

ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าของพนักงาน ธนาคารกสิกรไทย

Employees' Motivating Factors in Selling Insurance Policy to K Bank Customers

อินทอร สาโรวาท1 ดร.ไกรชิต สุตะเมื่อง2 ดร.กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ3

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในกับแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานในธนาคารกสิกรไทยทั่วประเทศ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูลนั้นได้ใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ t-Test, F-Test (ONE-way ANOVA) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : MRA) ทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในกลุ่มอายุ 31-40 ปี มากที่สุด มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมากมีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 5-10 ปี และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และผลการวิจัยพบว่า รายได้ต่อเดือนและประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 อีกทั้งปัจจัยภายในที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นว่าเป็นแรงจูงใจมากที่สุด คือ ด้านการมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิต รวมถึงปัจจัยภายนอกในด้านของรางวัลทั้งในรูปแบบเงินรางวัลและรางวัลประเภทอื่น ๆ เช่น ประกาศนียบัตร โล่ประกาศเกียรติคุณ เป็นต้น

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้นำข้อมูลการวิจัยเป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิต เพื่อการกำหนดเป้าหมายให้พนักงานยอมรับและมุ่งสู่ในทิศทางเดียวกัน โดยอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้องซึ่งเป็นไปตามกฎของธนาคาร ซึ่งการที่จะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของธนาคารได้นั้น แรงจูงใจถือเป็นสิ่งที่จะช่วยผลักดันให้พนักงานเสนอขายประกันชีวิต เพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า และธนาคาร

คำสำคัญ : การสร้างการรับรู้, แรงจูงใจ

.....

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

³ ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาสาทรธานี มหาวิทยาลัยรังสิต

ABSTRACT

This research quantitative research aims to (1) To study the different types of personal factors that affect motivation in offering life insurance, employee of Kasikornbank Thailand (2) To study the relationship between the internal motivation of the offering life insurance, employee of Kasikornbank. (3) To study the relationship between external motivation in offering life insurance, employee of Kasikornbank. Study of a sample of bank employees in Kasikornbank. The questionnaire consisted of 400 sets of tools are used to collect data was a questionnaire. The data analysis and data processing, the use of computer programs t-Test, F-Test (ONE-way ANOVA) and analysis of linear regression the ear multiply (Multiple Regression Analysis: MRA) test as statistically significant at 0.5.

The results showed that Most respondents were female. In the age group 31-40 years had the highest average monthly personal income up to Baht 45,001 up, much work experience ranging from 5-10 years, and mostly single. The results showed that monthly income and work experience affect different motives in offering life insurance are statistically significant at 0 .5 . The internal factors that motivated respondents are the most visible aspect of the value of life insurance. Including external factors in the form of Incentive and Recognition in other categories.

Researchers have suggested that the research data as a guide to create an incentive to sell life insurance. For employees to recognize and target oriented in the same direction. On the basis of accuracy, according to the rules of the Bank. In order

to achieve the goals of the Bank. Motivation is what will drive employees to sell insurance. For the benefit of customers and the bank.

Key words: Creating awareness, motivation.

1.บทนำ

ความเสี่ยงเป็นสิ่งที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และอาจจะส่งผลกระทบหรือสร้างความเสียหายให้กับชีวิตและทรัพย์สินได้ ดังนั้นการทำความเข้าใจกับชีวิตจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น เพื่อเป็นการบรรเทาความเดือดร้อนและเป็นหลักประกันให้แก่ตนเองและครอบครัว ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ตลอดเวลา

ช่องทางในการขายประกันชีวิตมีหลากหลายช่องทาง โดยการขายประกันผ่าน “ธนาคาร” (Bancassurance) ก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการขายประกันให้กับลูกค้า ซึ่งธนาคารกสิกรไทยถือเป็นองค์กรที่มีความชัดเจนในเรื่องของการขายประกันชีวิตผ่านธนาคารมาเป็นจุดยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจ จะเห็นได้จากการร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ถือเป็นการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยมีพนักงานธนาคารเปรียบเหมือนตัวแทนในการนำเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้า จึงนับได้ว่า พนักงานธนาคารมีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนความสำเร็จในการขายประกันชีวิตผ่านช่องทางธนาคารเป็นอย่างยิ่ง และด้วยธนาคารกสิกรไทยเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญ

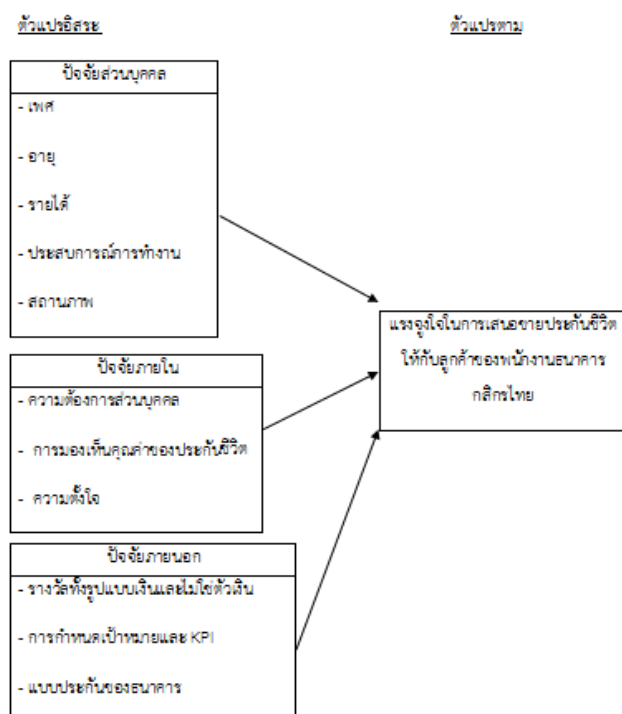
กับการพัฒนาบุคลากร โดยเน้นไปที่การจัดการฝึกอบรมและพัฒนา (HR Development), การจัดทำแผนบริหารทรัพยากรบุคคล (HR Management), การจัดทำทั้ง Core Competency และ Functional Competency ของบุคลากรในตำแหน่งงานต่างๆ และมีการวัดประเมินอย่างชัดเจนสม่ำเสมอ ทั้งนี้ การที่การจัดการกลยุทธ์ด้านบุคลากร (Human Resource Strategy) จะสำเร็จได้นั้น พนักงานธนาคารจะต้องมีความเข้าใจความต้องการของพนักงานที่แท้จริง รวมไปถึงการกำหนดเป้าหมายให้พนักงานยอมรับและมุ่งมั่นในทิศทางเดียวกัน โดยอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้องซึ่งเป็นไปตามกฎของธนาคาร ซึ่งการที่จะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของธนาคารได้นั้น แรงจูงใจถือเป็นสิ่งที่จะช่วยผลักดันให้พนักงานเสนอขายประกันชีวิต เพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า และธนาคาร

ผู้วิจัยมีความสนใจถึงการสร้างแรงจูงใจในการขายประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย ว่ามีปัจจัยด้านใดบ้างที่จะมีส่วนทำให้พนักงานธนาคารมีแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่จะมีผลมากหรือน้อยเพียงใด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจ

ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการ
เสนอขายประกันชีวิตของพนักงานธนาคาร
กสิกรไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในกับแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย



กรอบแนวความคิด

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่

ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ประสบการณ์
การทำงาน และสถานภาพที่แตกต่างกันมีผล
ต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตของ
พนักงานธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายในที่ประกอบด้วย

ความต้องการ การมองเห็นคุณค่าของ
ผลิตภัณฑ์และ ความคิดเห็น มี
ความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเสนอขาย
ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย

รางวัลทั้งรูปแบบเงินและไม่ใช้ตัว
เงิน เป้าหมายและการกำหนด KPI
และแบบประกันของธนาคาร มี
ความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการ
เสนอขายประกันชีวิตของพนักงาน
ธนาคารกสิกรไทย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
เนื้อหาในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่
ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภายใน และ
ปัจจัยภายนอก และแรงจูงใจในการ
เสนอขายประกันชีวิตของพนักงาน
ธนาคารกสิกรไทย

2. ขอบเขตประชากร

ขอบเขตด้านประชากรในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ พนักงานธนาคารกสิกรไทยทั่วประเทศ

3.ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2556, เก็บแบบสอบถามในระหว่างเดือน พฤษภาคม – มิถุนายน 2556 และแล้วเสร็จเดือนมิถุนายน 2556

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ผู้บริหารฯ และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถวางแผนกลยุทธ์ HR ที่ต้องอาศัยปัจจัยส่วนบุคคลในการสร้างแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตให้กับพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลของการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้ในการจัดทำ Action Plan หรือ Team Building ได้ ทั้งนี้เพื่อช่วยให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายของธนาคาร

2.แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

วิไลวรรณ ศรีสงคราม (2547, หน้า 2)

สรุปว่าคำว่าแรงจูงใจ (Motivation) มีรากศัพท์มาจากคำภาษาละตินคือ movere มีความหมายว่า เคลื่อนที่ (to move) ซึ่งก็สะท้อนให้เห็นว่าแรงจูงใจมีความเกี่ยวข้องกับพลังงาน (Energy) ทิศทาง (Direction) ที่จะนำสู่ เป้าหมายและการดำรงไว้ (Sustenance) ซึ่งอธิบายได้ว่าเมื่อใดก็ตามที่บุคคลมีแรงจูงใจ

บุคคลจะมีพลังมากพอที่จะนำตนเองไปสู่เป้าหมายอย่างมีทิศทางที่ชัดเจนและมีการดำรงไว้ให้กิจกรรมนั้นยังคงอยู่

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ ได้แก่ ทฤษฎีสอง

ปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two Factor Theory) (อ้างถึงในสมยศ นาวิการ, 2546: 310-317) เฮร์ซเบิร์ก (Frederick Herzberg, 1959) เป็นนักจิตวิทยาอีกผู้หนึ่งที่มุ่งเน้นศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงาน เน้นอธิบายและให้ความสำคัญกับปัจจัย 2 ประการ ได้แก่

1. ปัจจัยด้านตัวกระตุ้นหรือปัจจัยภายใน (Motivators) ปัจจัยด้านนี้มีผลต่อการกระตุ้นทำให้บุคคลเกิดความพอใจ เช่น การยอมรับนับถือจากผู้อื่น คือ พนักงานควรต้องมีความรู้สึกว่าการสำเร็จของเขานั้นมีคนอื่นรับรู้ มีคนยอมรับ ลักษณะงานที่น่าสนใจ เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านการบำรุงรักษาหรือปัจจัยภายนอก (Hygiene) ปัจจัยด้านนี้ช่วยให้พนักงานยังคงทำงานอยู่และรักษาเขาไว้ไม่ให้ออกไปทำงานที่อื่นเมื่อไม่ได้จัดให้พนักงานจะไม่พอใจและไม่มีความสุขในการทำงานของเขา การบำรุงรักษา เช่น นโยบายและการบริหารบุคลากร, ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน, ค่าตอบแทนจากการทำงาน เป็นต้น

ประเภทของแรงจูงใจ แรงจูงใจมีหลาย

ลักษณะ และจะก่อให้เกิดพฤติกรรมการตอบสนองที่แตกต่างกัน รวมถึงปัจจัยสิ่งเร้า

ต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการได้รับ ซึ่งสามารถ แบ่งแรงจูงใจ ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เป็น 2 ประเภท คือ (มาลี จุฑา, 2542, หน้า 138)

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation)

หมายถึงแรงจูงใจที่เกิดจากภายในตัว บุคคล ซึ่งมีผลต่อการกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งตามความต้องการหรือตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ แรงจูงใจภายในจะมีความสำคัญมากกว่า แรงจูงใจภายนอก เพราะว่าแรงจูงใจภายในเกิดจากความรู้สึกของแต่ละบุคคล เมื่อบุคคล รู้สึกเช่นใดก็จะแสดงพฤติกรรมตอบสนองความรู้สึกของตนเสมอ ส่วนแรงจูงใจภายนอกนั้นบุคคลอาจเกิดความรู้สึกเฉยๆ ก็ได้ ซึ่งแรงจูงใจภายในนั้นอาจได้แก่ ความอยากรู้ อยากรู้เห็น ความสนใจ ความรัก ความอบอุ่น ความเห็นอกเห็นใจ ความสงสาร ความสำเร็จ ความหิว ความต้องการ ความพอใจ ความศรัทธา ความซาบซึ้ง เป็นต้น

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic

Motivation) หมายถึงแรงจูงใจที่เกิดจากภายนอก ตัวบุคคล ซึ่งมีผลต่อการกระตุ้นของบุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งตามความต้องการหรือตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษณา จ้อยช้างเนียม (2547) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับสูง และมีความคิดเห็น

เกี่ยวกับปัจจัยด้านงานอันเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานมีความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบตามอายุ อายุงาน และรายได้ แต่เมื่อเปรียบเทียบตามเพศ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาพบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านงาน 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะงาน ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ด้านสัมพันธ์ภาพในการทำงาน ด้านความพึงพอใจในรายได้และสวัสดิการ และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย

รังสรรค์ อ่วมมี (2550) ได้ศึกษา

เรื่องคุณลักษณะงานที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท กม. 18 วิศวรรกรรม จำกัด ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะงานของพนักงาน พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2. ระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3. เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ไม่แตกต่างกัน 4. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงานกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ของพนักงานพบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

วาสนา พัฒนานันท์ชัย (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ผลการวิจัยพบว่าพนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุนอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ด้านความรับผิดชอบ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ส่วนปัจจัยค้ำจุนอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพการทำงานและความมั่นคง ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ด้านการปกครองบังคับบัญชา และด้านนโยบายและการบริหาร ตามลำดับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน และการอบรม สัมมนา ไม่มีผลกับแรงจูงใจของพนักงาน

ศิริพร โอฬารธรรมรัตน์ (2546) ได้ศึกษาเรื่องการเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน:ศึกษากรณี บริษัท อิตินพ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจในการทำงานในด้านสภาพแวดล้อม ด้านผลตอบแทนในการทำงาน และด้านความก้าวหน้าในการทำงานของพนักงาน มีในระดับค่อนข้างมากโดยแรงจูงใจในการทำงาน อันดับ 1 และ อันดับ 2 คือแรงจูงใจด้านเงินเดือนและผลตอบแทนในการทำงาน แรงจูงใจ อันดับที่ 3 คือแรงจูงใจด้านเพื่อนร่วมงาน ส่วนลำดับของปัญหาและ

อุปสรรคในการทำงาน อันดับที่ 1 คือปัญหาอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปัญหาอุปสรรคในการทำงาน อันดับ 2 คือภาระงานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย อันดับ 3 คือ สถานที่ตั้งของบริษัท/ระยะเวลาในการเดินทางมาทำงาน

ศิริไล กุลทรัพย์ศุทธราช ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ. เอส. แอสโซซิเอท เอนยีเนียริง (1964) จำกัด: ผลวิจัยพบว่า 1. พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง 2. พนักงาน ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อายุงาน ต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานไม่แตกต่างกัน และพนักงานที่มีรายได้ต่างกัน แรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สิริชัย สุกกิจบรรจง (2553-2555) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานของบริษัทประกันวินาศภัยเพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุงานในบริษัทแห่งนี้ รายได้ และระดับงาน ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ ผลวิจัย พบว่ามีอายุ ระดับการศึกษา และอายุงานในบริษัทแห่งนี้แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานต่อบริษัทประกัน

วินาศแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ โดยรวม ต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้
คือ พนักงานธนาคารกสิกรไทย ซึ่งประชากร
กลุ่มนี้จัดเป็นประชากรประเภทนับได้

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่เป็นแบบของ
การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative
Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้
ได้แก่ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชาย
และเพศหญิง โดยที่ทำงานอยู่ในธนาคารกสิกร
ไทยโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัย
ได้ กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูป
Taro Yamane โดยให้มีความคลาดเคลื่อน
จากการสุ่มร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ
95 ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ : ปัจจัยส่วนบุคคล

ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) รายได้ (4)
ประสบการณ์การทำงาน (5) สถานภาพ,
ปัจจัยภายใน ได้แก่ (1) ด้านความต้องการส่วนบุคคล
(2) ด้านการมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิต
(3) ด้านความตั้งใจ และ ปัจจัยภายนอก
ได้แก่ (1) ด้านรางวัลทั้งในรูปแบบเงินรางวัล
และรางวัลประเภทอื่น ๆ เช่น ประกาศนียบัตร
โล่ประกาศเกียรติคุณ เป็นต้น (2) ด้านการ
กำหนดเป้าหมายและ KPI (3) ด้านแบบ
ประกันของธนาคาร

ตัวแปรตาม : แรงจูงใจในการเสนอ
ขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าของพนักงาน
ธนาคารกสิกรไทย

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T- test F-
test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ
(MRA)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic)

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีคำนวณโดยการแจกแจงความถี่(frequency) และค่าร้อยละ (percentage)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยภายในและภายนอก ใช้วิธีคำนวณหาค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(standard deviation) ค่าสูงสุด(max.) และค่าต่ำสุด(min.)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย
เพศ อายุ รายได้ ประสบการณ์การทำงาน
สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจใน
การเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าที่
แตกต่างกัน ใช้สถิติ T-Test ในกรณีตัวแปร
อิสระเพศ, สถานภาพและใช้สถิติ F-Test
สำหรับตัวแปรอิสระอื่นๆ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายในของพนักงาน
ธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ด้านความต้องการ
ส่วนบุคคล ด้านการมองเห็นคุณค่าของประกัน
ชีวิต และด้านความตั้งใจ ใช้การวิเคราะห์การ
ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression
analysis: MRA)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายนอกของพนักงาน
ธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ด้านรางวัลทั้งรูปแบบ
เงินและไม่ใช้ตัวเงิน ด้านการกำหนดเป้าหมาย
และ KPI และด้านแบบประกันของธนาคาร ใช้

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple

เท่ากับ 1.5141 และด้านความต้องการส่วน

ด้านปัจจัยนอก	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
ด้านรางวัลทั้งในรูปแบบเงินรางวัลและรางวัลประเภทอื่น ๆ	8.5475	1.43370	3.80	10.00
ด้านการกำหนดเป้าหมายและ KPI	7.5430	1.82628	.00	10.00
ด้านแบบประกันของธนาคาร	7.5895	2.07431	1.40	10.00

บุคคล มีค่าเฉลี่ยที่ 8.0770 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.35886

ตารางที่ 2 ปัจจัยภายนอก

Regression analysis: MRA)

จากตารางพบว่าปัจจัย

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**ปัจจัยประชากรศาสตร์ :** ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60 ช่วงอายุเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่กลุ่มอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 41.3 มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 31.3 ประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 5-10 ปี ร้อยละ 37.5 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด อยู่ที่ร้อยละ 56.5

ตารางที่ 1 ด้านปัจจัยภายใน

จากตารางพบว่าปัจจัยภายในประกอบด้วย ด้านความต้องการส่วนบุคคล ด้านการมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิต และ ด้านความตั้งใจ ในภาพรวมเฉลี่ยที่ 8.3672 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.11847 เมื่อ

พิจารณารายด้านพบว่า ด้านการมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิตมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 8.6870 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.24881 และรองลงมาคือด้านความตั้งใจมีค่าเฉลี่ยที่ 8.3375 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ภายนอกประกอบด้วยด้านรางวัลทั้งรูปแบบเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ด้านการกำหนดเป้าหมายและ KPI และด้านแบบประกันของธนาคารในภาพรวมเฉลี่ยที่ 7.8933 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.54898 เมื่อพิจารณารายด้านแล้วนั้น ด้านรางวัลทั้งในรูปแบบเงินรางวัลและรางวัลประเภทอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่

8.5475 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ด้านปัจจัยภายใน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ด้านความต้องการส่วนบุคคล	8.0770	1.35886
ด้านการมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิต	8.6870	1.24881
ด้านความตั้งใจ	8.3375	1.51431

เท่ากับ 1.43370 และรองลงมาคือด้านแบบประกันของธนาคารมีค่าเฉลี่ยที่ 7.5895 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.07431 และด้านการกำหนดเป้าหมายและ KPI มีค่าเฉลี่ยที่ 7.5430 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.82628

- นำเสนอผลการทดลองสมมติฐาน พนักงานธนาคารกสิกรไทยที่ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้า

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดลองสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์	สถิติที่ใช้	ค่า p
เพศ	T-Test	0.841
อายุ	F-Test	0.541
รายได้ต่อเดือน	F-Test	0.021*
ประสบการณ์การทำงาน	F-Test	0.000*
สถานภาพ	T-Test	0.123

สมมติฐานที่ 1 พบว่า รายได้ต่อเดือนและประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 เพศ อายุ สถานภาพ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้า

- นำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานด้วย MRA ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิต

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		t
	Std.		
	B	Error	
ค่าคงที่	-0.071	0.358	-.197
ด้านความต้องการส่วนบุคคล	.436	.038	11.592
ด้านการมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิต	.331	.049	6.793
ด้านความตั้งใจ	.215	.041	5.251
R = .765 R ² = .586 S.E.E. = .90986 F = 186.506 Sig.			

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิต

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	3.30565	0.304102	10.870	.000		
ด้านรางวัลทั้งในรูปแบบเงินรางวัลและรางวัลประเภทอื่น ๆ	.123	.046	2.703	.007	.538	1.860
ด้านการกำหนดเป้าหมายและ KPI	.192	.036	5.294	.000	.523	1.913
ด้านแบบประกันของธนาคาร	.305	.037	8.148	.000	.380	2.629
R = .736 R ² = .542 S.E.E. = .956 F = 156.095 Sig. = .000						

ได้แก่ ด้านความต้องการส่วนบุคคล ด้านการมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิต และด้านความตั้งใจ โดยปัจจัยเหล่านี้สามารถทำให้ทราบถึงแรงจูงใจที่มีต่อการเสนอขายประกันชีวิต 58.6% ($R^2 = .586$)

- นำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานด้วย MRA ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิต

ตารางที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิต ได้แก่ ด้านรางวัลทั้งรูปแบบเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ด้านการกำหนดเป้าหมายและ KPI และด้านแบบประกันของธนาคารโดยปัจจัยเหล่านี้สามารถทำให้ทราบถึงแรงจูงใจที่มีต่อการเสนอขายประกันชีวิต 54.2% ($R^2 = .542$)

5.สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง, ช่วงอายุเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่กลุ่มอายุ 31-40 ปี, มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป, ประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 5-10 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประสบการณ์การ

ทำงานเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตที่แตกต่างกัน นอกเหนือจากปัจจัยส่วนบุคคลแล้ว ยังมีปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิต ได้แก่ ด้านความต้องการส่วนบุคคล ด้านการมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิต และด้านความตั้งใจ ซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉพาะปัจจัยด้านการมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิตนั้นมีผลต่อการสร้างแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความตั้งใจและด้านความต้องการส่วนบุคคล ตามลำดับ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิต ได้แก่ ด้านรางวัลทั้งรูปแบบเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ด้านการกำหนดเป้าหมายและ KPI และด้านแบบประกันของธนาคารมีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น โดยด้านรางวัลทั้งรูปแบบเงินและไม่ใช้ตัวเงินมากที่สุด รองลงมา ด้านแบบประกันของธนาคาร และด้านการกำหนดเป้าหมายและ KPI ตามลำดับ

อภิปรายผล

1.จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีเฉพาะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิต เนื่องจากพนักงานที่มีประสบการณ์ทำงานมากจะเข้าใจรับรู้ถึงการปฏิบัติตามนโยบายของธนาคารแต่สำหรับพนักงานที่ประสบการณ์ต่ำกว่า 1 ปี อาจจะยังไม่เข้าใจในวิสัยทัศน์ของธนาคาร โดยแนวคิดจะสอดคล้องกับเรื่องแรงจูงใจในการทำงานของบริษัทประกันวินาศภัย กรณีศึกษา :

บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ (สิริชัย สุภกิจบรรจง, 2553-2555)

2. จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นว่าเป็นแรงจูงใจมากที่สุดคือด้านการมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิต รวมถึงปัจจัยภายนอกในด้านของรางวัลทั้งในรูปแบบเงินรางวัลและรางวัลประเภทอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ (วาสนา พัฒนานันท์ชัย, 2552)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย “ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าของพนักงานธนาคารกสิกรไทย” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ฝ่าย HR ของธนาคารกสิกรไทยควรศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องของพื้นที่ความรับผิดชอบ เช่น ในเขตกรมหรือต่างจังหวัด เพื่อที่จะได้นำมาใช้ในการกำหนดเป้าหมายให้มีความยุติธรรมและสอดคล้องกับพื้นที่ในความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลด้วย

2. ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยถึง แรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการเข้าใจพนักงานได้ตรงจุดยิ่งขึ้น ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรจะต้องยึดในเรื่องของปัจจัยภายนอก ในด้านของรางวัลทั้งในรูปแบบตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถกำหนดรางวัลในแต่ละประเภทให้สามารถจูงใจพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของดร.ไกรจิต สุตะเมือง และดร.กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ ที่ปรึกษาวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ซึ่งได้ให้คำแนะนำ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านไว้เป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้มีส่วนช่วยเหลือ ท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามในที่นี้ ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี

บรรณานุกรม

- [1]. Afshan Yusaf, Raheela Munawar, Sehrish Naheed, MS Scholar of International Islamic University Islamabad, Pakistan (2012) Research EMPLOYEE MOTIVATION IN MODERN ORGANIZATION: A REVIEW OF 12 YEARS
- [2]. Frank Katusak (2002), Executive Director The Incentive Research Foundation : Incentives, Motivation and Workplace Performance: Research & Best Practices
- [3]. G.Balachandar(2010): International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol.1, No.4, December, 2010 2010-023X:
- [4]. Ms.Surbhi Sofat (2012): BIZ n BYTES - a quarterly published Journal of Applied Management & Computer Science - ISSN No (0976 - 0458)Volume 1 - January 2012 : <http://www.ijtef.org/papers/62-F488.pdf>
- [5]. กุสุมา จ้อยช้างเนียม (2547) : แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) สาขารัฐศาสตร์ ภาควิชา รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
- [6]. เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร: ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขายเขตฝั่งธนบุรี: http://www.siam.edu/siamedu_thai_mainpage/images/stories/article/2550_bus03.pdf
- [7]. มาลี จุฑา. (2542). จิตวิทยาการเรียนรู้การสอน. กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ์.
- [8]. รังสรรค์ อ่วมมี (2550): ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะงานที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท กม.

- 18 วิศวกรรม จำกัด: บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนคร
- [9]. วาสนา พัฒนาคณิศ (2552) :
ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการ
ปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงาน
ทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ :
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหาร
การพัฒนาสังคม)
- [10]. ศิริพร โอฬารธรรมรัตน์ (2546). การ
เสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน:
ศึกษานิพนธ์ บริษัท อติเทพ จำกัด.
งานนิพนธ์ปริญญารัฐ
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต,
สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิต
วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา
- [11]. ศิวไล กุลทรัพย์ศุทธราช: แรงจูงใจใน
การปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท
เอ. เอส. แอสโซซิเอท เอนิเนียริง
(1964) จำกัด:
[http://www.pnru.ac.th/offi/arit/
upload-
files/uploadfile/55/4b190669d
db4f6a4267f2b025920ec33.pdf](http://www.pnru.ac.th/offi/arit/upload-files/uploadfile/55/4b190669ddb4f6a4267f2b025920ec33.pdf)
- [12]. สิริชัย สุกกิจบรรจง (2553-2555) :
แรงจูงใจในการทำงานของบริษัท
ประกันวินาศภัยกรณีศึกษาบริษัท
ประกันวินาศภัยแห่งหนึ่งใน
กรุงเทพฯ: <http://mba.swu.ac.th/>
- [13]. สุวรรณีย์ ทับทิมอ่อน. 2548. แนว
ทางการสร้างแรงจูงใจในการ
ปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทบางปะ
กงจำกัด. ปัญหาพิเศษปริญญา
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [14]. อมรรัตน์ ยิ่งยอด (2554): แรงจูงใจ
ในการปฏิบัติงานของบุคลากรของสา
นักงานที่ดิน
จังหวัดสุราษฎร์ธานี : หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการ
จัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏ
บ้านสมเด็จเจ้าพระยา ปีการศึกษา
2554