ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผลงานการขายประกันชีวิต ของพนักงานสาขา ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง

The Relationship Between Personality, Positive Psychological Capital, Need for Achievement and Bancassurance Sales Performance of Branch Officers in A Commercial Bank

ภัณฑิรา นรเศรษฐกร (Pantira Norasettakorn)[1]* **ดร.สิทธิโชค วรานุสันติกูล** (Dr.Sithichoke Waranusuntikule)**
ดร.ดิเรก ศรีสุโข (Dr.Derek Srisukho)** **นพมาศ อุ้งพระ** (Nopamas Oungphra)**

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล บุคลิกภาพ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานสาขาธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง จำนวน 374 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อายุงาน และทำเลที่ตั้งสาขา แบบวัดบุคลิกภาพ EPI แบบวัดทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และผลงานการขายประกันชีวิต ตลอดปี พ.ศ. 2557 ของพนักงานสาขา ผลการวิจัยพบว่า อายุ อายุงาน ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และความยืดหยุ่นทางใจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r= .166, p= .001 < .01, r=.167, p= .001 < .01, r= .107, p= .039 < .05 และ r=.105, p= .043 < .05 ตามลำดับ) ส่วนทำเลที่ตั้ง บุคลิกภาพ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกโดยรวม การมองโลกในแง่ดี ความหวัง และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไม่มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิต

ABSTRACT

The purpose was to explore the relationship between Personal characteristics, Personality, Positive Psychological Capital, Need for Achievement and Bancassurance sales performance of branch officers in a commercial bank. 374 branch officers participated in this study. Research instruments included: Personal characteristics: age, years of service and branch locations, Personality test (EPI), Positive psychological capital test, Need for achievement test, and Bancassurance sales performance for 2014. Research results found that age, years of service, self-efficacy and resiliency were significantly and positively correlated to Bancassurance sales performance (r= .166, p= .001 < .01, r=.167, p= .001 < .01 r= .107,

[1] *Correspondent author: noon.kura@gmail.com*
** นักศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*
*** รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*

p= .039 < .05 and r=.105, p= .043 < .05 respectively) but branch locations, personality, positive psychological capital, optimism, hope and need for achievement were not related to Bancassurance sales performance.

คำสำคัญ: บุคลิกภาพ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ผลงานการขาย
Keywords: Personality, Positive psychological capital, Need for achievement, Sales performance

บทนำ

เนื่องจากภาวะตลาดที่มีการขยายตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ธนาคารพาณิชย์จึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า จากเดิมที่ธนาคารสร้างรายได้หลักจากดอกเบี้ยรับ เช่น บริการเงินฝากและสินเชื่อ ปัจจุบันธนาคารเริ่มเปลี่ยนมาเน้นการสร้างรายได้ที่ไม่ใช่ดอกเบี้ย เช่น การให้บริการด้านประกันชีวิต

นับตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2544 ที่ธนาคารแห่งประเทศไทย อนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ขายประกันชีวิตได้เต็มรูปแบบ สัดส่วนการขายประกันชีวิตผ่านธนาคาร หรือที่เรียกว่า Bancassurance ก็มีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยการขายผ่านช่องทางธนาคารในปี 2557 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ถึง 22.4% สูงกว่าการขายผ่านตัวแทนประกันชีวิตที่มีอัตราการเติบโตเพียง 7.5% เท่านั้น [1] นอกจากนี้ การขายผ่านธนาคารยังมีแนวโน้มให้เติบโตได้อีกมาก โดยเฉพาะเมื่อประเทศไทยก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ในปี 2558 เนื่องจากประเทศในกลุ่ม AEC เช่น ประเทศกัมพูชา มีสัดส่วนการทำประกันค่อนข้างน้อยมาก หากธนาคารพาณิชย์ไทยมีสาขาในประเทศ AEC ก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจด้านประกันชีวิตสูง เพราะจะสามารถก้าวเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้รวดเร็วกว่าตัวแทนประกันชีวิตในประเทศนั้น ๆ นอกจากนี้กระทั่งตลาดในประเทศไทยเอง ประกันชีวิตก็ยังมีแนวโน้มให้แย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดได้อีก เนื่องจากอัตราการถือครองประกันชีวิตในประเทศไทยมีเพียง 30% ซึ่งถือว่ายังต่ำมาก หากเทียบกับประเทศที่ตลาดพัฒนาเต็มที่แล้ว เช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ที่มีอัตราการถือครองประกันชีวิตถึง 100%

ดังนั้น เพื่อที่จะประสบความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจ ธนาคารจึงมุ่งขยายผลิตภัณฑ์ไปสู่ลูกค้ากลุ่มใหม่อย่างต่อเนื่อง ผ่านพนักงานสาขาที่มีหน้าที่ให้บริการลูกค้าและเสนอขายผลิตภัณฑ์ โดยธนาคารได้ใช้งบประมาณไปกับการสรรหาและฝึกอบรมพนักงานสาขาเป็นจำนวนมาก

อย่างไรก็ตาม ตำแหน่งพนักงานสาขากลับมีอัตราการลาออกสูงสุดในธนาคาร โดยสาเหตุหลักที่ทำให้พนักงานตัดสินใจลาออก คือ ลักษณะงานที่ทำ ได้แก่ งานขายผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากทัศนคติของลูกค้าและพนักงานสาขาต่อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตยังไม่ดีนัก ทำให้พนักงานสาขาส่วนใหญ่ก็ไม่กล้าที่จะเสนอขาย

แต่เมื่อมองในอีกมุมหนึ่ง ผู้จัดการสาขาได้ให้ความเห็นว่า ธนาคารยังมีพนักงานอีกกลุ่มที่มีความมุ่งมั่นในการขายและมีผลงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากพนักงานรายใดสามารถขายประกันชีวิตได้แล้วก็จะขายได้อยู่เสมอ และยังมีผลงานขายในทุก ๆตัว ในขณะที่พนักงานที่ไม่สามารถขายประกันชีวิตได้จะมีผลงานการขายน้อยหรือแทบไม่มีผลงานด้านการขายประกันชีวิตเลย

จากประเด็นดังกล่าว จึงน่าสนใจศึกษาว่าคุณลักษณะหรือแรงจูงใจแบบใดที่มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา เนื่องจากพนักงานสาขาที่สามารถขายประกันชีวิตได้ดีก็มีปัจจัยภายนอกไม่ต่างจากพนักงานรายอื่น ๆ ที่

ขายได้น้อย โดยพนักงานอยู่ในองค์การหรือธนาคารเดียวกัน ทำงานในลักษณะเดียวกัน ได้รับหลักสูตรการอบรมและผลประโยชน์ในมาตรฐานใกล้เคียงกัน อีกทั้งในสาขาเดียวกันย่อมมีหัวหน้างานคือผู้จัดการสาขาคนเดียวกัน

จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลบางอย่างอาจมีผลต่องานขาย เช่น อายุตัวหรืออายุงาน โดยนักวิจัยให้ความเห็นว่า พนักงานที่ทำงานมาระยะหนึ่ง ย่อมมีความเชี่ยวชาญมากขึ้นในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ทำให้อายุตัวและอายุงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลงานการขายของพนักงาน [2] นอกจากนี้ ในส่วนของธนาคาร ซึ่งมีสาขาทั่วประเทศ ผู้จัดการสาขาได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ทำเลที่ตั้งของสาขาอาจมีผลต่อการขายประกันชีวิตของพนักงาน เนื่องจากลูกค้าในแต่ละทำเลมีศักยภาพไม่เท่ากัน สาขาที่อยู่ในโซนธุรกิจ น่าจะมีโอกาสแสวงหาลูกค้าที่มีกำลังทรัพย์และสนใจจะซื้อประกันชีวิตได้มากกว่า

สำหรับการศึกษาด้านจิตวิทยาและการขาย มีนักวิจัยจำนวนมากให้ความสนใจในการศึกษาบุคลิกภาพ โดยจากทฤษฎีบุคลิกภาพของไอเซงค์ ที่แบ่งบุคลิกภาพออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ บุคลิกภาพด้านแสดงตัว (Extroversion) และบุคลิกภาพด้านอารมณ์หวั่นไหว (Neuroticism) ได้มีนักวิจัยมากมายนำไปทดสอบบุคลิกภาพของนักขายที่ประสบความสำเร็จ แต่ผลที่ได้กลับมีความแตกต่างกัน เช่น ในงานวิจัยของบาร์ริค และเมาท์ [3] พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวจะชอบพบปะผู้คนและเข้าสังคม ทำให้เขาประสบความสำเร็จในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานขาย แต่จากงานวิจัยของอดัม แกรนท์ [4] กลับพบว่าบุคลิกภาพที่เหมาะกับงานขายที่สุด เป็นบุคลิกภาพที่ผสมระหว่างแสดงตัวกับเก็บตัว (Ambivert) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของวรรณา [2] ที่พบว่าบุคลิกภาพแบบแสดงตัวต่ำ หรือเก็บตัว กลับมีผลงานการขายดีกว่าบุคลิกภาพแบบแสดงตัว

นอกจากบุคลิกภาพแล้ว ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychological Capital: PsyCap) ที่มีองค์ประกอบ 4 ตัว ได้แก่ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) ความหวัง (Hope) และความยืดหยุ่นทางใจ (Resiliency) ซึ่งนำเสนอโดย ลูธานส์ และคณะ [5] ก็มีงานวิจัยมากมายพบว่าส่งผลต่อผลงานการขาย โดยนักวิจัยด้านการขายระบุว่า คนที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองสูง มักจะคาดหวังต่อศักยภาพของตนเอง ต้องการเห็นงานประสบความสำเร็จ หากเขาประสบความล้มเหลว เขาจะคิดว่าตนเองยังพยายามไม่เพียงพอและจะพยายามให้มากขึ้น ทำให้เขามีผลงานขายที่ดีขึ้นด้วย [6] สำหรับการมองโลกในแง่ดี ดร.มาร์ติน เซลิก แมน [7] ได้ทำการวิจัยพบว่า พนักงานขายประกันที่มีคะแนนการมองโลกในแง่ดีสูงสุดและต่ำสุด 10% แรก มีผลงานการขายแตกต่างกันถึง 88% ในส่วนของความหวัง มีงานวิจัยของ ปีเตอร์สันและไบรอน [8] ที่พบว่าพนักงานขายที่มีระดับความหวังสูง จะมีผลการปฏิบัติงานสูงกว่าผู้ที่มีระดับความหวังต่ำ สำหรับความยืดหยุ่นทางใจ มีงานวิจัยของ สุมาลินี [9] ที่พบว่า ความสามารถในการฟื้นคืนได้หรือความยืดหยุ่นทางใจ สามารถร่วมทำนายผลงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสาขาของธนาคาร หลายท่านได้ให้ความเห็นว่า พนักงานสาขาที่ทำงานขาย โดยเฉพาะการขายประกันชีวิต จะมีคุณสมบัติร่วมอย่างหนึ่งคือ มีความมุ่งมั่นในการทำงานขายให้สำเร็จ เนื่องจากอยากก้าวหน้าในธนาคารและต้องการทลายเป้าหมายที่กำหนด ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาตัวแปรแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Need for Achievement) ตามแนวคิดของ แมคคลีแลนด์ [10] และสเปนซ์ และไฮมริช [11] ซึ่งน่าจะมีความสัมพันธ์กับผลงานการขายของพนักงาน โดยได้มีผลวิจัยมากมายพบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีผลต่อผลการปฏิบัติงาน เช่น งานวิจัยของวาสนา [12] ที่ศึกษา

กับตัวแทนขายประกันชีวิต พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีสหสัมพันธ์เชิงเส้นตรงทางบวกกับผลงาน ทั้งในกลุ่มตัวแทนขายเต็มเวลาและไม่เต็มเวลา

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ นอกจากจะเป็นข้อมูลให้องค์การได้คัดเลือกคนที่เหมาะสมกับงานและมีศักยภาพสูงแล้ว ยังทำให้องค์การทราบว่าควรฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ หรือให้การสนับสนุนแบบใดกับพนักงานปัจจุบันบ้าง เพื่อให้เขาเกิดพลังเพื่อมุ่งไปสู่ความสำเร็จ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อมูลส่วนบุคคล บุคลิกภาพ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษากับพนักงานสาขาเต็มรูปแบบ ในเขตนครหลวง ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง มีจำนวนประชากรทั้งหมด 4,260 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรพยากรณ์ ได้แก่

(1) ข้อมูลส่วนบุคคล คือ อายุ อายุงาน และทำเลที่ตั้งสาขา ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ ย่านธุรกิจ โรงงาน อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า ย่านที่อยู่อาศัย และสาขาเปิดใหม่

(2) บุคลิกภาพ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านแสดงตัว และด้านอารมณ์หวั่นไหว

(3) ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ตัว ได้แก่ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง การมองโลกในแง่ดี ความหวัง และความยืดหยุ่นทางใจ

(4) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

ตัวแปรเกณฑ์ ได้แก่ ผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขาตลอดปี พ.ศ. 2557

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา โดยมีสมมติฐานย่อยคือ

สมมติฐานที่ 1.1: อายุ มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา

สมมติฐานที่ 1.2: อายุงาน มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา

สมมติฐานที่ 1.3: ทำเลที่ตั้ง มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา

สมมติฐานที่ 2: บุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา โดยมีสมมติฐานย่อยคือ

สมมติฐานที่ 2.1: บุคลิกภาพด้านแสดงตัว มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา

สมมติฐานที่ 2.2: บุคลิกภาพด้านอารมณ์หวั่นไหว มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา

สมมติฐานที่ 3: ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา โดยมีสมมติฐานย่อยคือ

สมมติฐานที่ 3.1: ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา

สมมติฐานที่ 3.2: การมองโลกในแง่ดี มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา

สมมติฐานที่ 3.3: ความหวัง มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา

สมมติฐานที่ 3.4: ความยืดหยุ่นทางใจ มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา

สมมติฐานที่ 4: แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยสูตรของ Yamane ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 366 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างง่าย ตามอัตราส่วนของสาขาในแต่ละเขต จากนั้นจึงสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากทุกชั้นภูมิ โดยใช้ตารางเลขสุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อายุงาน และทำเลที่ตั้งสาขา

ส่วนที่ 2 แบบวัดบุคลิกภาพ EPI ผู้วิจัยพัฒนาจากแบบวัดบุคลิกภาพ EPI ของฮันซ์ ไอเซงค์ และซีบิล ไอเซงค์ [13] โดยจะวัดบุคลิกภาพ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านแสดงตัว จำนวน 19 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .807 และด้านอารมณ์หวั่นไหว จำนวน 24 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .857

ส่วนที่ 3 แบบวัดทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก ผู้วิจัยพัฒนาจากแบบวัดของ สิริพร [14] ตามแนวคิดของ ลูธานส์ และคณะ [5] มีจำนวน 30 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .934 เมื่อแบ่งออกเป็นรายด้านแล้ว ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มี 9 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .838 ด้านการมองโลกในแง่ดี มี 7 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .803 ด้านความหวัง มี 9 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .875 และด้านความยืดหยุ่นทางใจ มี 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .773

ส่วนที่ 4 แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ผู้วิจัยพัฒนาจากแบบวัดของ นุชนารถ [15] ตามแนวคิดของ แมคคลีแลนด์ [10] สเปนซ์ และไฮมริช [11] มีจำนวน 13 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .865

ส่วนที่ 5 ผลงานการขายประกันชีวิต ตลอดปี พ.ศ. 2557 ของพนักงานสาขา จากข้อมูลการขายที่บันทึกไว้ใน Branch sales sheet

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ลงรหัสในแบบสอบถาม และแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ถูกกำหนดไว้แล้ว 450 ฉบับ ซึ่งมากกว่าจำนวนที่ต้องการ เพื่อลด error ที่อาจจะเกิดขึ้น โดยได้ชี้แจงว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่จำเป็นต้องระบุชื่อ และคำตอบจะไม่มีผลใด ๆทั้งสิ้นต่อผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผลการวิจัยจะถูกนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืน 383 ฉบับ สมบูรณ์ 374 ฉบับ ผู้วิจัยจึงนำมาแบบสอบถามที่สมบูรณ์มากรอกผลงานการขายประกันชีวิตให้ตรงกับรหัส และนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และ t-test

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล อันได้แก่ อายุ และอายุงานมีความสัมพันธ์ทางบวก กับ ผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r=.166$, $p= .001 < .01$ และ $r=.167$, $p= .001 < .01$) ส่วนองค์ประกอบของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก อันได้แก่ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และความยืดหยุ่นทางใจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r=.107$, $p= .039 < .05$ และ $r=.105$, $p= .043 < .05$)

ทั้งนี้ ไม่พบว่า ทำเลที่ตั้ง บุคลิกภาพทั้งด้านแสดงตัวและด้านอารมณ์หวั่นไหว ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก และองค์ประกอบอีก 2 ด้านของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก อันได้แก่ การมองโลกในแง่ดีและความหวัง รวมไปถึงแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงาน

ดังนั้น ในสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1, 1.2, 3.1, 3.4 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อายุ อายุงาน ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และความยืดหยุ่นทางใจ มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขา โดยปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.3, 2, 2.1, 2.2, 3, 3.2, 3.3, 4

อภิปรายและสรุปผลจากการวิจัย

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ประสบการณ์ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้พนักงานประสบความสำเร็จในการทำงาน โดยอายุและอายุงานที่สูงขึ้น จะทำให้พนักงานดูภูมิฐาน น่าเชื่อถือมากขึ้นไปด้วย ซึ่งในงานธนาคาร ความน่าเชื่อถือถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า เพราะยิ่งพนักงานมีประสบการณ์มาก ยิ่งใช้เวลาในการทำงานน้อยลง และให้บริการได้รวดเร็วมากขึ้น ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและไว้ใจมากขึ้น นอกจากนี้ พนักงานที่มีอายุหรืออายุงานมากจะมีเครือข่ายทางสังคมที่กว้างขวาง รู้จักกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เมื่อได้รับเป้าหมายด้านประกันชีวิต ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องจ่ายเบี้ยประกันสูงเป็นเวลาหลายปี การทำประกันกับพนักงานที่ให้บริการตนเองมานาน บริการดี และมีประสบการณ์สูงจึงเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับลูกค้าหลาย ๆครั้งที่ธนาคารมีการเร่งเป้าหมาย พนักงานที่สามารถหาผลงานได้รวดเร็วที่สุด ก็คือพนักงานที่มีอายุหรืออายุงานสูง โดยเฉพาะคนที่อยู่ในสาขาใดสาขาหนึ่งมานาน เพราะพนักงานเหล่านี้อยู่คู่กับสาขามาโดยตลอด รู้จักลูกค้าตั้งแต่รุ่นพ่อแม่จนถึงรุ่นลูก มีฐานลูกค้าใหญ่และมั่นคง โดยพนักงานเหล่านี้จะใช้ความสัมพันธ์อันแนบแน่นกับลูกค้านำการขาย แม้จำนวนกรมธรรม์จะไม่สูงนัก แต่ตัวเลขในกรมธรรม์จะเป็นตัวเลขที่สูงมาก

ส่วนผลการศึกษาที่พบว่า ทำเลที่ตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิต นั่นหมายถึงไม่ว่าสาขาจะตั้งอยู่ในทำเลแบบใด ก็ไม่ทำให้มีผลงานการขายประกันชีวิตที่แตกต่างกัน ดังนั้น พนักงานในทุก ๆ สาขามีโอกาสขายประกันชีวิตได้สำเร็จทั้งสิ้น ซึ่งผลการศึกษาที่ออกมานั้น จะทำให้พนักงานสาขามีมุมมองเชิงบวกต่อทำเลที่ตั้งที่สาขาตนอยู่มากขึ้น

ในส่วนของบุคลิกภาพทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ บุคลิกภาพด้านแสดงตัว และบุคลิกภาพด้านอารมณ์หวั่นไหว ที่ไม่พบความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตนั้น ถือว่าแตกต่างจากผลงานวิจัยที่ผ่านมาในอดีต โดยผลการวิจัยในครั้งนี้ทำให้เห็นแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปของบุคลิกภาพนักขาย จากสมัยก่อนที่ผู้คนเชื่อมั่นว่า คนพูดเก่งจะประสบความสำเร็จในการขายมากกว่าคนพูดน้อยอย่างแน่นอนนั้น ปัจจุบันอาจจะไม่จริงเสมอไป ซึ่งในการคัดเลือกพนักงานขาย คณะกรรมการมักมีความคิดว่าผู้สมัครที่พูดเก่ง ชอบเข้าสังคม น่าจะทำงานขายได้ดี จึงเลือกเฉพาะผู้สมัครที่มีบุคลิกภาพด้านแสดงตัวอย่างชัดเจน ซึ่งแท้ที่จริงแล้ว ผู้จัดการสาขามีความเห็นที่แตกต่างกัน บางรายยังคงให้ความเห็นว่าพนักงานที่พูดเก่ง จะสามารถสร้างโอกาส ดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ให้เข้ามาใช้บริการกับธนาคารได้มากขึ้น สามารถทำงานขายได้ดี แต่ผู้จัดการสาขาบางรายกลับให้ความเห็นว่า พนักงานที่พูดน้อย ดูสุขุม จะมีผลงานการขายที่ดีกว่า ทั้งนี้ เนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ของธนาคาร โดยเฉพาะประกันชีวิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ซับซ้อน พนักงานที่ขายจะต้องมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ไม่ดูคล่องแคล่วว่องไวจนเกินไป และต้องรับฟังลูกค้า อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลิกภาพของนักขายในปัจจุบันนั้น อาจไม่มีสูตรสำเร็จอย่างชัดเจน เนื่องจากลูกค้าแต่ละคนจะมีจริตแตกต่างกัน ชอบพนักงานขายที่มีวิธีการขายไม่เหมือนกัน แต่พนักงานขายที่ดีจะต้องสามารถขายให้กับลูกค้าได้ทุกประเภท

ในส่วนของผลการวิจัยที่พบว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลงานการขายประกันชีวิตนั้น อาจเนื่องมาจากในงานขายของธนาคารที่ผู้วิจัยศึกษา ส่วนใหญ่แล้วพนักงานที่ไม่มีความเชื่อมั่นทั้งในตนเองและในผลิตภัณฑ์ของธนาคาร จะไม่กล้านำเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเลย เนื่องจากได้ประเมินความสามารถของตนเองไปแล้วว่าไม่สามารถทำได้ หรือในบางรายก็กลัวว่าหากเสนอขายลูกค้าไปแล้ว เมื่อลูกค้าถามกลับจะไม่สามารถตอบได้ จึงไม่ยอมเสนอขาย จึงปิดโอกาสในการขายด้วยตัวเองก่อนจะถึงมือลูกค้า ในทางกลับกัน พนักงานที่เชื่อมั่นในความสามารถของตนเองจะกล้าแสดงความคิดเห็น มุ่งมั่นเต็มใจทำงานขาย โดยอาจจะเริ่มจากการขายผลิตภัณฑ์ง่าย ๆก่อน จากนั้นจึงขายประกันชีวิต ซึ่งพนักงานคิดว่าขายยากที่สุด จนทำให้พนักงานประสบความสำเร็จในการขาย ซึ่งหากพนักงานสามารถขายประกันชีวิตได้ครั้งหนึ่งแล้ว ก็จะสามารถขายได้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับความยืดหยุ่นทางใจ ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลงานการขายประกันชีวิตเช่นเดียวกันนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ที่มีความยืดหยุ่นทางใจสูง น่าจะมีภูมิคุ้มกันความเจ็บปวดจากการเสียหน้าหรือถูกปฏิเสธสูงกว่าผู้ที่มีความยืดหยุ่นทางใจต่ำ ทำให้คนที่มีความยืดหยุ่นทางใจสูงยังไม่ยอมแพ้แม้จะพบกับการถูกปฏิเสธจากลูกค้าซ้ำแล้วซ้ำอีก โดยมีความเชื่อว่า แม้ลูกค้าจะยังไม่ซื้อในวันนี้ แต่อาจจะกลับมาซื้อในวันหน้า หรือถ้าลูกค้าคนนี้ไม่ซื้อ คนถัดไปอาจจะซื้อ พนักงานจึงจะยังเสนอขายประกันชีวิตต่อไปจนสำเร็จ

ในส่วนของการมองโลกในแง่ดี ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขานั้น อาจเนื่องมาจาก ประกันชีวิตของธนาคารไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่สามารถขายได้โดยง่าย เนื่องจากลูกค้าต้องจ่ายเบี้ยประกันสูง และต้องมีพันธะผูกพันกับกรมธรรม์ไปอีกหลายปี ลูกค้าจึงตัดสินใจซื้อยาก ซึ่งการมีมุมมองที่ดีต่อผลิตภัณฑ์อาจทำให้พนักงานสามารถเสนอขายประกันชีวิตได้อย่างมั่นใจ แต่อาจไม่สามารถโน้มน้าวใจลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตได้ในทันที

สำหรับความหวังซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตเช่นกันนั้น อาจเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่คนส่วนใหญ่มีทัศนคติไม่ดีนัก แม้พนักงานจะพยายามหาวิธีในการขายประกันชีวิตหลาย ๆทาง ก็ไม่อาจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนทัศนคติได้ และในบางราย การเสนอขายประกันชีวิตซ้ำ ๆ อาจสร้างความรู้สึกต่อต้านให้กับลูกค้า พนักงานจึงต้องระมัดระวังในการเสนอขาย เพราะลูกค้าหลาย ๆ ราย ซื้อผลิตภัณฑ์แทบทุกตัว แต่จะไม่ยอมซื้อประกันชีวิต ซึ่งพนักงานต้องยอมรับการตัดสินใจของลูกค้า และไม่กดดันลูกค้ามากจนเกินไปนัก

ในส่วนของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานเช่นกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อาจไม่ใช่แรงผลักดันที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้โดยง่ายในทุก ๆกรณี ทั้งนี้ เนื่องมาจากในงานขายประกันชีวิต แม้พนักงานจะมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มากมายเพียงใด แต่หากขาดโอกาสและการวางแผนที่ดี รวมถึงไม่มีเครือข่ายทางสังคม ก็ยากที่จะมียอดขายหรือเบี้ยประกันชีวิตในระดับสูง เนื่องจากพนักงานอาจเข้าไม่ถึงกลุ่มลูกค้าที่มีเงินฝากสูงหรือมีความต้องการซื้อ ทำให้พนักงานต้องแสวงหาลูกค้าอย่างหนัก และเมื่อได้ลูกค้ามาก็อาจไม่ใช่ยอดเบี้ยประกันชีวิตที่สูงเท่าที่หวัง พนักงานจึงอาจมีลูกค้ารายย่อยจำนวนมาก แต่มีผลงานโดยรวมไม่สูงนัก

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากอายุและอายุงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลงานการขายประกันชีวิตของพนักงานสาขาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ธนาคารจึงควรทำระบบพี่เลี้ยงเพื่อให้พนักงานรุ่นพี่ได้สอนงานพนักงานรุ่นน้องโดยตรง หรืออาจจัดการบรรยาย

เพื่อแชร์ประสบการณ์และวิธีการขายจากพนักงานที่มีประสบการณ์สูงและประสบความสำเร็จในการงานขาย นอกจากนี้ อาจกำหนดให้พนักงานรุ่นพี่และพนักงานรุ่นน้องภายในสาขาได้จับคู่การทำงานแบบบัดดี้ ออกไปพบและดูแลลูกค้าร่วมกัน เพื่อขยายเครือข่ายทางสังคมให้กับพนักงานรุ่นน้องและเพื่อให้รุ่นน้องได้เรียนรู้งานจากตัวแบบ

นอกจากนี้ ธนาคารยังควรพัฒนาลักษณะด้านบวกของพนักงาน อันได้แก่ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองและความยืดหยุ่นทางใจให้เด่นชัดขึ้น โดยอาจสร้างเป็น Coaching and Collaboration Culture เพื่อให้พนักงานได้รับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) จนเพิ่มความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในสิ่งที่เขาทำได้ดี และเกิดบรรยากาศการทำงานที่สนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นทางใจ

สำหรับการวิจัยในครั้งหน้า ผู้ที่สนใจอาจเลือกศึกษาผลิตภัณฑ์ของธนาคารตัวอื่นเพิ่มเติม หรือเลือกศึกษาผลงานการขายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต แต่เก็บข้อมูลเพิ่มเติมในเชิงลึกขึ้น เช่น จำนวนกรมธรรม์ จำนวนเบี้ยประกัน จำนวนลูกค้าใหม่

ในส่วนอายุงาน ผู้ที่สนใจอาจศึกษาเชิงลึกขึ้นว่า ส่วนประกอบใดในอายุงานที่ทำให้มีความสัมพันธ์กับผลงานการขาย เช่น ประสบการณ์ การรู้ยุทธศาสตร์ หรือการสั่งสมเครือข่ายทางสังคม เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้คำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ ผู้บริหารสายทรัพยากรบุคคล ธนาคารพาณิชย์ที่อนุญาตให้เก็บข้อมูลหัวหน้างานโดยตรงที่สนับสนุนเรื่องเวลาในการทำวิจัย ผู้จัดการสาขาที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัย และให้ข้อมูลเพิ่มเติม ตลอดจนพนักงานสาขาที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

1. The Thai Life Assurance Association. Publications [Internet]. 2015 [Cited 2015 March 1]. Available from: http://www.tlaa.org/2012/index.php. Thai.
2. Theeraborwornrat W. The Effect of Personality, Attitude Toward Sales Career and Personal Factors on Job Performance of Salesperson [Master's thesis]. Bangkok: Thammasat University; 1997. Thai.
3. Barrick MR, Mount MK. Yes, Personality Matters: Moving on to More Important Matters. Human Performance. 2005; 18(4): 359-372.
4. Grant AM. Rethinking the Extraverted Sales Ideal: The Ambivert Advantage. Research Report, Association for Psychological Science. 2013: 1024-1030.
5. Luthans F, Youssef CM, Avolio BJ. Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge. England: Oxford University Press; 2007.
6. Dixon AL, Schertzer SMB. Bouncing Back: How Salesperson Optimism and Self-Efficacy Influence Attributions and Behaviors Following Failure. Journal of Personal Selling & Sales Management. 2005; 25(4 fall): 361-369.
7. Seligman M. Learned optimism. New York: Pocket Books; 1998.
8. Peterson SJ, Byron K. Exploring the Role of Hope in Job Performance: Results from Four Studies. Journal of Organizational Behavior. 2007; 28: 785-803.

9. Maturapodpong S. Hope, optimism, and resilience as predictors of performance, job satisfaction, work happiness, and organizational commitment. Veridian E-Journal 5. 2012; 3(September - December 2012): 306-318. Thai.
10. McClelland DC. The Achivement Society. New York: Free Press; 1961.
11. Spence JT, Helmreich RL. Achievement-related motives and behaviors. In: Achievement and Achievement motives: Psychological and sociological approaches, by J. T. Spence. San Francisco: Freeman; 1983. p. 7-74.
12. Kuttiyawong W. A study of selected personality characteristics in relation to work success of life insurance sales agents [Master's individual research]. Bangkok: Chulalongkorn University; 1997. Thai.
13. Eysenck HJ, Eysenck SBG. Manual of the Eysenck Personality Inventory. London: Hodder and Stoughton; 1984.
14. Wongtone S. Relationship between positive psychological capital, organization commitment and work performance : a case study of a commercial bank [Master's thesis]. Bangkok: Thammasat University; 2011. Thai.
15. Yoodee N. Effects of Proactive Personality, Need for Achievement and Organizational Justice on Work Performance of the Employees: A Case Study of an organization [Master's thesis]. Bangkok: Thammasat University; 2005. Thai.

ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์และตัวแปรเกณฑ์

	(1) ผลงานการขายฯ	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)
(1) ผลงานการขายประกันชีวิต																	
(2) อายุ	.166**																
(3) อายุงาน	.167**	.982**															
(4) ย่านธุรกิจ	.039	.180**	.183**														
(5) ห้างสรรพสินค้า	-.042	-.091	-.098	-.447**													
(6) โรงงาน	.051	-.069	-.063	-.273**	-.143**												
(7) อาคารสำนักงาน	-.019	-.099	-.088	-.319**	-.168**	-.102*											
(8) ย่านที่อยู่อาศัย	-.019	.041	.028	-.319**	-.168**	-.102*	-.120*										
(9) สาขาเปิดใหม่	-.036	-.075	-.076	-.225**	-.118*	-.072	-.084	-.084									
(10) บุคลิกภาพ-แสดงออก	-.001	-.268**	-.268**	-.029	.066	-.090	.083	-.043	.003								
(11) บุคลิกภาพ-อารมณ์หวั่นไหว	-.083	-.134**	-.127*	-.072	-.117*	.099	.150**	.032	-.004	-.084							
(12) ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง	.107*	-.017	-.022	.017	.020	.000	.024	-.100	.031	.331**	-.196**						
(13) การมองโลกในแง่ดี	.045	.032	.030	-.082	.090	-.020	.072	-.067	.041	.232**	-.210**	.618**					
(14) ความหวัง	.068	.068	.072	.010	-.021	-.005	.112*	-.115*	.023	.324**	-.207**	.709**	.680**				
(15) ความยืดหยุ่นทางใจ	.105*	.015	.025	-.041	.066	-.014	.077	-.080	-.002	.299**	-.195**	.676**	.675**	.789**			
(16) ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก	.092	.029	.031	-.021	.037	-.010	.081	-.106*	.028	.342**	-.230**	.870**	.836**	.917**	.879**		
(17) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	.065	-.158**	-.167**	-.099	.063	-.034	.146**	-.047	-.015	.462**	-.222**	.686**	.588**	.728**	.674**	.768**	

หมายเหตุ. * = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01