่ เพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้เอาประกันภัย
- 1.3 รักษาความลับอันไม่ควรเปิดเผยของผู้เอาประกันภัย และของบริษัทต่อบุคคลภายนอก
- 1.4 เปิดเผยข้อความจริงของผู้เอาประกันภัยในส่วนที่เป็นสาระสำคัญ เพื่อการพิจารณารับประกัน หรือเพื่อความสมบูรณ์ของกรมธรรม์
- 1.5 ไม่เสนอแนะผู้เอาประกันภัย ทำประกันภัยเกินความสามารถ ในการชำระเบี้ยประกันภัย หรือเสนอขายนอกเหนือเงื่อนไขแห่งกรมธรรม์
- 1.6 ไม่ลดหรือเสนอที่จะลดค่าบำเหน็จ เพื่อจูงใจให้ผู้เอาประกันชีวิต
- 1.7 ไม่แนะนำให้ผู้เอาประกันภัย สละกรมธรรม์เดิม เพื่อทำสัญญาใหม่ หากทำให้ผู้เอาประกันภัยเสียประโยชน์
- 1.8 ไม่กล่าวให้ร้าย ทับถม ตัวแทนประกันชีวิตบริษัทอื่น หรือนายหน้าประกันชีวิตบุคคลอื่น
- 1.9 หมั่นศึกษาหาความรู้ในวิชาชีพเพิ่มเติมอยู่เสมอ
- 1.10 ประพฤติอยู่ในศีลธรรมประเพณีอันดีงาม ทั้งชำระไว้ซึ่งเกียรติศักดิ์ศรี และคุณธรรมแห่งอาชีพปฏิญาณ

คุณคมกฤช ศรีสวัสดิ์ ได้มองความสำเร็จของตัวแทนว่า มีสองแบบคือ ความสำเร็จชั่วคราว ได้แก่ รายได้ ใครมีรายได้มากก็ประสบความสำเร็จมาก ส่วนความสำเร็จถาวรน่าจะ มองว่าเป็นการประสบความสำเร็จในชีวิตครอบครัว ประสบความสำเร็จทางสังคม ส่วนความสำเร็จในงานขายประกันจริงๆ น่าจะวัดได้จาก รายได้ ตำแหน่งหน้าที่ที่สูงขึ้น แต่สิ่งที่ได้มากที่สุดจากตรงนี้ก็คือ “รายได้”

3. คุณอรทัย ภูริวัฒนกุล ผู้จัดการภาค ฝ่ายสะสมเงินเดือน 6 บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (เทคนิคการขายประกัน. 2545) ได้พูดถึงสิ่งที่ตัวแทนควรมี คือ

- ทักษะคติที่เชื่อมั่นในบริษัท ตัวสินค้า และตนเอง
- การมีวิสัยทัศน์ในการทำงาน ต้องมีความรู้รอบตัวมากพอสมควร
- มีจุดยืนที่ชัดเจน มั่นใจในอาชีพ
- เอาชนะใจตนเอง เนื่องจากเป็นงานที่อิสระ ต้องขยันไปพบลูกค้าบ่อยๆ
- ต้องมีความซื่อสัตย์จริงใจต่อลูกค้า
- ต้องมีความฝันเป็นของตนเอง ซึ่งจะเป็นกำลังใจในการทำงาน

สำหรับสาเหตุที่ตัวแทนประกันชีวิตประสบความล้มเหลวในอาชีพ

- เห็นงานขายประกันเป็นงานชั่วคราว ดีกว่าว่างงาน จะทำเมื่อไรก็ได้ เช่นถ้าเพิ่งจะสำเร็จ การศึกษาออกมา ทำงานเป็นตัวแทน ก็อาจมองว่าดีกว่าว่างงานอยู่เฉยๆ
- ขาดวินัยในการทำงาน ความขยัน ความสม่ำเสมอต้นเสมอปลาย เนื่องจากงานนี้เป็นงานที่อิสระ ถ้าควบคุมตัวเองไม่ได้ก็จะไม่ประสบความสำเร็จ

4. ฝ่ายฝึกอบรมตัวแทนส่วนกลาง บริษัท เอไอเอ จำกัด (บริษัทเอไอเอจำกัด. 2545) กล่าวถึงสิ่งที่ตัวแทนฯ ต้องกระทำและปลูกฝังให้เป็นคุณสมบัติประจำตัวคือ K.A.S.H.

4.1 K = Knowledge ต้องมีความรู้เกี่ยวกับสัญญา และกรรมธรรม์ประกันชีวิตดีพอสมควร และศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับแบบประกันต่างๆ อีกทั้งสัญญาเพิ่มเติมต่างๆ ให้เพิ่มขึ้น จนเกิดความชำนาญ

4.2 A = Attitude มีทัศนคติต่อแบบประกัน ต่อหน่วยงาน ต่ออาชีพ และต่อตนเองในเชิงบวก

4.3 S = Skill ต้องพัฒนาขีดความสามารถในการขายของตนให้มีประสิทธิภาพ และเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

4.4 H = Habit ต้องเพิ่มพูนประสบการณ์ในการขายของตนให้มีประสิทธิภาพ และเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : กรณีศึกษา ตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ทำการศึกษาคือตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลล่าสุดของบริษัท จำนวนตัวแทนที่มีใบอนุญาตแล้วในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนประมาณ 20,000 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Specific Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545) โดยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอจำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สามารถให้ข้อมูลในเรื่องที่สนใจศึกษา และเพื่อสะดวกต่อการแจกแบบสอบถาม จะเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545) โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับตัวแทนประกันชีวิตที่มีสำนักงานตัวแทนอยู่ในอาคาร เอ.ไอ.เซ็นเตอร์ ถนนสาทร และอาคารชาเตอร์สแควร์ ถนนสาทร

พิจารณาจากตารางของ ทาโร ยามาเน่ (เพ็ญแข แสงแก้ว. 2540 : 59) ความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 393 ราย

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อน = 0.05

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{20,000}{1 + 20,000(0.05)^2}$$

$$n = 392.16 \text{ ราย}$$

ทำให้เป็นจำนวนที่ลงตัว ดังนั้นจะได้ $n = 393$ ราย

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา สถานภาพการสมรส อายุงานของตัวแทนประกันชีวิต โดยเป็นแบบสอบถามที่คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545) จำนวน 6 ข้อ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ช่วงอายุ ตั้งแต่ 20 – 50 ปีขึ้นไป (อำนาจ สุวัฑฒัง. 2540) โดยกำหนดช่วงอายุ จำนวน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2542 : 110) ดังนี้

ความกว้างของอันตรภาคชั้น

=

ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด - ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด

จำนวนชั้น

ช่วงอายุ

=

50 - 20

3

=

10

ดังนั้น ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม คือ

1.

20 – 29 ปี
2.

30 – 39 ปี
3.

40 – 49 ปี
4.

50 ปี ขึ้นไป

คำถามเลือกตอบจำนวน 6 ข้อ

1. เพศ	ระดับการวัดผล	นามบัญญัติ	(Nominal Scale)
2. อายุ	ระดับการวัดผล	เรียงลำดับ	(Ordinal Scale)
3. วุฒิการศึกษา	ระดับการวัดผล	เรียงลำดับ	(Ordinal Scale)
4. สถานภาพสมรส	ระดับการวัดผล	นามบัญญัติ	(Ordinal Scale)
5. อายุงานของตัวแทนฯ	ระดับการวัดผล	เรียงลำดับ	(Ordinal Scale)
6. สถานภาพของตัวแทน	ระดับการวัดผล	นามบัญญัติ	(Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต โดยมีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) คือ ใช่ และ ไม่ใช่ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545) จำนวน 10 ข้อ คำตอบที่ถูกให้ 1 คะแนน และคำตอบผิดให้ 0 คะแนน เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความความถี่แล้ว จะเลือกเอาเฉพาะข้อที่ตอบได้ถูกต้องมาทำเป็น Scale โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 6 – 10	หมายถึง ตัวแทนประกันชีวิตมีบุคลิกภาพอยู่ในระดับที่ดี
คะแนนเฉลี่ย 0 – 5	หมายถึง ตัวแทนประกันชีวิตมีบุคลิกภาพอยู่ในระดับที่ไม่ดี

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต โดยมีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) คือ ใช่ และ ไม่ใช่ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545) จำนวน 7 ข้อ คำตอบที่ถูกให้ 1 คะแนน และคำตอบผิดให้ 0 คะแนน เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความความถี่แล้ว จะเลือกเอาเฉพาะข้อที่ตอบได้ถูกต้องมาทำเป็น Scale โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4 – 7	หมายถึง ตัวแทนประกันชีวิตมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทเอไอเอ จำกัด แบบประกันชีวิต อาชีพตัวแทนประกันชีวิต และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประกันชีวิตอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 0 – 3	หมายถึง ตัวแทนประกันชีวิตมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทเอไอเอ จำกัด แบบประกันชีวิต อาชีพตัวแทนประกันชีวิต และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประกันชีวิตอยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามมาตราส่วนประเมินคำตอบ (Likert Scale Questions) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 21 ข้อ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ด้านทัศนคติของตัวแทน ด้านทักษะการขายของตัวแทน และด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับโดย

ความคิดเห็นในเชิงบวก			ความคิดเห็นในเชิงลบ		
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	1
เห็นด้วย	ค่าคะแนน	4	เห็นด้วย	ค่าคะแนน	2
ไม่แน่ใจ	ค่าคะแนน	3	ไม่แน่ใจ	ค่าคะแนน	3
ไม่เห็นด้วย	ค่าคะแนน	2	ไม่เห็นด้วย	ค่าคะแนน	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	5

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยของคำตอบในแบบสอบถามปัจจัยลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตสามารถกำหนด ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	ดีมาก
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	ดี
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	ไม่ค่อยดี
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	ควรปรับปรุง

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตได้แก่ ผลงานที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ทั้งด้านจำนวนเบี้ยประกันชีวิต จำนวนรายผู้ทำประกัน และจำนวนของรางวัลคุณวุฒิที่ได้รับ ของตัวแทนประกันชีวิต เป็นแบบสอบถามสเกลอัตราส่วน (Ratio Scale Questions) จำนวน 2 ข้อ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) แต่ละคำถามเป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถกรอกข้อมูลลงไปในช่องว่าง

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

- 1.ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จากเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.รวบรวมสาระ และเนื้อหาต่างๆ ที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย และการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : กรณีศึกษา ตัวแทนประกันชีวิตกลุ่มในเขตกรุงเทพมหานคร ของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด

3.สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 5 ส่วน แบ่งเป็น

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 5 ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

4.นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม

5.นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้

6.นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try Out) กับตัวแทนประกันชีวิตในเขต กรุงเทพฯ ของบริษัท เอไอเอ จำกัด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันในเขตกรุงเทพมหานคร ของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่แหล่งต่างๆ ทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ดังนี้

1.1 เอกสารต่างๆ จากบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด

1.2 หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่างๆ

1.3 หนังสือบทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

1.4 ข้อมูลจากเว็บไซต์ <http://www.aia.co.th/> (บริษัท เอไอเอ จำกัด),

<http://www.moc.go.th/> (กรมการประกันภัย), <http://tiaa.org.th/>

(สมาคมประกันชีวิต)

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 393 คน มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทำหนังสือขอความร่วมมือไปยังบริษัท เอไอเอ จำกัด เพื่อขอศึกษาข้อมูลจากตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอจำกัด

2.2 การส่งแบบสอบถาม ได้ส่งพร้อมหนังสือขออนุญาต ให้กับตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ จำกัด ด้วยตนเอง และเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามภายใน 4 สัปดาห์

2.3 เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจความถูกต้องสมบูรณ์และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

2. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษา สถานภาพการสมรส อายุงาน และสถานภาพการทำงานของตัวเองแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวเองแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวเองแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 4 ปัจจัยลักษณะการทำงาน ด้านทัศนคติ ด้านทักษะการขาย และด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวเองแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 5 ความสำเร็จของตัวเองแทนประกันชีวิต เป็นคำถามปลายเปิด นามาคิดเป็นคำร้อยละและแจกแจงความถี่

2. ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 โดยใช้สถิติ t – test และ F – test

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของตัวเองแทนประกันชีวิตที่ต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จของตัวเองแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวเองแทนประกันชีวิตที่ต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จของตัวเองแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวเองแทนประกันชีวิตที่ต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จของตัวเองแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน

4. ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 โดยใช้สถิติคอรเลชัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวเองแทนประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวเองแทนประกันชีวิต

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนโดยใช้สูตรดังนี้

ค่าร้อยละ

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนข้อมูลที่เก็บได้} \times 100}{\text{จำนวนตัวอย่าง}}$$

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

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

เมื่อ	$\bar{X}$	คือ	ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	คือ	ผลรวมของข้อมูลที่เก็บได้ทั้งหมด
	n	คือ	จำนวนตัวอย่าง

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 40)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ			
	S	คือ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum X^2$	คือ	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวที่ยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	คือ	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

5.2 การวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์.2538 : 125-126)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

เมื่อ			
	α	คือ	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	n	คือ	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	คือ	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแบบสอบถามทั้งฉบับ

5.3 การทดสอบสมมติฐานข้อ 1 ข้อ 2 และข้อ 3 จะใช้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หรือเชิงทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่

การทดสอบแบบ $t - test$ เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542:360) มีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	คือ	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\overline{x_1}$	คือ	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	$\overline{x_2}$	คือ	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	s_1^2	คือ	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	s_2^2	คือ	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1, n_2	คือ	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2

สำหรับการทดสอบแบบ F – test จะเป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มประชากรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542:393) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ($\alpha = 0.05$) มีสูตรดังนี้

ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) (อุดม สายะพันธุ์.2545:35)

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

เมื่อ	k	คือ	จำนวนประชากรที่นำมาทดสอบสมมุติฐาน
	n	คือ	จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้นที่เลือกมาจากประชากรทุกประชากร
	n_i	คือ	จำนวนตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากรที่ i
	X_{ij}	คือ	ค่าสังเกตซึ่งได้จากตัวอย่างที่ j ที่เลือกมาจากประชากรที่ i
	T_i	คือ	ผลรวมของค่าสังเกตจากตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากรที่ i
	T	คือ	ผลรวมของค่าสังเกตจากตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากรทุกประชากร
	SS(B)	คือ	ผลรวมกำลังสองระหว่างประชากร (Between Sum of Square)
	k-1	คือ	องศาแห่งความเป็นอิสระระหว่างประชากร (Between degree of Freedom)
	SS(w)	คือ	ผลรวมกำลังสองภายในประชากร (Within Sum of Square)
	n-k	คือ	องศาแห่งความเป็นอิสระภายในประชากร (Within degree of Freedom)
	MS(B)	คือ	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between group)
	MS(W)	คือ	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)
	F	คือ	ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤติจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 :333)

$$LSD = t_{\alpha/2 ; n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n}}$$

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

5.4 การทดสอบสมมติฐานข้อ 4 ทำโดยคำนวณหาค่า สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542 : 13) โดยมีสูตรดังนี้

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

เมื่อ	r	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน	ผลรวมคะแนนรายข้อ (Item) ของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum y$	แทน	ผลรวมคะแนนรวม (Total) ของทั้งกลุ่ม
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัวกำลังสอง
	$\sum y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y
	n	แทน	จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 316)

1. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 1 (ประมาณ 0.70 ถึง 0.90) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง (ถ้าสูงกว่า 0.90 ถือว่าอยู่ในระดับสูงมาก)
2. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0.50 (ประมาณ 0.30 ถึง 0.70) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง
3. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0.00 (ประมาณ 0.30 และต่ำกว่า) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ
4. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0.00 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง

ลักษณะที่สำคัญของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 310-311)

1. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00 ค่า -1.00 และ +1.00 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุดแต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกัน ส่วนค่า 0.00 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ข้อมูลมีความสัมพันธ์กันทางบวก หรือข้อมูลมีความสัมพันธ์ตามกัน หมายความว่า เหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนสูงในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนสูงในอีกตัวแปรหนึ่งด้วย หรือกล่าวในทางกลับกันว่า เหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนต่ำในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนต่ำในอีกตัวแปรหนึ่งด้วย

3. ข้อมูลมีความสัมพันธ์กันทางลบ หรือข้อมูลมีความสัมพันธ์ตรงกันข้าม หมายความว่า เหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนต่ำในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนสูงในอีกตัวแปรหนึ่งด้วย หรือกล่าวในทางกลับกันว่า เหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนสูงในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนต่ำในอีกตัวแปรหนึ่งด้วย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษาตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด การวิเคราะห์ข้อมูลและ การแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างของตัวแทนประกันชีวิต
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F - Distribution
F-Prob., Prob.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติ ด้านทักษะการขาย และด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท
อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสชัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล
แอสชัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา สถานภาพสมรส อายุงานตัวแทนประกันชีวิต
และสถานภาพของตัวแทนประกันชีวิต โดยแจกแจงจำนวน และร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนฯ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	197	50.1
หญิง	196	49.9
รวม	393	100
2. อายุ		
20 – 29 ปี	151	38.4
30 – 39 ปี	196	49.9
40 – 49 ปี	46	11.7
รวม	393	100
3. วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	44	11.2
ระดับปริญญาตรี	305	77.6
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	44	11.2
รวม	393	100

ตาราง 1 (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
4. สถานภาพสมรส		
โสด	256	65.1
สมรส	137	34.9
รวม	393	100
5. อายุงานตัวแทนประกันชีวิต		
ตัวแทนใหม่ (0-6 เดือน)	178	45.3
ตัวแทน (7-24 เดือน)	164	41.7
ตัวแทนอาวุโส/ผู้บริหารหน่วย (มากกว่า 24 เดือน)	51	13.0
รวม	393	100
6. สถานภาพตัวแทน		
ตัวแทนฟูลไทม์	150	38.2
ตัวแทนพาร์ทไทม์	243	61.8
รวม	393	100

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 393 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ตัวแทนที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 และเพศหญิง มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.9 โดยตัวแทนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

อายุ ตัวแทนที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ตัวแทนที่มีอายุ 30 - 39 ปี มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.9 รองลงมาคือ ตัวแทนที่มีอายุ 20 - 29 ปี มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 ตัวแทนที่มีอายุ 40 – 49 ปี มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และตัวแทนที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไปไม่พบในกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ

วุฒิการศึกษา ตัวแทนที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 77.6 รองลงมาคือ ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คือ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2

สถานภาพสมรส ตัวแทนที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ตัวแทนที่เป็นโสด มีจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 65.1 รองลงมาคือ ตัวแทนที่สมรสแล้ว มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 และไม่พบตัวแทนที่เป็นม่ายหรือหย่า

อายุงานตัวแทน ตัวแทนที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ตัวแทนใหม่ (0 - 6 เดือน) มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ ตัวแทน (7 – 24 เดือน) มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 ตัวแทนอาวุโส/ผู้บริหารหน่วย (มากกว่า 24 เดือน) มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

สถานภาพตัวแทน ตัวแทนที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ตัวแทนพาร์ทไทม์ มีจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 และ ตัวแทนฟูลไทม์ มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสชัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสชัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 2 แสดงผลปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทน

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต	ตอบถูก	ร้อยละ	ตอบผิด	ร้อยละ
1. ท่านรู้สึกเขินอายเมื่ออยู่ท่ามกลางผู้คนที่ไม่รู้จักจำนวนมากๆ	222	56.5	171	43.5
2. ท่านเป็นคนเจิบขริม และไม่กล้าแสดงออก	371	94.4	22	5.6
3. ท่านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี	248	63.1	145	36.9
4. ท่านเป็นคนที่ชอบวางแผนล่วงหน้า	254	64.6	139	35.4
5. ท่านเป็นคนเฉื่อยชา ไม่กระตือรือร้น	380	96.7	13	3.3

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต	ตอบถูก	ร้อยละ	ตอบผิด	ร้อยละ
6. ท่านเป็นคนที่พูดจาสุภาพ	344	87.5	49	12.5
7. ท่านเป็นคนที่มีความอารมณ์มั่นคง	164	41.7	229	58.3
8. ท่านเป็นคนที่มีความละเอียดรอบคอบ	229	58.3	164	41.7
9. ท่านเป็นคนที่ชอบแต่งกายตามสบายในทุกโอกาส	353	89.8	40	10.2
10.ท่านเป็นคนที่มีความใจหนักแน่น แม้พบความลำบาก	262	66.7	131	33.3

จากตาราง 2 แสดงผลปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนฯ

ในข้อ 1 ท่านรู้สึกเขินอายเมื่ออยู่ท่ามกลางผู้คนที่ไม่รู้จักจำนวนมากๆ มีผู้ตอบถูกจำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5

ในข้อ 2 ท่านเป็นคนใจเย็นขรึมและไม่กล้าแสดงออก มีผู้ตอบถูกจำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6

ในข้อ 3 ท่านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี มีผู้ตอบถูกจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 63.1 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9

ในข้อ 4 ท่านเป็นคนที่ชอบวางแผนล่วงหน้า มีผู้ตอบถูกจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4

ในข้อ 5 ท่านเป็นคนเฉื่อยชา ไม่กระตือรือร้น มีผู้ตอบถูกจำนวน 380 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ในข้อ 6 ท่านเป็นคนที่พูดจาสุภาพ มีผู้ตอบถูกจำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ในข้อ 7 ท่านเป็นคนที่มีความอารมณ์มั่นคง มีผู้ตอบถูกจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3

ในข้อ 8 ท่านตัวแทนฯ เป็นคนที่มีความละเอียดรอบคอบ มีผู้ตอบถูกจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7

ในข้อ 9 ท่านเป็นคนที่ชอบแต่งกายตามสบายในทุกโอกาส มีผู้ตอบถูกจำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

ในข้อ 10 ท่านเป็นคนที่มีความใจหนักแน่น แม้พบความลำบาก มีผู้ตอบถูกจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตาราง 3 แสดงจำนวนค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบุคลิกภาพของตัวแทนฯ

ระดับบุคลิกภาพของตัวแทน	จำนวน	ร้อยละ
ตัวแทนประกันชีวิตมีบุคลิกภาพอยู่ในระดับที่ดี (6 - 10 คะแนน)	288	73.3
ตัวแทนประกันชีวิตมีบุคลิกภาพอยู่ในระดับที่ไม่ดี (0 - 5 คะแนน)	105	26.7
รวม	393	100

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 393 คน เมื่อพิจารณาระดับของบุคลิกภาพ พบว่า ตัวแทนฯที่มีบุคลิกภาพอยู่ในระดับที่ดี มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 ส่วนตัวแทนฯที่มีบุคลิกภาพอยู่ในระดับที่ไม่ดี มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต
ของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 4 ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพ	ตอบ ถูก	ร้อยละ	ตอบ ผิด	ร้อยละ
1. เอไอเอได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือระดับ AAA ถึง 5 ปีซ้อน	285	72.5	108	27.5
2. ในเขตกรุงเทพมหานครได้มีการแบ่งกลุ่มตัวแทนของ เอไอเอออกเป็น 19 กลุ่มด้วยกัน	294	74.8	99	25.2
3. AIG เป็นกลุ่มบริษัทที่ประกอบแต่เฉพาะธุรกิจทางด้าน การประกันชีวิตเท่านั้น	360	91.6	33	8.4
4. ผู้มุ่งหวังที่มีอายุสูงกว่า 60 ปี จะไม่สามารถทำประกัน สุขภาพและค่าชดเชยรายวันเนื่องจากสุขภาพได้	301	76.6	92	23.4
5. มีบุคคลเพียง 2 ฝ่ายเท่านั้นที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย ได้แก่ผู้รับประกันภัย และ ผู้เอาประกันภัย	266	67.7	127	32.3
6. ตัวแทนประกันชีวิตที่ดี ควรมีการให้บริการที่ดีอย่าง สม่าเสมอ และชี้แจงให้ผู้เอาประกันฯทราบถึงสิทธิและ หน้าที่เพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้เอาประกัน	384	97.7	9	2.3
7. การปกปิดข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงของผู้เอาประกันซึ่งเป็น สารสำคัญในการพิจารณารับประกันชีวิตถือเป็นการผิด จรรยาบรรณของตัวแทนฯ	384	97.7	9	2.3

จากตาราง 4 แสดงผลปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนฯ

ในข้อ 1 เอไอเอได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือระดับ AAA ถึง 5 ปีซ้อน มีผู้ตอบถูกจำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5

ในข้อ 2 ในเขตกรุงเทพมหานครได้มีการแบ่งกลุ่มตัวแทนของเอไอเอออกเป็น 19 กลุ่มด้วยกัน มีผู้ตอบถูกจำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2

ในข้อ 3 AIG เป็นกลุ่มบริษัทที่ประกอบแต่เฉพาะธุรกิจทางด้านการประกันชีวิตเท่านั้น มีผู้ตอบถูกจำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 91.6 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4

ในข้อ 4 ผู้มุ่งหวังที่มีอายุสูงกว่า 60 ปี จะไม่สามารถทำประกันสุขภาพและค่าชดเชยรายวันเนื่องจากสุขภาพได้ มีผู้ตอบถูกจำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 76.6 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4

ในข้อ 5 มีบุคคลเพียง 2 ฝ่ายเท่านั้นที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัยได้แก่ผู้รับประกันภัย และ ผู้เอาประกันภัย มีผู้ตอบถูกจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3

ในข้อ 6 ตัวแทนประกันชีวิตที่ดี ควรมีการให้บริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ และชี้แจงให้ผู้เอาประกันฯทราบถึงสิทธิและหน้าที่เพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้เอาประกัน มีผู้ตอบถูกจำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ในข้อ 7 การปกปิดข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงของผู้เอาประกันซึ่งเป็นสาระสำคัญในการพิจารณารับประกันชีวิตถือเป็นการผิดจรรยาบรรณของตัวแทนฯ มีผู้ตอบถูกจำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 และมีผู้ตอบผิดจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตาราง 5 แสดงจำนวนค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนฯ

ระดับความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนฯ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวแทนประกันชีวิตมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก (4 - 7 คะแนน)	362	92.1
ตัวแทนประกันชีวิตมีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย (0 - 3 คะแนน)	31	7.9
รวม	393	100

จากตาราง 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 393 คน เมื่อพิจารณาระดับความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพ พบว่า ตัวแทนฯที่มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก มีจำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 92.1 ส่วนตัวแทนฯที่มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติ ด้านทักษะการขาย และด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 6 แสดงด้านทัศนคติของตัวแทนฯ

ทัศนคติของตัวแทนฯ	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ทัศนคติ		
						$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. อาชีพตัวแทนประกันชีวิตเป็นอาชีพที่ผู้คนทั่วไปไม่นิยมชมชอบ	160	175	47	9	2	4.23	0.78	ดีมาก
2. เอไอเอมีระบบการสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสารและการฝึกอบรมแก่ตัวแทนฯอย่างดียิ่ง	198	161	34	0	0	4.42	0.65	ดีมาก
3. ผู้บริหารหน่วยของท่านเป็นผู้ที่ให้คำปรึกษาที่ดีแก่ท่านและตัวแทนฯอื่น	241	133	19	0	0	4.56	0.59	ดีมาก
4. รางวัลและคุณสมบัติต่าง ๆ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านทำงาน	222	92	17	10	52	4.07	1.38	ดี
5. อาชีพตัวแทนประกันชีวิตเป็นอาชีพที่ให้ความอิสระในการทำงาน	200	171	22	0	0	4.45	0.6	ดีมาก
6. การเข้าฟังวิชาการต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มแนวทางในการขายประกันชีวิตให้แก่ท่าน	271	119	3	0	0	4.68	0.48	ดีมาก
7. สถานภาพทางการเงินของ เอไอเอสามารถสร้างความรู้สึกที่มั่นคงให้กับท่าน	210	127	56	0	0	4.39	0.72	ดีมาก
รวม						4.40		ดีมาก

จากตาราง 6 แสดงถึง ทักษะของตัวแทนฯโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับที่ดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. อาชีพตัวแทนประกันชีวิตเป็นอาชีพที่ผู้คนทั่วไปไม่นิยมชมชอบ พบว่าตัวแทนมีระดับทักษะที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23
2. เอไอเอมีระบบการสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสารและการฝึกอบรมแก่ตัวแทนอย่างดีเยี่ยม พบว่าตัวแทนมีระดับทักษะที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42
3. ผู้บริหารหน่วยของท่านเป็นผู้ที่ให้คำปรึกษาที่ดีแก่ท่านและตัวแทนอื่น พบว่าตัวแทนมีระดับทักษะที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56
4. รางวัลและคุณสมบัติต่างๆ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านทำงาน พบว่าตัวแทนมีระดับทักษะที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07
5. อาชีพตัวแทนประกันชีวิตเป็นอาชีพที่ให้ความอิสระในการทำงาน พบว่าตัวแทนมีระดับทักษะที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45
6. การเข้าฟังวิชาการต่างๆ จะช่วยเพิ่มแนวทางในการขายประกันชีวิตให้แก่ท่าน พบว่าตัวแทนมีระดับทักษะที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68
7. สถานภาพทางการเงินของ เอไอเอ สามารถสร้างความรู้สึกที่มั่นคงให้กับท่าน พบว่าตัวแทนมีระดับทักษะที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ตาราง 7 แสดงด้านทักษะการขายของตัวแทนฯ

ทักษะการขายของตัวแทนฯ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ทักษะการขาย		
	อย่างยิ่ง				อย่างยิ่ง	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
								ปานกลาง
1. การปิดการขายโดยใช้ใบร่างเป็นเทคนิคที่ให้ประสิทธิผลมากที่สุด	13	141	124	11	104	2.9	1.3	
2. การเข้าพบผู้มุ่งหวังที่มีความสนิทสนมกันกับตัวแทนฯ จำเป็นต้องมีขั้นตอนการเปิดใจ***	22	209	149	11	2	3.6	0.7	ดี
3. ตำแหน่งการนั่งที่เหมาะสม ตัวแทนฯควรนั่งทางด้านซ้ายมือของผู้มุ่งหวัง	3	21	340	23	6	3	0.5	ปานกลาง
4. การขายความดีริเริ่มแก่ผู้มุ่งหวังจะช่วยใจให้เกิดการซื้อมากกว่าการขายจากแบบฯ	29	231	125	5	3	3.7	0.7	ดี
5. ตัวแทนฯที่มีประสบการณ์แล้ว จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลของผู้มุ่งหวังก่อนการเข้าพบ***	125	114	148	6	0	3.9	0.9	ดี
6. การขอต่อรายชื่อภายหลังจากการเข้าพบผู้มุ่งหวังเป็นสิ่งที่ตัวแทนฯต้องยึดถือปฏิบัติ	94	290	6	1	2	4.20	0.5	ดี
7. ตัวแทนฯทุกคนควรให้ความสำคัญกับการส่งมอบกรมธรรม์แก่ผู้เอาประกันด้วยตนเองเสมอ	202	187	3	0	1	4.50	0.5	ดีมาก
รวม						3.68		ดี

***ในข้อ 2 และ 5 เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 7 แสดงถึง ทักษะการขายของตัวแทนโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การปิดการขายโดยใช้ใบร่างเป็นเทคนิคที่ให้ประสิทธิผลมากที่สุด พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87
2. การเข้าพบผู้มุ่งหวังที่มีความสนิทสนมกับตัวแทน ไม่จำเป็นต้องมีขั้นตอนการเปิดใจ พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61
3. ตำแหน่งการนั่งที่เหมาะสม ตัวแทนควรนั่งทางด้านซ้ายมือของผู้มุ่งหวัง พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98
4. การขายความคิดริเริ่มแก่ผู้มุ่งหวังจะช่วยจูงใจให้เกิดการซื้อมากกว่าการขายจากแบบฯ พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71
5. ตัวแทนที่มีประสบการณ์แล้ว ไม่จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลของผู้มุ่งหวังก่อนการเข้าพบ พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91
6. การขอต่อรายชื่อภายหลังจากการเข้าพบผู้มุ่งหวังเป็นสิ่งที่ตัวแทนต้องยึดถือปฏิบัติ พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20
7. ตัวแทนทุกคนควรให้ความสำคัญกับการส่งมอบกรรมธรรมแก่ผู้เอาประกันด้วยตนเองเสมอ พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

ตาราง 8 แสดงด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนฯ

อุปนิสัยการทำงานของตัวแทนฯ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	อุปนิสัยการทำงาน		
						$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
								ดี
1. ตัวแทนฯที่ดีควรจะแสวงหาผู้มุ่งหวังและมีการเข้าพบอย่างสม่ำเสมอ	225	166	2	0	0	4.6	0.5	ดีมาก
								ดี
2. ตัวแทนฯที่ดีควรแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยและเหมาะสมกับโอกาสเสมอ	223	166	4	0	0	4.6	0.5	ดีมาก
								ดี
3. ตัวแทนฯที่ประสบความสำเร็จในอาชีพแล้วจำเป็นต้องมีความอ่อนน้อมถ่อมตน***	236	148	7	1	1	4.6	0.6	ดีมาก
								ดี
4. การซอมบพขายจะช่วยเพิ่มความชำนาญในการขายให้กับตัวแทนฯ	198	189	5	0	1	4.5	0.6	ดีมาก
								ดี
5. ตัวแทนฯที่ดีควรมีการกำหนดรายชื่อผู้มุ่งหวังที่จะเข้าพบในแต่ละสัปดาห์	109	276	8	0	0	4.3	0.5	ดีมาก
								ดี
6. การไปถึงก่อนเวลานัดหมายเล็กน้อยเป็นข้อพึงปฏิบัติของตัวแทนฯที่ดี	189	191	10	2	1	4.4	0.60	ดีมาก
								ดี
7. ตัวแทนฯที่มีประสบการณ์ จำเป็นจะต้องเข้าฟังวิชาการอีก***	182	176	29	0	6	4.3	0.8	ดีมาก
								ดี
รวม						4.46		ดีมาก

***ในข้อ 3 และ 7 เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 8 แสดงถึง อุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับที่ดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ตัวแทนที่ดีควรจะแสวงหาผู้มุ่งหวังและมีการเข้าพบอย่างสม่ำเสมอ พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57
2. ตัวแทนที่ดีควรแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยและเหมาะสมกับโอกาสเสมอ พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56
3. ตัวแทนที่ประสบความสำเร็จในอาชีพแล้วไม่จำเป็นต้องมีความอ่อนน้อมถ่อมตน พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57
4. การซ่อมบอชขายจะช่วยเพิ่มความชำนาญในการขายให้กับตัวแทน พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48
5. ตัวแทนที่ดีควรมีการกำหนดรายชื่อผู้มุ่งหวังที่จะเข้าพบในแต่ละสัปดาห์ พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26
6. การไปถึงก่อนเวลานัดหมายเล็กน้อยเป็นข้อพึงปฏิบัติของตัวแทนที่ดี พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44
7. ตัวแทนที่มีประสบการณ์ ไม่จำเป็นจะต้องเข้าฟังวิชาการอีก พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 9 แสดงข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายของตัวแทนฯ

ความสำเร็จของตัวแทน	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	$\bar{x}$	SD
1. ผลงานปี 2544				
- จำนวนราย	80	0	10.74	15.73
- เบี้ยประกันนำส่ง	2200000	0	289791.35	465154.66
2. ผลงานปี 2545				
- จำนวนราย	70	0	15.47	15.77
- เบี้ยประกันนำส่ง	10990000	0	411465.44	688318.12
3. คุณวุฒิของตัวแทน				
- จำนวนคุณวุฒิ ปี 2543-2545	7	0	0.58	1.19

จากตาราง 9 แสดงแสดงข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายของตัวแทนฯ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. จำนวนราย ผลงานในปี 2544 ของตัวแทนฯมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.74 และผลงานในปี 2545 ของตัวแทนฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.47
2. เบี้ยประกันนำส่ง ผลงานในปี 2544 ของตัวแทนฯมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 289791.35 และผลงานในปี 2545 ของตัวแทนฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 411465.44
3. คุณวุฒิของตัวแทนฯ ปี 2543-2545 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.58

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน

1.1 เพศ

H₀ : ตัวแทนฯที่มีเพศต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตไม่ต่างกัน

H₁ : ตัวแทนฯที่มีเพศต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (Prob.) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 10

ความสำเร็จของตัวแทนฯ		t-test for Equality of Means				
		เพศ	$\bar{x}$	S.D.	t	df
1. ผลงานปี 2544						
- จำนวนราย	ชาย	11.78	17.01	1.32	391	0.188
	หญิง	9.69	14.3			
- จำนวนเบี้ย	ชาย	322477.16	511501.72	1.398	391	0.163
	หญิง	256938.78	412088.60			
2. ผลงานปี 2545						
- จำนวนราย	ชาย	15.81	15.66	0.459	391	0.646
	หญิง	15.13	13.85			
- จำนวนเบี้ย	ชาย	456184.88	882059.96	1.292	391	0.197
	หญิง	366517.83	407863.08			
3. คุณวุฒิทั้งหมด						
- ปี 2543-2545	ชาย	0.67	1.34	1.500	391	0.134
	หญิง	0.49	1.02			

ตาราง 10 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า จำนวนราย ในปี 2544 ของเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 11.78 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 9.69 จำนวนเบี้ย ในปี 2544 ของเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 322477.16 และเพศหญิงมี

ค่าเฉลี่ย 256938.78 จำนวนราย ในปี 2545 ของเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 15.81 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 15.13 จำนวนเบี้ย ในปี 2545 ของเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 456184.88 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 366517.83 จำนวน คุณวุฒิทั้งหมดของเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 0.67 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 0.49

จากการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีค่า Probability (p) มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแทนประกันชีวิตที่มีเพศต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตไม่ต่างกัน

1.2 อายุ

H_0 : ตัวแทนที่มีอายุต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตไม่ต่างกัน

H_1 : ตัวแทนที่มีอายุต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำเร็จในการขายประกันชีวิตของตัวแทนฯ

ความสำเร็จ ของตัวแทนฯ	20-29 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
1. ผลงานปี 2544						
- จำนวนราย	6.10	11.69	12.71	16.14	17.57	20.84
- เบี้ยประกันนำส่ง	168549.7	357724	329628	479781	518043	609883.85
2. ผลงานปี 2545						
- จำนวนราย	11.99	11.79	17.33	14.99	18.98	19.88
- เบี้ยประกันนำส่ง	284420.06	307265.55	416106	439503	808733	1661276.06
3. คุณวุฒิทั้งหมด						
- ปี 2543-2545	0.34	0.88	0.61	1.14	1.22	1.90

จากตาราง 11 พิจารณาความสำเร็จในการขายประกันชีวิตของตัวแทนฯ จำแนกตามช่วงอายุ โดยพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียดดังนี้

1. จำนวนราย ปี 2544 พบว่า ตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 17.57 รองลงมาคือตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ย 12.71 และตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าเฉลี่ย 6.10 ตามลำดับ
2. จำนวนเบี้ย ปี 2544 พบว่า ตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 518043.48 รองลงมาคือตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ย 329627.55 และตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าเฉลี่ย 168549.67 ตามลำดับ
3. จำนวนรายปี ปี 2545 พบว่า ตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 18.98 รองลงมาคือตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ย 17.33 และตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าเฉลี่ย 1.99 ตามลำดับ
4. จำนวนเบี้ยปี ปี 2545 พบว่า ตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 808732.61 รองลงมาคือตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ย 416106.06 และตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าเฉลี่ย 284420.06 ตามลำดับ
5. จำนวนคุณสมบัติทั้งหมด ตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 1.22 รองลงมาคือตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ย 0.61 และตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าเฉลี่ย 0.34 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบตัวแทนที่มีอายุต่างกัน ประสิทธิภาพสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

ความสำเร็จ ของตัวแทน	แหล่ง ความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. ผลงานในปี 2544						
- จำนวนราย	ระหว่าง	2	6154.767	3077.384	13.213**	0.000
	กลุ่ม					
	ภายใน	390	90835.238	232.911		
	กลุ่ม					
	รวม	392	96990.005			
- เบี้ยประกันนำส่ง	ระหว่าง	2	4927223788833.830	2463611894416.916	12.027**	0.000
	กลุ่ม					
	ภายใน	390	79889367101751.400	204844531030.132		
	กลุ่ม					
	รวม	392	84816590890585.200			
2. ผลงานในปี 2545						
- จำนวนราย	ระหว่าง	2	3066.840	1533.420	7.253**	0.001
	กลุ่ม					
	ภายใน	390	82449.074	211.408		
	กลุ่ม					
	รวม	392	85515.913			
- เบี้ยประกันนำส่ง	ระหว่าง	2	9701216105932.790	4850608052966.400	10.747**	0.000
	กลุ่ม					
	ภายใน	390	176021260297627.800	451336564865.712		
	กลุ่ม					
	รวม	392	185722476403560.600			
3. คุณสมบัติทั้งหมด						
- ปี 2543-2545	ระหว่าง				10.027**	0.000
	กลุ่ม	2	27.276	13.638		
	ภายใน					
	กลุ่ม	390	530.449	1.360		
	รวม	392	557.725			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวแทนที่มีช่วงอายุต่างกัน กับความสำเร็จในการขายประกันชีวิต โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความสำเร็จในการขายประกันของตัวแทน ทุกข้อ มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทน ในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนรายในปี 2544

ช่วงอายุ	$\bar{x}$	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี
		6.10	12.71	17.57
20-29 ปี	6.10		-6.61** (0.000)	-11.47** (0.000)
30-39 ปี	12.71			-4.86 (0.053)
40-49 ปี	17.57			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 13 พบว่า ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี กับตัวแทนที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าต่ำกว่าตัวแทนที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี ด้านจำนวนรายในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.61

ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี กับตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแทน ที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าต่ำกว่าตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี ด้านจำนวนรายในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.47

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทน ในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับความสำเร็จในการขาย
ประกันชีวิต ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544

ช่วงอายุ	$\bar{x}$	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี
		168549.67	329627.55	518043.48
20-29 ปี	168549.67		-161077.88** (0.001)	-349493.81** (0.000)
30-39 ปี	329627.55			-188415.93* (0.011)
40-49 ปี	518043.48			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 14 พบว่า ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี กับตัวแทนที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าต่ำกว่าตัวแทนที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 161077.88

ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี กับตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแทน ที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าต่ำกว่า ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 349493.81

ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี กับตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ตัวแทน ที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่าต่ำกว่า ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 188415.93

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทน ในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับความสำเร็จในการขาย
ประกันชีวิต ด้านจำนวนราย ปี 2545

ช่วงอายุ	$\bar{x}$	20-29 ปี	30-39 ปี	0-49 ปี
		11.99	17.33	18.98
20-29 ปี	11.99		-5.33** (0.001)	-6.98** (0.005)
30-39 ปี	17.33			-1.65 (0.488)
40-49 ปี	18.98			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 15 พบว่า ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี กับตัวแทนที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าต่ำกว่าตัวแทนที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี ด้านจำนวนรายในปี 2545 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.33

ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี กับตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแทน ที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าต่ำกว่า ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี ด้านจำนวนรายในปี 2545 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.98

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวเร็นส์ จำกัด ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับความสำเร็จในการขาย
ประกันชีวิต ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2545

ช่วงอายุ	$\bar{x}$	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี
		284420.06	416106.06	808732.61
20-29 ปี	284420.06		-131686.00 (0.071)	-524312.55** (0.000)
30-39 ปี	416106.06			-392626.55** (0.000)
40-49 ปี	808732.61			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 16 พบว่า ตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี กับตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2545 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 524312.55

ตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี กับตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแทนฯ ที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2545 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 392626.55

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทน ในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับความสำเร็จในการขาย
ประกันชีวิต ด้านจำนวนคุณสมบัติที่ได้รับ

ช่วงอายุ	$\bar{x}$	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี
		0.34	0.61	1.22
20-29 ปี	0.34		-0.27* (0.035)	-0.87** (0.000)
30-39 ปี	0.61			-0.61** (0.002)
40-49 ปี	1.22			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 17 พบว่า ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี กับตัวแทนที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าต่ำกว่าตัวแทนที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี ด้านจำนวนคุณสมบัติที่ได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี กับตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแทน ที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีค่าต่ำกว่าตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี ด้านจำนวนคุณสมบัติที่ได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.87

ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี กับตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแทน ที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีค่าต่ำกว่าตัวแทนที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี ด้านจำนวนคุณสมบัติที่ได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.61

1.3 วุฒิการศึกษา

H_0 : ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตไม่ต่างกัน

H_1 : ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำเร็จในการขายประกันชีวิตของตัวแทน

จำแนกตามวุฒิการศึกษา

ความสำเร็จ ของตัวแทน	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
1. ผลงานปี 2544						
- จำนวนราย	9.30	17.47	11.39	15.87	7.64	12.46
- เบี้ยประกันนำส่ง	145704.5	286961.1	318642.6	489711.1	233886.3	405383.1
	5	9	2	6	6	5
2. ผลงานปี 2545						
- จำนวนราย	13.05	17.09	16.15	14.86	13.2	11.05
- เบี้ยประกันนำส่ง	257312.0	340272.0	438391.9	749696.3	378969.4	446406.5
	7	0	0	2	1	5
3. คุณวุฒิทั้งหมด						
- ปี 2543-2545	0.43	1.17	0.63	1.24	0.41	0.84

จากตาราง 18 พิจารณาความสำเร็จในการขายประกันชีวิตของตัวแทน จำแนกตามช่วงอายุ โดยพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียดดังนี้

1. จำนวนราย ปี 2544 พบว่า ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 11.39 รองลงมาคือตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 9.30 และตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 7.64 ตามลำดับ

2. จำนวนเบี้ย ปี 2544 พบว่า ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 318642.62 รองลงมาคือตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 233886.36 และตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 145704.55 ตามลำดับ

3. จำนวนรายปี 2545 พบว่า ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 16.15 รองลงมาคือตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 13.20 และตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 13.05 ตามลำดับ

4. จำนวนเบี้ยปี 2545 พบว่า ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 438391.90 รองลงมาคือตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 378969.41 และตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 257312.07 ตามลำดับ

5. จำนวนคุณสมบัติทั้งหมด ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 0.63 รองลงมาคือตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 0.43 และตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 0.41 ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขาย
ประกันชีวิตต่างกัน

ความสำเร็จ ของตัวแทน	แหล่ง ความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. ผลงานในปี 2544						
- จำนวนราย	ระหว่าง	2	645.877	322.939	1.307	0.272
	กลุ่ม					
	ภายใน	390	96344.128	247.036		
	กลุ่ม					
	รวม	392	96990.005			
- เบี้ยประกันนำส่ง	ระหว่าง	2	1304881253774.512	652440626887.256	3.047*	0.049
	กลุ่ม					
	ภายใน	390	83511709636810.800	214132588812.335		
	กลุ่ม					
	รวม	392	84816590890585.300			
2. ผลงานในปี 2545						
- จำนวนราย	ระหว่าง	2	624.485	312.242	1.434	0.239
	กลุ่ม					
	ภายใน	390	84891.429	217.670		
	กลุ่ม					
	รวม	392	85515.913			
- เบี้ยประกันนำส่ง	ระหว่าง	2	1313182705440.922	656591352720.461	1.389	0.251
	กลุ่ม					
	ภายใน	390	184409293698119.800	472844342815.692		
	กลุ่ม					
	รวม	392	185722476403560.700			
3. คุณสมบัติทั้งหมด						
- ปี 2543-2545	ระหว่าง					
	กลุ่ม	2	2.903	1.452	1.020	0.361
	ภายใน					
	กลุ่ม	390	554.822	1.423		
	รวม	392	557.725			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันกับความสำเร็จในการขายประกันชีวิต โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า เบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทน ในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด ที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน กับความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ด้านเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544

คุณสมบัติ	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาดรี	ปริญญาดรี	สูงกว่าปริญญาดรี
		145704.55	318642.62	233886.36
ต่ำกว่าปริญญาดรี	145704.55		-172938.08* (0.021)	-88181.82 (0.372)
ปริญญาดรี	318642.62			84756.26 (0.257)
สูงกว่าปริญญาดรี	233886.36			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 20 พบว่า ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาดรี กับตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาดรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาดรี มีค่าต่ำกว่าตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาดรี ด้านเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 172938.08

1.4 สถานภาพสมรส

- H_0 : ตัวแทนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตไม่ต่างกัน
- H_1 : ตัวแทนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (Prob.) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 21

ความสำเร็จของตัวแทนฯ		t-test for Equality of Means				
		สถานภาพ	$\bar{x}$	S.D.	t	df prob.
1. ผลงานปี 2544						
- จำนวนราย	โสด		8.06	13.98	-4.733**	391 0.000
	สมรส		15.74	17.55		
- จำนวนเบี้ย	โสด		224746.09	431108.30	-3.856**	391 0.000
	สมรส		411335.77	502323.39		
2. ผลงานปี 2545						
- จำนวนราย	โสด		13.42	13.79	-3.824**	391 0.000
	สมรส		19.30	15.80		
- จำนวนเบี้ย	โสด		326969.01	403689.93	-3.370**	391 0.000
	สมรส		569356.57	1010689.75		
3. คุณวุฒิทั้งหมด						
- ปี 2543-2545	โสด		0.45	1.01	-3.005**	391 0.003
	สมรส		0.82	1.44		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 21 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า จำนวนราย ในปี 2544 ของตัวแทนที่โสด มีค่าเฉลี่ย 8.06 และตัวแทนที่สมรสแล้วมีค่าเฉลี่ย 15.74 จำนวนเบี้ย ในปี 2544 ของตัวแทนที่โสด มีค่าเฉลี่ย 224764.09 และตัวแทนที่สมรสแล้วมีค่าเฉลี่ย 411335.77 จำนวนราย ในปี 2545 ของตัวแทนที่โสด มีค่าเฉลี่ย 13.42 และตัวแทนที่สมรสแล้วมีค่าเฉลี่ย 19.30 จำนวนเบี้ย ในปี 2545 ของตัวแทนที่โสด มีค่าเฉลี่ย 326969.01 และตัวแทนที่สมรสแล้วมีค่าเฉลี่ย 569356.57 จำนวนคุณวุฒิทั้งหมดของตัวแทนที่โสด มีค่าเฉลี่ย 0.45 และตัวแทนที่สมรสแล้วมีค่าเฉลี่ย 0.82

จากการวิเคราะห์การเปรียบเทียบสถานภาพสมรสกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีค่า Probability (p) น้อยกว่า 0.05 ทุกด้าน นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแทนฯที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

1.5 อายุงานของตัวแทนฯ

H_0 : ตัวแทนฯที่มีอายุงานต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตไม่ต่างกัน

H_1 : ตัวแทนฯที่มีอายุงานต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตาราง 22

ความสำเร็จของ ตัวแทนฯ	0-6 เดือน		7-24 เดือน		มากกว่า 24 เดือน	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
1. ผลงานปี 2544						
- จำนวนราย	0.13	1.53	14.66	14.35	35.12	14.27
- เบี้ยประกันนำส่ง	2247.19	23662.07	353158.54	383572.26	1089607.8	504674.00
2. ผลงานปี 2545						
- จำนวนราย	5.03	6.48	20.77	12.07	34.86	14.93
- เบี้ยประกันนำส่ง	128677.41	198203.07	467575.23	364904.21	1218019.6	1477410
3. คุณวุฒิทั้งหมด						
- ปี 2543-2545	0.05	0.23	0.54	1.01	2.57	1.62

จากตาราง 22 พิจารณาความสำเร็จในการขายประกันชีวิตของตัวแทนฯ จำแนกตามอายุงานของตัวแทนฯ โดยพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียดดังนี้

1. จำนวนราย ปี 2544 พบว่า ตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 35.12 รองลงมาคือตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่าเฉลี่ย 14.66 และตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าเฉลี่ย 0.13 ตามลำดับ
2. จำนวนเบี้ย ปี 2544 พบว่า ตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 1089607.80 รองลงมาคือตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่าเฉลี่ย 353158.54 และตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าเฉลี่ย 2247.19 ตามลำดับ
3. จำนวนราย ปี 2545 พบว่า ตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 34.86 รองลงมาคือตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่าเฉลี่ย 20.77 และตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าเฉลี่ย 5.03 ตามลำดับ
4. จำนวนเบี้ยปี 2545 พบว่า ตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 1218019.6 รองลงมาคือตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่าเฉลี่ย 467575.23 และตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าเฉลี่ย 128677.41ตามลำดับ
5. จำนวนคุณสมบัติทั้งหมด ตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 2.57 รองลงมาคือตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่าเฉลี่ย 0.54 และตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าเฉลี่ย 0.04 ตามลำดับ

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบตัวแทนฯ ที่มีอายุงานต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกัน
ชีวิตต่างกัน

ความสำเร็จ ของตัวแทนฯ	แหล่ง ความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. ผลงานในปี 2544						
- จำนวนราย	ระหว่าง	2	52853.392	26426.696	233.512**	0.000
	กลุ่ม					
	ภายใน	390	44136.613	113.171		
	กลุ่ม					
	รวม	392	96990.005			
- เบี้ยประกันนำส่ง	ระหว่าง	2	48000885732078.200	24000442866039.11	254.244**	0.000
	กลุ่ม			0		
	ภายใน	390	36815705158507.030	94399243996.172		
	กลุ่ม					
	รวม	392	84816590890585.200			
2. ผลงานในปี 2545						
- จำนวนราย	ระหว่าง	2	43170.881	21585.441	198.803**	0.000
	กลุ่ม					
	ภายใน	390	42345.032	108.577		
	กลุ่ม					
	รวม	392	85515.913			
- เบี้ยประกันนำส่ง	ระหว่าง	2	47927827860570.700	23963913930285.37	67.825**	0.000
	กลุ่ม			0		
	ภายใน	390	137794648542989.900	353319611648.692		
	กลุ่ม					
	รวม	392	185722476403560.700			
3. คุณวุฒิทั้งหมด						
- ปี 2543-2545	ระหว่าง				161.752**	0.000
	กลุ่ม	2	252.874	126.437		
	ภายใน					
	กลุ่ม	390	304.851	0.782		
	รวม	392	557.725			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 23 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวแทนที่มีอายุงานต่างกัน กับความสำเร็จในการขายประกันชีวิต โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความสำเร็จในการขายประกันฯของตัวแทนฯ ทุกข้อ มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบ เชนซ์อื่น (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังต่อไปนี้

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน กับความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนรายในปี 2544

อายุงานตัวแทนฯ	$\bar{x}$	0-6 เดือน	7-24 เดือน	มากกว่า 24 เดือน
		0.13	14.66	35.21
0-6 เดือน	0.13		-14.53** (0.000)	-34.98** (0.000)
7-24 เดือน	14.66			-20.45** (0.000)
มากกว่า 24 เดือน	35.21			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 24 พบว่า ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน ด้านจำนวนรายในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 14.53

ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน ด้านจำนวนรายในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 34.98

ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน ด้านจำนวนรายในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 20.45

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวเร็นส์ จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน กับความสำเร็จในการขาย
ประกันชีวิต ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544

อายุงานตัวแทนฯ	$\bar{x}$	0-6 เดือน	7-24 เดือน	มากกว่า 24 เดือน
		2247.19	353158.54	1089607.84
0-6 เดือน	2247.19		-350911.35** (0.000)	-1087360.65** (0.000)
7-24 เดือน	353158.54			-736449.31** (0.000)
มากกว่า 24 เดือน	1089607.84			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 25 พบว่า ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 350911.35

ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1087360.65

ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2544 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 736449.31

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทน ในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวเร็นส์ จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน กับความสำเร็จในการขาย
ประกันชีวิต ด้านจำนวนรายในปี 2545

อายุงานตัวแทน	$\bar{x}$	0-6 เดือน	7-24 เดือน	มากกว่า 24 เดือน
		5.03	20.77	34.86
0-6 เดือน	5.03		-15.73** (0.000)	-29.83** (0.000)
7-24 เดือน	20.77			-14.09** (0.000)
มากกว่า 24 เดือน	34.86			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 26 พบว่า ตัวแทนที่มีอายุงาน 0-6 เดือน กับตัวแทนที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนที่มีอายุงาน 7-24 เดือน ด้านจำนวนรายในปี 2545 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.73

ตัวแทนที่มีอายุงาน 0-6 เดือน กับตัวแทนที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน ด้านจำนวนรายในปี 2545 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 29.83

ตัวแทนที่มีอายุงาน 7-24 เดือน กับตัวแทนที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน ด้านจำนวนรายในปี 2545 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 14.19

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท
อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวเร็นส์ จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน กับความสำเร็จในการขาย
ประกันชีวิต ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2545

อายุงานตัวแทนฯ	$\bar{x}$	0-6 เดือน	7-24 เดือน	มากกว่า 24 เดือน
		128677.41	467575.23	1218019.61
0-6 เดือน	128677.41		-338897.82** (0.000)	-1089342.20** (0.000)
7-24 เดือน	467575.23			-750444.38** (0.000)
มากกว่า 24 เดือน	1218019.61			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 27 พบว่า ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2545 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 338897.82

ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2545 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1089342.20

ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน ด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งในปี 2545 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 750444.38

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนฯ ในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน กับความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ด้านจำนวนคุณสมบัติที่ได้รับ

อายุงานตัวแทนฯ		0-6 เดือน	7-24 เดือน	มากกว่า 24 เดือน
$\bar{x}$		0.04	0.54	2.57
0-6 เดือน	0.04		-0.50** (0.000)	-2.52** (0.000)
7-24 เดือน	0.54			-2.03** (0.000)
มากกว่า 24 เดือน	2.57			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 28 พบว่า ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน ด้านจำนวนคุณสมบัติที่ได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.50

ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 0-6 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน ด้านจำนวนคุณสมบัติที่ได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52

ตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน กับตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.01 หมายความว่าตัวแทนฯที่มีอายุงาน 7-24 เดือน มีค่าต่ำกว่าตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน ด้านจำนวนคุณสมบัติที่ได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.03

1.6 สถานภาพการทำงานของตัวแทน

H_0 : ตัวแทนฯที่มีสถานภาพการทำงานต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตไม่ต่างกัน

H_1 : ตัวแทนฯที่มีสถานภาพการทำงานต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (Prob.) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 29

ตาราง 29 ผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแทนที่มีสถานภาพการทำงานต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

ความสำเร็จของตัวแทน		t-test for Equality of Means				
	สถานภาพ	$\bar{x}$	S.D.	t	df	prob.
1. ผลงานปี 2544						
- จำนวนราย	Fulltime	21.81	17.87	13.155**	391	0.000
	Parttime	3.90	9.01			
- จำนวนเบี้ย	Fulltime	612000.00	570397.93	12.851**	391	0.000
	Parttime	90897.12	214681.16			
2. ผลงานปี 2545						
- จำนวนราย	Fulltime	24.87	16.03	11.441**	391	0.000
	Parttime	9.67	10.32			
- จำนวนเบี้ย	Fulltime	712087.22	990043.78	7.234**	391	0.000
	Parttime	225896.43	270832.28			
3. คุณวุฒิทั้งหมด						
- ปี 2543-2545	Fulltime	1.29	1.54	10.539**	391	0.000
	Parttime	0.14	0.58			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 29 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า จำนวนราย ในปี 2544 ของตัวแทน Fulltime มีค่าเฉลี่ย 21.81 และ ตัวแทน Parttimeมีค่าเฉลี่ย 3.90 จำนวนเบี้ย ในปี 2544 ของตัวแทน Fulltime มีค่าเฉลี่ย 612000.00 และ ตัวแทน Parttimeมีค่าเฉลี่ย 90897.12 จำนวนราย ในปี 2545 ของตัวแทน Fulltime มีค่าเฉลี่ย 24.87 และ ตัวแทน Parttime มีค่าเฉลี่ย 9.67 จำนวนเบี้ย ในปี 2545 ของตัวแทน Fulltime มีค่าเฉลี่ย 712087.22และ ตัวแทน Parttime มีค่าเฉลี่ย 225896.43 จำนวนคุณวุฒิทั้งหมดของตัวแทน Fulltime มีค่าเฉลี่ย 1.29 และตัวแทน Parttime มีค่าเฉลี่ย 0.14

จากการวิเคราะห์การเปรียบเทียบสถานภาพการทำงานกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีค่า Probability (p) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแทนที่มีสถานภาพการทำงานต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน

- H_0 : ตัวแทนที่มีบุคลิกภาพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตไม่ต่างกัน
- H_1 : ตัวแทนที่มีบุคลิกภาพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (Prob.) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 30

ตาราง 30 ผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแทนที่มีบุคลิกภาพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

ความสำเร็จของตัวแทน		t-test for Equality of Means				
	บุคลิกภาพ	$\bar{x}$	S.D.	t	df	p
1. ผลงานปี 2544						
- จำนวนราย	ไม่ดี	2.20	6.34	-6.689	391	0.000
	ดี	13.85	16.94			
- เบี้ยประกันนำส่ง	ไม่ดี	54504.76	193231.58	-6.351	391	0.000
	ดี	375572.92	504341.34			
2. ผลงานปี 2545						
- จำนวนราย	ไม่ดี	7.90	8.49	-6.449	391	0.000
	ดี	18.23	15.60			
- เบี้ยประกันนำส่ง	ไม่ดี	176708.10	245092.11	-4.167	391	0.000
	ดี	497054.05	773198.27			
3. จำนวนคุณสมบัติทั้งหมด						
- ปี 2543-2545	ไม่ดี	0.09	0.37	-5.119	391	0.000
	ดี	0.76	1.33			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 30 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า จำนวนราย ในปี 2544 ของตัวแทนที่บุคลิกภาพไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 2.20 และตัวแทนที่บุคลิกภาพดีมีค่าเฉลี่ย 13.85 จำนวนเบี้ย ในปี 2544 ของตัวแทนที่บุคลิกภาพไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 54504.76 และตัวแทนที่บุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 375572.92 จำนวนราย ในปี 2545 ของตัวแทนที่บุคลิกภาพไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 7.90 และตัวแทนที่บุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 18.23 จำนวนเบี้ย ในปี 2545 ของตัวแทนที่บุคลิกภาพไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 176708.10 และตัวแทนที่บุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 497054.05 จำนวนคุณสมบัติทั้งหมดของตัวแทนที่บุคลิกภาพไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 0.09 และตัวแทนที่บุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 0.76

จากการวิเคราะห์การเปรียบเทียบบุคลิกภาพกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีค่า Probability (p) น้อยกว่า 0.05 ทุกด้าน นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแทนที่มีบุคลิกภาพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน

H_0 : ตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตไม่ต่างกัน

H_1 : ตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (Prob.) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 31

ตาราง 31 ผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

ความสำเร็จของตัวแทน		t-test for Equality of Means				
	ความรู้	$\bar{x}$	S.D.	t	df	p
1. ผลงานปี 2544						
- จำนวนราย	น้อย	3.03	8.92	-2.868	391	0.004
	มาก	11.40	16.02			
- เบี้ยประกันนำส่ง	น้อย	106935.48	354388.39	-2.293	391	0.22
	มาก	305450.28	470526.23			
2. ผลงานปี 2545						
- จำนวนราย	น้อย	6.29	9.03	-3.662	391	0.000
	มาก	16.26	14.91			
- เบี้ยประกันนำส่ง	น้อย			-2.195	391	0.029
	มาก					
3. จำนวนคุณสมบัติทั้งหมด						
- ปี 2543-2545	น้อย	0.16	0.52	-2.045	391	0.041
	มาก	0.62	1.23			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 31 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า จำนวนราย ในปี 2544 ของตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.03 และตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมาก มีค่าเฉลี่ย 11.40 จำนวนเบี้ย ในปี 2544 ของตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพน้อย มีค่าเฉลี่ย 106935.48 และตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมาก มีค่าเฉลี่ย 305450.28 จำนวนราย ในปี 2545 ของตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพน้อย มีค่าเฉลี่ย 6.29 และตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมาก มีค่าเฉลี่ย 16.26 จำนวนเบี้ย ในปี 2545 ของตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพน้อย มีค่าเฉลี่ย 152322.58 และตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมาก มีค่าเฉลี่ย 422657.23 จำนวนคุณสมบัติทั้งหมดของตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพน้อย มีค่าเฉลี่ย 0.16 และตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมาก มีค่าเฉลี่ย 0.62

จากการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพกับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีค่า Probability (p) น้อยกว่า 0.05 ทุกด้าน นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต มีความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

- H_0 : ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ ทักษะการคิด ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต
- H_1 : ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ ทักษะการคิด ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (Prob.) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังต่อไปนี้

ตาราง 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ ทักษะการคิด ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ จำนวนรายปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่ง ปี 2544 จำนวนรายปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่ง ปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิของตัวแทน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ	จำนวนรายปี 2544		
	n	Pearson	sig
ด้านทักษะการคิด	393	0.286**	0.000
ด้านทักษะการขาย	393	0.190**	0.000
ด้านอุปนิสัยการทำงาน	393	0.291**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 32 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ	จำนวนเบี่ยงปี 2544		
	n	Pearson	sig
ด้านทัศนคติ	393	0.273**	0.000
ด้านทักษะการขาย	393	0.224**	0.000
ด้านอุปนิสัยการทำงาน	393	0.259**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ	จำนวนรายปี 2545		
	n	Pearson	sig
ด้านทัศนคติ	393	0.264**	0.000
ด้านทักษะการขาย	393	0.185**	0.000
ด้านอุปนิสัยการทำงาน	393	0.313**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ	จำนวนเบี่ยงปี 2545		
	n	Pearson	sig
ด้านทัศนคติ	393	0.232**	0.000
ด้านทักษะการขาย	393	0.121*	0.016
ด้านอุปนิสัยการทำงาน	393	0.222**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 32 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ	จำนวนคุณวุฒิ		
	n	Pearson	sig
ด้านทัศนคติ	393	0.251**	0.000
ด้านทักษะการขาย	393	0.137**	0.007
ด้านอุปนิสัยการทำงาน	393	0.261**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นความสำเร็จของตัวแทนฯ ได้แก่ จำนวนราย ปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่ง ปี 2544 จำนวนราย ปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่ง ปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิของตัวแทนฯ กับปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนฯ ได้แก่ ทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์เป็นรายข้อได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของตัวแทนฯด้านจำนวนรายของปี 2544 กับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของตัวแทนฯด้านทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000 ตามลำดับ นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนฯ ได้แก่ทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน กับความสำเร็จของตัวแทนฯในด้าน จำนวนรายของปี 2544 มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.286, 0.190, 0.291 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 28.6, 19.0, 29.1 ตามลำดับ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อตัวแทนฯมีทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงานที่ดี จะทำให้ความสำเร็จของตัวแทนฯด้านจำนวนรายของปี 2544 สูง

2. ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของตัวแทนฯด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 กับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของตัวแทนฯด้านทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000 ตามลำดับ นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนฯ ได้แก่ทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน กับความสำเร็จของตัวแทนฯในด้าน จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.286, 0.190, 0.291 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 28.6, 19.0, 29.1 ตามลำดับ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อตัวแทนฯมีทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงานที่ดี จะทำให้ความสำเร็จของตัวแทนฯด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 สูง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของตัวแทนด้านจำนวนรายของปี 2545 กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนด้านทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000 ตามลำดับ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทน ได้แก่ทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน กับความสำเร็จของตัวแทนในด้าน จำนวนรายของปี 2545 มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.264, 0.185, 0.313 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 26.4, 18.5, 31.3 ตามลำดับ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อตัวแทนมีทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงานที่ดี จะทำให้ความสำเร็จของตัวแทนด้านจำนวนรายของปี 2545 สูง

4. ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของตัวแทนด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนด้านทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000, 0.016, 0.000 ตามลำดับ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทน ได้แก่ทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน กับความสำเร็จของตัวแทนในด้าน จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.286, 0.190, 0.291 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 28.6, 19.0, 29.1 ตามลำดับ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อตัวแทนมีทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงานที่ดี จะทำให้ความสำเร็จของตัวแทนด้านจำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 สูง

5. ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของตัวแทนด้านจำนวนคุณวุฒิ กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนด้านทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000, 0.016, 0.000 ตามลำดับ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทน ได้แก่ทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน กับความสำเร็จของตัวแทนในด้าน จำนวนคุณวุฒิ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.286, 0.190, 0.291 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 28.6, 19.0, 29.1 ตามลำดับ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อตัวแทนมีทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงานที่ดี จะทำให้ความสำเร็จของตัวแทนด้านจำนวนคุณวุฒิ สูง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต ด้านลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษา สถานภาพการสมรส อายุงาน และสถานภาพการทำงาน ด้านบุคลิกภาพ ด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพ และ ด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต : กรณีศึกษา ตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด เพื่อให้บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด นำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และกำหนดหลักสูตรการฝึกอบรมตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทฯ ต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
2. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
3. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
4. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
2. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
3. ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน
4. ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต

วิธีการดำเนินการค้นคว้า

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Specific Sampling) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545) โดยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอจำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สามารถให้ข้อมูลในเรื่องที่สนใจศึกษา และเพื่อสะดวกต่อการแจกแบบสอบถาม จะเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545) โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับตัวแทนประกันชีวิตที่มีสำนักงานตัวแทนอยู่ในอาคาร เอ.ไอ.เซ็นเตอร์ ถนนสาทร และอาคารชาเตอร์สแควร์ ถนนสาทร

พิจารณาจากตารางของ ทาโร ยามาเน่ (เพ็ญแข แสงแก้ว. 2540 : 59) ความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 393 ราย

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อน = 0.05

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{20,000}{1 + 20,000(0.05)^2}$$

$$n = 392.16 \text{ ราย}$$

ทำให้เป็นจำนวนที่ลงตัว ดังนั้นจะได้ n = 393 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- | | |
|-----------|---|
| ส่วนที่ 1 | ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต เป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) โดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว มีจำนวน 6 ข้อ |
| ส่วนที่ 2 | ปัจจัยด้านความบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต เป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) คือ ใช่ และ ไม่ใช่ โดยให้เลือกตอบข้อใดข้อหนึ่ง เพียงข้อเดียว มีจำนวน 10 ข้อ |
| ส่วนที่ 3 | ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต เป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) คือ ใช่ และ ไม่ใช่ โดยให้เลือกตอบข้อใดข้อหนึ่ง เพียงข้อเดียว มีจำนวน 7 ข้อ |
| ส่วนที่ 4 | ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านทักษะการขาย และ ด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีจำนวน 21 ข้อ |
| ส่วนที่ 5 | ความสำเร็จในการขายประกันชีวิต เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบลงในช่องว่าง มีจำนวน 3 ข้อ |

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันในเขตกรุงเทพมหานคร ของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่แหล่งต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ดังนี้

- 1.1 เอกสารต่าง ๆ จากบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด
- 1.2 หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ
- 1.3 หนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ
- 1.4 ข้อมูลจากเว็บไซต์ ไซด์ <http://www.aia.co.th/> (บริษัท เอไอเอ จำกัด), <http://www.moc.go.th/> (กรมการประกันภัย), <http://tiaa.org.th/> (สมาคมประกันชีวิต)

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 393 คน มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 2.1 ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทำหนังสือขอความร่วมมือไปยังบริษัท เอไอเอ จำกัด เพื่อขอศึกษาข้อมูลจากตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทเอไอเอจำกัด
- 2.2 การส่งแบบสอบถาม ได้ส่งพร้อมหนังสือขออนุญาต ให้กับตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ จำกัด ด้วยตนเอง และเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามภายใน 4 สัปดาห์
- 2.3 เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

2. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษา สถานภาพการสมรส อายุงาน และสถานภาพการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 4 ปัจจัยลักษณะการทำงาน ด้านทัศนคติ ด้านทักษะการขาย และด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต

ส่วนที่ 5 ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต เป็นคำถามปลายเปิด นามาคิดเป็นคำร้อยละและแจกแจงความถี่

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติ ด้านทักษะการขาย และด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์ จำกัด (เอไอเอ) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษา สถานภาพการสมรส อายุงาน และสถานภาพการทำงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ในด้านเพศ สถานภาพการสมรส และสถานภาพการทำงานที่ต่างกัน ใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t -Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ส่วนด้านอายุ วุฒิการศึกษา และอายุงาน ใช้การทดสอบค่า F-Test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t -Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตชีวิต ได้แก่ ทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวเป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด คือ ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ ทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน กับ ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ จำนวนราย ปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่ง ปี 2544 จำนวนราย ปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่ง ปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิ

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ ตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด สรุปผลได้ดังนี้

ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ)

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.1 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.9 โดย ตัวแทนฯส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.9 รองลงมาคือ ตัวแทนฯที่มีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.4 ตัวแทนฯที่มีอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.7 และไม่พบตัวแทนฯที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปในกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งตัวแทนฯส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77.6 รองลงมาคือ ตัวแทนฯที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.2 และตัวแทนฯที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.2

ส่วนสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างตัวแทนฯ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 65.1 และรองลงมาคือ ตัวแทนฯที่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 34.9 จากอายุงานของตัวแทนฯ พบว่า ตัวแทนฯ ส่วนใหญ่มีอายุงาน 0-6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ ตัวแทนฯ ที่มีอายุงาน 7-24 เดือน คิดเป็นร้อยละ 41.7 ตัวแทนฯที่มีอายุงานมากกว่า 24 เดือน คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ ด้านสถานภาพการทำงานของตัวแทนฯ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นตัวแทนฯพาร์ทไทม์ คิดเป็นร้อยละ 61.8 และรองลงมาเป็นตัวแทนฯฟูลไทม์ คิดเป็นร้อยละ 38.2 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต ในเขตกรุงเทพมหานคร ของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ)

จากการศึกษาข้อมูลด้านบุคลิกภาพของตัวแทนฯ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า จำนวนราย ในปี 2544 ของตัวแทนที่บุคลิกภาพดีมีค่าเฉลี่ย 13.85 มากกว่าตัวแทนที่บุคลิกภาพไม่ดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.20 จำนวนเบี้ย ในปี 2544 ของตัวแทนที่บุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 375572.92 มากกว่าตัวแทนที่บุคลิกภาพไม่ดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 54504.76 จำนวนราย ในปี 2545 ของตัวแทนที่บุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 18.23 มากกว่าตัวแทนที่บุคลิกภาพไม่ดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 7.90 จำนวนเบี้ย ในปี 2545 ของตัวแทนที่บุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 497054.05 มากกว่าตัวแทนที่บุคลิกภาพไม่ดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 176708.10 และ จำนวนคุณสมบัติทั้งหมดของตัวแทนที่บุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 0.76 มากกว่าตัวแทนที่บุคลิกภาพไม่ดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 0.09

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต ในเขต กรุงเทพมหานครของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ)

จากการศึกษาข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนฯ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า จำนวนราย ในปี 2544 ของตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมาก มีค่าเฉลี่ย 11.40 มากกว่าตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.03 จำนวนเบี้ย ในปี 2544 ของตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมาก มีค่าเฉลี่ย 305450.28 มากกว่าตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 106935.48 จำนวนราย ในปี 2545 ของตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมาก มีค่าเฉลี่ย 16.26 มากกว่าตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 6.29 จำนวนเบี้ย ในปี 2545 ของตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมาก มีค่าเฉลี่ย 422657.23 มากกว่าตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจใน

วิชาชีพน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 152322.58 และ จำนวนคุณวุฒิทั้งหมดของตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมาก มีค่าเฉลี่ย 0.62 มากกว่าตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 0.16

**การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติ ด้านทักษะการขาย และด้านอุปนิสัยในการทำงานของ
ตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวร์นส์
จำกัด (เอไอเอ)**

จากการศึกษาข้อมูลด้านทัศนคติของตัวแทนฯ โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับที่ดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 1 อาชีพตัวแทนประกันชีวิตเป็นอาชีพที่ผู้คนทั่วไปไม่นิยมชมชอบ พบว่าตัวแทนมีระดับทัศนคติที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ข้อ 2 เอไอเอมีระบบการสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสารและการฝึกอบรมแก่ตัวแทนอย่างดีเยี่ยม พบว่าตัวแทนมีระดับทัศนคติที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ข้อ 3 ผู้บริหารหน่วยของท่านเป็นผู้ที่ให้คำปรึกษาที่ดีแก่ท่านและตัวแทนฯ อื่น พบว่าตัวแทนมีระดับทัศนคติที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ข้อ 4 รางวัลและคุณวุฒิต่างๆ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านทำงาน พบว่าตัวแทนมีระดับทัศนคติที่ดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ข้อ 5 อาชีพตัวแทนประกันชีวิตเป็นอาชีพที่ให้ความอิสระในการทำงาน พบว่าตัวแทนมีระดับทัศนคติที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ข้อ 6 การเข้าฟังวิชาการต่างๆ จะช่วยเพิ่มแนวทางในการขายประกันชีวิตให้แก่ท่าน พบว่าตัวแทนมีระดับทัศนคติที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ข้อ 7 สถานภาพทางการเงินของ เอไอเอ สามารถสร้างความรู้สึกที่มั่นคงให้กับท่าน พบว่าตัวแทนมีระดับทัศนคติที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

จากการศึกษาข้อมูลด้านทักษะการขายของตัวแทนฯ โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 1 การปิดการขายโดยใช้ใบร่างเป็นเทคนิคที่ให้ประสิทธิผลมากที่สุด พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 ข้อ 2 การเข้าพบผู้มุ่งหวังที่มีความสนิทสนมกันกับตัวแทนฯ ไม่จำเป็นต้องมีขั้นตอนการเปิดใจ พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ข้อ 3 ตำแหน่งการนั่งที่เหมาะสม ตัวแทนฯ ควรนั่งทางด้านซ้ายมือของผู้มุ่งหวัง พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ข้อ 4 การขายความคิดริเริ่มแก่ผู้มุ่งหวังจะช่วยจูงใจให้เกิดการซื้อมากกว่าการขายจากแบบฯ พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ข้อ 5 ตัวแทนฯ ที่มีประสบการณ์แล้ว ไม่จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลของผู้มุ่งหวังก่อนการเข้าพบ พบว่าตัวแทนมีทักษะการขายอยู่ในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ข้อ 6 การขอต่อรายชื่อภายหลังจากการเข้าพบผู้มุ่งหวังเป็นสิ่งที่ตัวแทนฯ ต้องยึดถือปฏิบัติ พบว่าตัวแทนฯ มีทักษะการขายอยู่ในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ข้อ 7 ตัวแทนฯ ทุกคนควรให้ความสำคัญกับการส่งมอบกรมธรรม์แก่ผู้เอาประกันด้วยตนเองเสมอพบว่าตัวแทนฯ มีทักษะการขายอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

จากการศึกษาข้อมูลด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนฯ โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับที่ดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 1 ตัวแทนฯ ที่ดีควรแสวงหาผู้มุ่งหวังและมีการเข้าพบอย่างสม่ำเสมอ พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ข้อ 2 ตัวแทนฯ ที่ดีควรแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยและเหมาะสมกับโอกาสเสมอ พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ข้อ 3 ตัวแทนฯ ที่ประสบความสำเร็จในอาชีพแล้วไม่จำเป็นต้องมีความอ่อนน้อมถ่อมตน พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ข้อ 4 การขอมบทขายจะช่วยเพิ่มความชำนาญในการขายให้กับตัวแทนฯ พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ข้อ 5 ตัวแทนฯ ที่ดีควรมีการกำหนดรายชื่อผู้มุ่งหวังที่จะเข้าพบในแต่ละสัปดาห์ พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก

โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ข้อ 6 การไปถึงก่อนเวลานัดหมายเล็กน้อยเป็นข้อพึงปฏิบัติของตัวแทนที่ดี พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ข้อ 7 ตัวแทนที่มีประสบการณ์ ไม่จำเป็นจะต้องเข้าฟังวิชาการอีก พบว่าตัวแทนมีอุปนิสัยในการทำงานอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายของตัวแทนประกันชีวิตในเขต กรุงเทพมหานคร ของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด (เอไอเอ)

จากการศึกษาข้อมูลด้านความสำเร็จในการขายของตัวแทน พบว่า ด้านจำนวนราย ผลงานในปี 2544 ของตัวแทนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.74 และผลงานในปี 2545 ของตัวแทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.47 ด้านเบี้ยประกันนำส่ง ผลงานในปี 2544 ของตัวแทนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 289791.35 และผลงานในปี 2545 ของตัวแทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 411465.44 และด้านจำนวนคุณสมบัติของตัวแทน ปี 2543-2545 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.58

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน

การทดสอบสมมุติฐาน สามารถสรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน

ด้านเพศ พบว่า ตัวแทนที่มีเพศต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตไม่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ด้านอายุ พบว่า ตัวแทนที่มีอายุต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ด้านวุฒิการศึกษา พบว่า ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตไม่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า เบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 ของตัวแทน แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ด้านสถานภาพสมรส พบว่า ตัวแทนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ด้านอายุงานของตัวแทน พบว่า ตัวแทนที่มีอายุงานต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ด้านสถานภาพการทำงานของตัวแทน พบว่า ตัวแทนที่มีสถานภาพการทำงานต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน พบว่า ตัวแทนที่มีบุคลิกภาพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน พบว่า ตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

5. ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของตัวแทนด้านจำนวนคุณวุฒิ กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนด้านทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000, 0.016, 0.000 ตามลำดับ แสดงว่า ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทน ได้แก่ทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงาน กับความสำเร็จของตัวแทนในด้านจำนวนคุณวุฒิ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.286, 0.190, 0.291 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 28.6, 19.0, 29.1 ตามลำดับ โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อตัวแทนมีทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงานที่ดีมากขึ้น จะทำให้ความสำเร็จของตัวแทนด้านจำนวนคุณวุฒิ สูงขึ้นด้วย

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ ตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครของ บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

สมมุติฐาน ที่ 1

ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน สามารถวิเคราะห์จำแนกตามประเภทของลักษณะส่วนบุคคล ได้ดังนี้

เพศ พบว่า ตัวแทนฯ ที่มีเพศแตกต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิ ไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก ในปัจจุบันเพศหญิงและชายมีสิทธิ และโอกาสเท่าเทียมกันในการทำงาน ดังจะเห็นได้จากจำนวนที่เพิ่มขึ้นของนักบริหารหญิงในองค์กรต่างๆ หรือนักการเมืองหญิง

อายุ พบว่า ตัวแทนฯ ที่มีอายุแตกต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิ แตกต่างกัน เนื่องจาก ตัวแทนที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี เป็นช่วงเริ่มต้นการทำงาน และส่วนใหญ่ยังไม่มีครอบครัว เป็นช่วงของการลงมือศึกษาการทำงานด้านการขายประกันชีวิตว่าเหมาะสมกับตัวเองหรือไม่ ส่วนตัวแทนวัย 30-39 ปี เป็นช่วงของการสร้างตัว เริ่มมีครอบครัวที่ต้องดูแล และต้องการความมั่นคง เริ่มมีประสบการณ์ในการขายมากขึ้น ถูกการปฏิเสธจากผู้มุ่งหวังน้อยลง ส่วนตัวแทนวัย 40-49 ปี เป็นช่วงอายุที่มีประสบการณ์ในการขายมากที่สุด

วุฒิการศึกษา พบว่า ตัวแทนฯ ที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิ ไม่แตกต่างกัน และพบว่าตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาดำรงปริญญาตรีประสบความสำเร็จในการขายประกันฯ ด้านจำนวนเบี้ยประกันของปี 2544 แตกต่างเป็นรายคู่กับ ตัวแทนที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี เนื่องจาก ตัวแทนระดับปริญญาตรีเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุด และฐานตลาดกลุ่มลูกค้าของตัวแทนระดับปริญญาตรี จะมีหน้าที่การงานที่มั่นคงกว่า และมีรายได้ที่สูงกว่า มีกำลังซื้อที่สูงกว่า

สถานภาพการสมรส พบว่า ตัวแทนฯ ที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิ แตกต่างกัน เนื่องจาก ตัวแทนที่สมรสแล้ว จะมีภาระทางครอบครัวที่ต้องดูแล เลี้ยงดู เป็นแรงกระตุ้นให้ทำงานมากกว่า เพื่อที่จะนำเงินมาจุนเจือครอบครัว ต่างจากตัวแทนที่ยังโสด ไม่มีครอบครัวต้องดูแล ไม่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในครอบครัว

อายุนานของตัวแทนฯ พบว่า ตัวแทนฯ ที่มีอายุนานแตกต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิ แตกต่างกัน เนื่องจาก ตัวแทนฯยังมีอายุนานมาก ยังมีประสบการณ์ในการขายมาก สามารถวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีกว่า เวลาอยู่ต่อหน้าลูกค้า และมีความน่าเชื่อถือมากกว่า สามารถให้ข้อมูล และคำปรึกษาแก่ลูกค้าได้มากกว่า

สถานภาพการทำงานของตัวแทนฯ พบว่า ตัวแทนฯ ที่มีสถานภาพการทำงานแตกต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิ แตกต่างกัน เนื่องจาก ตัวแทนฯที่ทำงานพาร์ทไทม์ จะไม่สามารถทุ่มเทเวลาให้กับงานขายประกันได้มากนัก และมักจะคิดว่าถ้าขายไม่ได้ก็ยังมีรายได้จากงานประจำรองรับอยู่ ซึ่งแตกต่างจากตัวแทนฯที่ทำงานฟูลไทม์ ซึ่งไม่มีรายได้จากทางอื่น และมีเวลาทุ่มเทให้กับงานขายประกันฯได้เต็มที่ รวมถึงมีเวลาที่จะบริการลูกค้าทั้งใหม่และเก่าได้มากกว่า

สมมุติฐานที่ 2

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน พบว่า ตัวแทนฯ ที่มีบุคลิกภาพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิต แตกต่างกัน ตัวแทนฯที่มีบุคลิกภาพที่ดี ไม่เขินอายเมื่ออยู่ต่อหน้าผู้คนจำนวนมากๆ กล้าที่จะแสดงออก มีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆได้ดี ชอบวางแผนล่วงหน้า กระตือรือร้นที่จะทำงาน พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ถ่อมตน มีอารมณ์มั่นคงเยือกเย็น มีความละเอียดรอบคอบ แต่งกายเหมาะสมกับโอกาส และมีจิตใจหนักแน่น จะประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิ สูงกว่าตัวแทนที่มีบุคลิกภาพที่ไม่ดี เนื่องจาก ตัวแทนฯที่มีบุคลิกภาพที่ดี จะสามารถเผชิญหน้ากับผู้มุ่งหวังที่แตกต่างกัน และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีกว่า แม้ถูกปฏิเสธจากผู้มุ่งหวังก็ยังสามารถควบคุมอารมณ์ได้เป็นอย่างดี ไปจนกระทั่งสามารถปิดการขายได้ ด้วยคุณสมบัติของผู้มีบุคลิกภาพที่ดีที่ได้กล่าวมาแล้ว

สมมุติฐาน ที่3

ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตที่ต่างกัน พบว่า ตัวแทนฯ ที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิต แตกต่างกัน ตัวแทนฯ ที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพมากกว่า จะประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิต ในด้าน จำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิ สูงกว่าตัวแทนที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพต่ำกว่า เนื่องจาก ตัวแทนฯ ที่ยิ่งมีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพสูง จะสามารถให้ข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจแก่ผู้มุ่งหวังได้มากกว่า สามารถตอบคำถามของผู้มุ่งหวังได้ดี มีความถูกต้องแม่นยำสูงกว่า มีข้อมูลที่ทันสมัยกว่า เป็นที่น่าเชื่อถือ ทำให้ผู้มุ่งหวังเกิดความไว้วางใจและช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

สมมุติฐาน ที่4

ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต สามารถวิเคราะห์จำแนกลักษณะการทำงานในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

ทัศนคติ พบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตในระดับต่ำโดยมีค่า r เป็นค่าบวกและมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 0.3 เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น ทัศนคติที่ดีของตัวแทนฯ ทำให้ความสำเร็จของการขาย ในด้านจำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิของตัวแทนฯ สูงขึ้น

ทักษะการขาย พบว่า ทักษะการขายมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตในระดับต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เป็นค่าบวกและมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 0.3 เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น ทักษะการขายที่ดีของตัวแทนฯ ทำให้ความสำเร็จของการขาย ในด้านจำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิของตัวแทนฯ สูงขึ้น

อุปนิสัยในการทำงาน พบว่า อุปนิสัยในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตในระดับต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เป็นค่าบวกและมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 0.3 เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น อุปนิสัยการทำงานที่ดีของตัวแทนฯ ทำให้ความสำเร็จของการขายด้านจำนวนรายของปี 2544 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2544 จำนวนรายของปี 2545 จำนวนเบี้ยประกันนำส่งของปี 2545 และรางวัลคุณวุฒิของตัวแทนฯ สูงขึ้น

จากข้อมูลการอภิปรายผลตามสมมุติฐานทั้ง 4 ข้อข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ ทัศนคติ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนฯ นั้นมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตในระดับต่ำ โดย

ทัศนคติ เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ ไม่ได้มีมาแต่กำเนิด ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิด และการกระทำของบุคคลถ้าบุคคลมีการรับรู้ต่อสิ่งใดแล้ว บุคคลนั้นจะมีท่าทีต่อสิ่งนั้นในลักษณะใดลักษณะหนึ่งในด้านความคิดเห็นและพฤติกรรม(นันแนลลี (Nunnally, 1959 อ้างใน ชีระเดช ชิตอรุณ, 2537 :8)) และทัศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลได้รับการเรียนรู้มาจากธรรมชาติเป็นปัจจัยสำคัญ ทัศนคติจึงเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ที่บุคคลจะใช้เชื่อมโยงอารมณ์ ความรู้ ปัญญา และพฤติกรรมของตน เพื่อกระทำต่อเป้าหมายหรือสิ่งที่ตนพบ (วาสนา ประवालพุกษ์ (2524 อ้างใน ภิรมย์เจริญผล, 2524:11)) กล่าวคือ ตัวแทนที่มีทัศนคติที่ดีต่อการประกันชีวิต ต่ออาชีพตัวแทนฯ และต่อบริษัท จากประสบการณ์ของตนเอง และจากการเข้าฟังวิชาการมากๆ จะทำให้ตัวแทนฯ มีความรู้สึกที่ดีต่อตัวสินค้า นั่นก็คือ การประกันชีวิต ดังนั้น ตัวแทนฯ จึงนำทัศนคติที่ดี มาเชื่อมโยงกับอารมณ์ ความรู้ ปัญญา และพฤติกรรมของตน เพื่อกระทำต่อเป้าหมายหรือสิ่งที่ตนพบ ซึ่งก็คือผู้มุ่งหวังนั่นเอง

ทักษะการขาย กระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการขายโดยใช้พนักงานขาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 511-513) พนักงานขายเหล่านี้จำเป็นต้องมีทักษะการขายที่ดี เพื่อให้ผู้มุ่งหวังเกิดการซื้อขึ้นได้ และควรจะต้องปฏิบัติให้ครบทุกขั้นตอน ตั้งแต่ การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การเสนอขาย การขจัดข้อโต้แย้ง การปิดการขาย ไปจนถึงการติดตามผลและรักษาลูกค้า ซึ่งตัวแทนฯที่ยังออกตลาดมาก เข้าฟังวิชาการมาก นำประสบการณ์ของตัวแทนฯอื่นมาประยุกต์ใช้ในการขายของตน ก็จะมีประสบการณ์ในการขายมาก จะทำให้มีทักษะการขายที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพตัวแทนฯ

อุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนฯ จะขึ้นอยู่กับระดับความต้องการประสบความสำเร็จของตัวแทนฯ เป็นขั้นๆไป ซึ่งเป็นความคิดที่ว่าบุคคลได้รับการกระตุ้นโดยความต้องการ เพื่อให้ ได้รับการตอบสนองตามลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์ เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการ ตอบสนอง จะมีความต้องการอื่นเกิดขึ้นในระดับที่สูงขึ้นไป (Abraham Maslow (ค.ศ.1908-ค.ศ.1970)) เริ่มจากความต้องการขั้น

พื้นฐาน ไปจนถึงความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต ตัวแทนที่มีอายุน้อย ช่วงของการเริ่มต้นการทำงาน ก็จะทำให้ความต้องการขั้นพื้นฐาน ซึ่งจะส่งผลต่อลักษณะการทำงาน ในแต่ละวัน แต่ละสัปดาห์ หรือในแต่ละเดือน อาจจะกำหนดจำนวนผู้มุ่งหวังที่จะเข้าพบไว้ เมื่อทำได้ตามจำนวนที่กำหนดไว้แล้วก็คิดว่าพอ ต่างจากตัวแทนที่มีอายุนามากกว่า ผ่านช่วงเวลาเริ่มต้นมาแล้ว มีการเข้าฟังวิชาการอย่างสม่ำเสมอ มีการขอต่อรายชื่อผู้มุ่งหวังอย่างสม่ำเสมอ ซ้อมบทขายเป็นประจำ มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ซึ่งจะมีความต้องการการยกย่อง และความต้องการประสบความสำเร็จในอาชีพ ทำให้ผลของความสำเร็จที่ออกมาสูงกว่า

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลเอสชัวรันส์ จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ทางบริษัทควรมีการให้การสนับสนุน อบรม ส่งเสริม และปลูกฝัง ด้านบุคลิกภาพ ด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพ และลักษณะการทำงานที่ดี แก่ตัวแทนฯ ให้มากขึ้นและมีความต่อเนื่อง ซึ่งจากภาพรวมของการวิจัยนี้ บุคลิกภาพของตัวแทนฯ ความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนฯ ลักษณะการทำงานของตัวแทนฯ ในแต่ละด้าน ได้แก่ ทักษะ ทักษะการขาย และอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนฯ นั้น มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของตัวแทนฯ ในการขายประกันชีวิต โดยจะเห็นว่า

1. บุคลิกภาพของตัวแทนฯ จากผลของการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ตัวแทนฯ ที่มีบุคลิกภาพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้นั้นแสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ ควรมีการอบรมด้านบุคลิกภาพที่เหมาะสมแก่ตัวแทนฯ โดยจัดเป็นหลักสูตรบังคับ เช่น การแต่งกาย การพูด การตรงต่อเวลา ฯลฯ เพื่อให้ตัวแทนฯ ทุกคนปฏิบัติจนเป็นนิสัย

2. ความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนฯ จากผลของการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ตัวแทนฯ ที่มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพต่างกัน ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้นั้น แสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ ควรมีการอบรมด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพ แก่ตัวแทนฯ โดยจัดเป็นหลักสูตรบังคับ เช่น ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท เกี่ยวกับการประกันชีวิต รายละเอียดของแบบประกันต่างๆ ผลประโยชน์ที่ผู้เอาประกันจะได้รับ ข้อดีข้อเสียของแบบประกันต่างๆ เพื่อที่จะนำเสนอให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้เอาประกัน และสามารถที่จะตอบข้อโต้แย้งหรือข้อสงสัยต่างๆ ของผู้เอาประกันได้ ทำให้ผู้เอาประกันเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจที่จะตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

3. ทักษะการขายตัวแทนฯ จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความสำเร็จในการขายของตัวแทนฯ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) นั้น พบว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ แต่อย่างไรก็ตาม ทักษะการขายเป็นสิ่งจูงใจพื้นฐานเบื้องต้นที่ทำให้เกิดการขาย ตัวแทนฯ ที่มีทัศนคติที่ดีต่อ วิชาชีพการขายประกันชีวิต ต่อการประกันชีวิต และต่อบริษัทฯ จะประสบความสำเร็จในอาชีพ ดังนั้น บริษัทฯ จึงควรสนับสนุนให้มีการปลูกฝังทัศนคติที่ดีแก่ตัวแทนฯ ให้มากขึ้น

4. ทักษะการขายตัวแทนฯ จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการขายกับความสำเร็จในการขายของตัวแทนฯ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) นั้น พบว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ แต่อย่างไรก็ตาม ทักษะการขาย เป็นปัจจัยที่ต้องใช้การฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ ทั้งจากการเข้าฟังวิชาการของบริษัท และจากการออกพบลูกค้าด้วยตนเอง ทักษะการขายของตัวแทนฯ จะช่วยให้ตัวแทนฯ ประสบความสำเร็จในการขาย ซึ่งปัจจุบัน บริษัทฯ ได้มีการส่งเสริมทางด้านการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการขายแก่ตัวแทนฯ ดังจะเห็นได้ดังนี้

4.1 การจัดให้มีสโมสรไลก้าประจำปี และประจำเดือน โดยการเชิญตัวแทนที่ประสบความสำเร็จในอาชีพมาร่วมเล่าประสบการณ์ในการขาย จนนำมาสู่ความสำเร็จของพวกเขา

4.2 การจัดอบรมวิชาการของเครื่องต่างๆในบริษัท ในช่วงหลังเลิกงาน และในวันหยุดต่างๆ

4.3 การจัดอบรมหลักสูตรเบื้องต้นภาคบังคับของบริษัท เช่น Basic Fast

5. อุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนฯ จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอุปนิสัยในการทำงานกับความสำเร็จในการขายของตัวแทนฯ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) นั้น พบว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ แต่อย่างไรก็ตาม อุปนิสัยในการทำงาน เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ บริษัทฯ และผู้บริหารในระดับต่างๆ ควรจะต้องจัดให้มีการอบรมด้านอุปนิสัยในการทำงานที่เหมาะสมแก่ตัวแทนฯ จนเกิดเป็นความเคยชิน และเป็นนิสัยติดตัว เพื่อให้ตัวแทนฯมีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น และประสบความสำเร็จในการขายในที่สุด

ทั้งหมดนี้จะเห็นว่าปัจจัยต่างๆที่กล่าวมาแล้วนั้นล้วนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการขายของตัวแทนฯทั้งสิ้น และน่าจะมีปัจจัยด้านอื่นๆอีกที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนฯ มากกว่าปัจจัยที่ได้ทำการศึกษามาแล้ว และบริษัทฯควรมีการส่งเสริม ฝึกอบรม และพัฒนาตัวแทนฯให้เป็นมืออาชีพ โดยการเลือกใช้ปัจจัยที่เหมาะสม นำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมให้ตรงกับความต้องการ ด้วยการให้ข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ รวมถึงการมีรางวัลพิเศษ หรือคุณวุฒิพิเศษต่างๆ แก่ตัวแทนฯ จนเกิดเป็นแรงจูงใจในการทำงาน ทำให้ตัวแทนฯสามารถเห็นคุณค่าของผลตอบแทนที่บริษัทได้มีการจัดสรรไว้ให้ ซึ่งทั้งหมดนี้เพื่อให้ตัวแทนฯสามารถเพิ่มปริมาณการขาย ทั้งด้านจำนวนราย จำนวนเบี้ยประกันให้สูงขึ้น จนชนะคู่แข่งรายอื่นๆ ตลอดจนเพิ่มคุณภาพในการบริการหลังการขายให้เป็นที่น่าประทับใจแก่ลูกค้าของบริษัทต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ยังมีปัจจัยตัวอื่นๆอีกที่น่าจะมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนฯ ซึ่งผู้ที่ทำการวิจัยจะได้ทำการศึกษาต่อไป และผู้วิจัยประสบปัญหาเกี่ยวกับการขอข้อมูลด้านอื่นๆ รวมถึงข้อมูลในด้านสถิติของบริษัทฯ ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ในการวิจัยต่อไป การตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้ตัวเลขโดยประมาณ และการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งถ้าสามารถแก้ปัญหาจุดนี้ได้ จะทำให้ได้ผลของการวิจัยที่แม่นยำมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการฝึกอบรมตัวแทนของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวเร็นส์ จำกัด เป็นการเตรียมความพร้อมในการแข่งขันเชิงธุรกิจด้านการประกันชีวิตต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กมลรัตน์ หล้าสูงษ์.(2527). จิตวิทยาสังคม . ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- เกษศิณี สำโรง. (2540). พฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตเทศบาลเมืองมุกดาหาร. ภาคนิพนธ์ พบ.ม.(สาขา) กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จำนง พรายแถมแซ. (2531). เทคนิคการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้กับการสอนซ่อมเสริม. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชวาล แพร่ตันกุล. (2516). เทคนิคการวัดผล. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตรการพิมพ์.
- ปัญญา เปรมปรีดี. (2540, มกราคม). "ความรู้คืออะไร", BCM. 39(5) : 9-18.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2536). ทศนคติ : การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : โอเดียน สโตร์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2530). การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ประมวล มุ่งมาตร. (2534). ทศนคติของนายอำเภอที่มีต่อการปฏิบัติงานของพัฒนากร . ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (สาขา) กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พัชรี ศรีสุข. (2542). ความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ภิรมย์ เจริญผล. (2538). ทศนคติของคนไร้ที่พึ่งต่อการฝึกอาชีพในสถานการสงเคราะห์ชายและหญิงัญญบุรี จังหวัดปทุมธานี. ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (สาขา) กรุงเทพฯ : คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- รวีวรรณ ชินะตระกูล. (2533). คู่มือการทำวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2535). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ทศนคติ กับการใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- รวิน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2536). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- วินัย รังสินันท์. (2536) . ทฤษฎีและวิธีการวัดด้านจิตพิสัย ในจิตวิทยาและสังคมวิทยาพื้นฐานเพื่อการวัดผลและประเมินผลการศึกษา. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด.
- สำนักพิมพ์ K&P BOOKS. (2545). เทคนิคการขายประกัน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ K&P BOOKS.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ. : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เอไอเอ. (2545). คู่มือเตรียมสอบบรรจุบรรณารักษ์ 2545 ชุดที่1. กรุงเทพฯ : บริษัท เอไอเอ จำกัด
- เอไอเอ. (2545). งานมอบรางวัลประจำปี 2545. กรุงเทพฯ : บริษัท เอไอเอ จำกัด

Bloom, Benjamin S., Thomas, Hastinas J. & Modaue, George F. (1971). *Handbook on Formation and Summatic of Student Learning*. New york : McGraw Hill.

Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. New York : McGraw – Hill Book Co.,Inc.

Nunnally, Jum C. (1959). *Test and Measurements*. New York : McGraw – Hill Book Co.,Inc.

แหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์

http://www.aia.co.th	บริษัท เอไอเอ จำกัด
http://www.moc.go.th	กรมการประกันภัย
http://www.tiaa.org.th	สมาคมประกันชีวิตไทย

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต :
กรณีศึกษา ตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ของ
บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนลแอสซัวรันส์ จำกัด

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และกำหนดหลัก สูตรการฝึกอบรมตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทต่อไป ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านช่วยกรูณากรอกแบบ สอบถาม ดังนี้

- | | |
|-----------|---|
| ส่วนที่ 1 | ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต เป็นแบบสอบถามที่มีหลาย คำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) โดย ให้เลือกตอบเพียงคำตอบ เดียว มีจำนวน 6 ข้อ |
| ส่วนที่ 2 | ปัจจัยด้านความบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิต เป็นคำถามที่มีคำตอบให้ เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) คือ ใช่ และ ไม่ใช่ โดยให้เลือกตอบข้อใดข้อหนึ่ง เพียงข้อเดียว มีจำนวน 10 ข้อ |
| ส่วนที่ 3 | ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิต เป็นคำถามที่มี คำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) คือ ใช่ และ ไม่ใช่ โดยให้ เลือกตอบข้อใดข้อหนึ่ง เพียงข้อเดียว มีจำนวน 7 ข้อ |
| ส่วนที่ 4 | ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านทักษะการขาย และ ด้านอุปนิสัยในการทำงานของ ตัวแทนประกันชีวิต เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีจำนวน 21 ข้อ |
| ส่วนที่ 5 | ความสำเร็จในการขายประกันชีวิต เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบลงในช่องว่าง มีจำนวน 3 ข้อ |

การตอบแบบสอบถามนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่าง ๆ ในบริษัท เอไอเอ จำกัด ขอขอบคุณ ตัวแทนและผู้บริหารทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต :
กรณีศึกษาตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร ของ
บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชันแนลแอสicurันส์ จำกัด

คำแนะนำ โปรดเขียนเครื่องหมาย / ใน ☐ ที่จัดไว้ให้เพียงช่องเดียว

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ

☐

ชาย

☐

หญิง

1.2 อายุ

☐

20 – 29 ปี

☐

30 – 39 ปี

☐

40 – 49 ปี

☐

50 ปีขึ้นไป

1.3 วุฒิการศึกษา

☐

ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

☐

ระดับปริญญาตรี

☐

สูงกว่าระดับปริญญาตรี

1.4 สถานภาพสมรส

☐

โสด

☐

สมรส

☐

ม้าย/หย่า

1.5 อายุงานตัวแทนประกันชีวิต

☐

ตัวแทนใหม่(0 – 6 เดือน)

☐

ตัวแทน (7 – 24 เดือน)

☐

ตัวแทนอาวุโส/ผู้บริหารหน่วย (มากกว่า 24เดือน)

1.6 สถานภาพตัวแทน

☐

ตัวแทนฟูลไทม์

☐

ตัวแทนพาร์ทไทม์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของตัวแทนประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 ท่านรู้สึกเขินอายเมื่ออยู่ท่ามกลางผู้คนที่ไม่รู้จักจำนวนมากๆ (Negative)

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

2.2 ท่านเป็นคนเก็บขี้น และไม่กล้าแสดงออก (Negative)

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

2.3 ท่านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและแก้ไขสถานการณ์ต่างๆได้ดี

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

2.4 ท่านเป็นคนที่ชอบวางแผนล่วงหน้า

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

2.5 ท่านเป็นคนเฉื่อยชา ไม่กระตือรือร้น (Negative)

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

2.6 ท่านเป็นคนที่พูดจาสุภาพ

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

2.7 ท่านเป็นคนที่มีความมั่นใจ

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

2.8 ท่านเป็นคนที่มีความละเอียดรอบคอบ

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

2.9 ท่านเป็นคนที่ชอบแต่งกายตามสบายในทุกโอกาส (Negative)

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

2.10 ท่านเป็นคนที่มีความใจหนักแน่น แม้พบความลำบาก

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตัวแทนประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1 เอไอเอได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือระดับ AAA ถึง 5 ปีซ้อน

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

3.2 ในเขตกรุงเทพมหานครได้มีการแบ่งกลุ่มตัวแทนของเอไอเอ ออกเป็น 19 กลุ่มด้วยกัน

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

3.3 AIG เป็นกลุ่มบริษัทที่ประกอบแต่เฉพาะธุรกิจทางด้านการประกันชีวิตเท่านั้น (Negative)

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

3.4 ผู้มั่งหวังที่มีอายุสูงกว่า 60 ปี จะไม่สามารถทำประกันสุขภาพและค่าชดเชยรายวันเนื่องจากสุขภาพได้

☐

ใช่

☐

ไม่ใช่

3.5 มีบุคคลเพียง 2 ฝ่ายเท่านั้นที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย ได้แก่ ผู้รับประกันภัยและผู้เอาประกันภัย (Negative)

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

3.6 ตัวแทนประกันชีวิตที่ดี ควรมีการให้บริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ และชี้แจงให้ผู้เอาประกันฯทราบถึงสิทธิและหน้าที่เพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้เอาประกันฯ

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

3.7 การปกปิดข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงของผู้เอาประกัน ซึ่งเป็นสาระสำคัญในการพิจารณารับประกันชีวิตถือเป็นการผิดจรรยาบรรณของตัวแทนฯ

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1 ด้านทัศนคติของตัวแทนประกันชีวิต

	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4.1.1 อาชีพตัวแทนประกันชีวิตเป็นอาชีพที่ผู้คนทั่วไปไม่นิยมชมชอบ					
4.1.2 เอไอเอมีระบบการสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสาร และการฝึกอบรมแก่ตัวแทนอย่างดีเยี่ยม					
4.1.3 ผู้บริหารหน่วยของท่านเป็นผู้ที่ให้คำปรึกษาที่ดีแก่ท่านและตัวแทนอื่น					
4.1.4 รางวัลและคุณสมบัติต่าง ๆ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านทำงาน					
4.1.5 อาชีพตัวแทนประกันชีวิตเป็นอาชีพที่ให้ อิสระในการทำงาน					
4.1.6 การเข้าฟังวิชาการต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มแนวทางในการขายประกันชีวิตให้แก่ท่าน					
4.1.7 สถานภาพทางการเงินของ เอไอเอ สามารถสร้างความรู้สึกที่มั่นคงให้กับท่าน					

4.2 ด้านทักษะการขายของตัวแทนประกันชีวิต

	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
4.2.1 การปิดการขายโดยใช้ใบร่างเป็นเทคนิคที่ให้ประสิทธิผลมากที่สุด					
4.2.2 การเข้าพบผู้มุ่งหวังที่มีความสนิทสนมกับตัวแทน ไม่จำเป็นต้องมีขั้นตอนการเปิดใจ (Negative)					
4.2.3 ตำแหน่งที่นั่งที่เหมาะสม ตัวแทนควรนั่งทางด้านซ้ายมือของผู้มุ่งหวัง					
4.2.4 การขายความคิดริเริ่มแก่ผู้มุ่งหวังจะช่วยจูงใจให้เกิดการซื้อขายมากกว่าการขายจากแบบประกันชีวิต					
4.2.5 ตัวแทนที่มีประสบการณ์แล้ว ไม่จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลของผู้มุ่งหวังก่อนการเข้าพบ (Negative)					
4.2.6 การขอต่อรายชื่อภายหลังจากการเข้าพบผู้มุ่งหวัง เป็นสิ่งที่ตัวแทนต้องยึดถือปฏิบัติ					
4.2.7 ตัวแทนทุกคนควรให้ความสำคัญกับการส่งมอบกรมธรรม์แก่ผู้เอาประกัน ด้วยตนเองเสมอ					

4.3 ด้านอุปนิสัยในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิต

	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
4.3.1 ตัวแทนที่ดีควรจะแสวงหาผู้มุ่งหวังและมีการเข้าพบอย่างสม่ำเสมอ					
4.3.2 ตัวแทนที่ดีควรแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อย และเหมาะสมกับโอกาสเสมอ					
4.3.3 ตัวแทนที่ประสบความสำเร็จในอาชีพแล้วไม่จำเป็นต้องมีความอ่อนน้อมถ่อมตน (Negative)					
4.3.4 การขอมบทขายจะช่วยเพิ่มความชำนาญในการขายให้กับตัวแทน					
4.3.5 ตัวแทนที่ดีควรมีการกำหนดรายชื่อผู้มุ่งหวังที่จะเข้าพบในแต่ละสัปดาห์					
4.3.6 การไปถึงก่อนเวลานัดหมายเล็กน้อยเป็นข้อพึงปฏิบัติของตัวแทนประกันชีวิตที่ดี					
4.3.7 ตัวแทนที่มีประสบการณ์ ไม่จำเป็นจะต้องเข้าฟังวิชาการอีก (Negative)					

ส่วนที่ 5 ความสำเร็จในการขายประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1 ผลงานที่ผ่านมา (โดยประมาณ)

5.1.1 ปีพ.ศ. 2544

- จำนวนผู้ถือกรมธรรม์ในความดูแลของตัวแทน (Cases) ราย
- เบี้ยนำส่งทั้งหมด (FYP) บาท

5.1.2 ปีพ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน

- จำนวนผู้ถือกรมธรรม์ในความดูแลของตัวแทน (Cases) ราย
- เบี้ยนำส่งทั้งหมด (FYP) บาท

5.2 จำนวนคุณสมบัติที่ท่านได้รับตั้งแต่ปี 2543 ถึงปัจจุบัน (โดยประมาณ) คุณสมบัติ
(ถ้าไม่เคยได้รับให้ใส่ 0) ได้แก่
.....
.....

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รศ. สุพาดา สิริกุดตา	รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผศ.ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง	รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายรณวีร์ ชอนตะวัน
วันเดือนปีเกิด	28 ตุลาคม 2514
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	31/40 หมู่ที่ 6 ซอยชินเขต 2/14 ถนนงามวงศ์วาน แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมบางปู การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย 649 หมู่ที่ 4 ถนนสุขุมวิท ตำบลแพรกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2547	ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2539	ปริญญาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมอุตสาหการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย