

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภท
ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง
จังหวัดลำพูน

ผู้เขียน

นางสาวสุพรรณษา เปรียญญารัตน์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร. นิสิต พันธมิตร

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร. ไพรัช กาญจนการุณ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทประกันชีวิตของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน รวมทั้งศึกษาปัญหา อุปสรรค ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทประกันชีวิตของพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งนั้นในจังหวัดลำพูน โดยการสอบถามพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งนั้น จำนวน 150 คน และนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้สถิติค่าความถี่และร้อยละ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า

พนักงานธนาคารพาณิชย์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาโท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท และมีประสบการณ์ทำงานในธนาคารพาณิชย์ 1-5 ปี

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทประกันชีวิตของพนักงานธนาคารพาณิชย์ที่ทำการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญหรือเป็นแรงจูงใจพนักงานในระดับมากที่สุดมีทั้งหมด 7 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยด้านเงินเดือนที่ได้รับ ปัจจัยด้านค่าตอบแทนพิเศษ (ค่าคอมมิชชั่น) ปัจจัยด้านสวัสดิการพิเศษ (โบนัส) ปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงาน ปัจจัยด้านการยอมรับในผลงานจากผู้บังคับบัญชา และปัจจัยด้านเกณฑ์ประเมินผลงานประจำปี

ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญหรือเป็นแรงจูงใจในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านความท้าทายของลักษณะงานที่ทำและการยอมรับในผลงานจากเพื่อนร่วมงาน

สำหรับปัจจัยที่เป็นเหตุให้พนักงานธนาคารพาณิชย์ที่ถอดต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทประกันชีวิต ซึ่งทำให้ทราบปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้สึกว่าการขายประกันชีวิตเพื่อให้ผ่านการประเมินผลการปฏิบัติงานเท่านั้น พนักงานไม่ได้รับค่าคอมมิชชั่น รองลงมาคือ ลักษณะงานที่ไม่ตรงตามความต้องการหรือความถนัดของพนักงาน และในการขายประกันชีวิตแก่ลูกค้ามักได้รับการปฏิเสธการขายจากลูกค้าเสมอ ในขณะที่เดียวกันการมีเป้าหมายยอดขายประกันชีวิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมีผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตรูปแบบใหม่ๆ ให้ขายตลอดเวลา ทำให้พนักงานทำงานได้ไม่ตรงตามเป้าหมายของธนาคาร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Influencing the Selling Life Insurance of Officers of Commercial Bank in Mueang District, Lamphun Province

Author Miss Suphansa Pareanyarat

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Asst.Prof.Dr.Nisit Panthamit

Advisor

Asst.Prof.Dr.Pairut Karnchanakaroon

Co-advisor

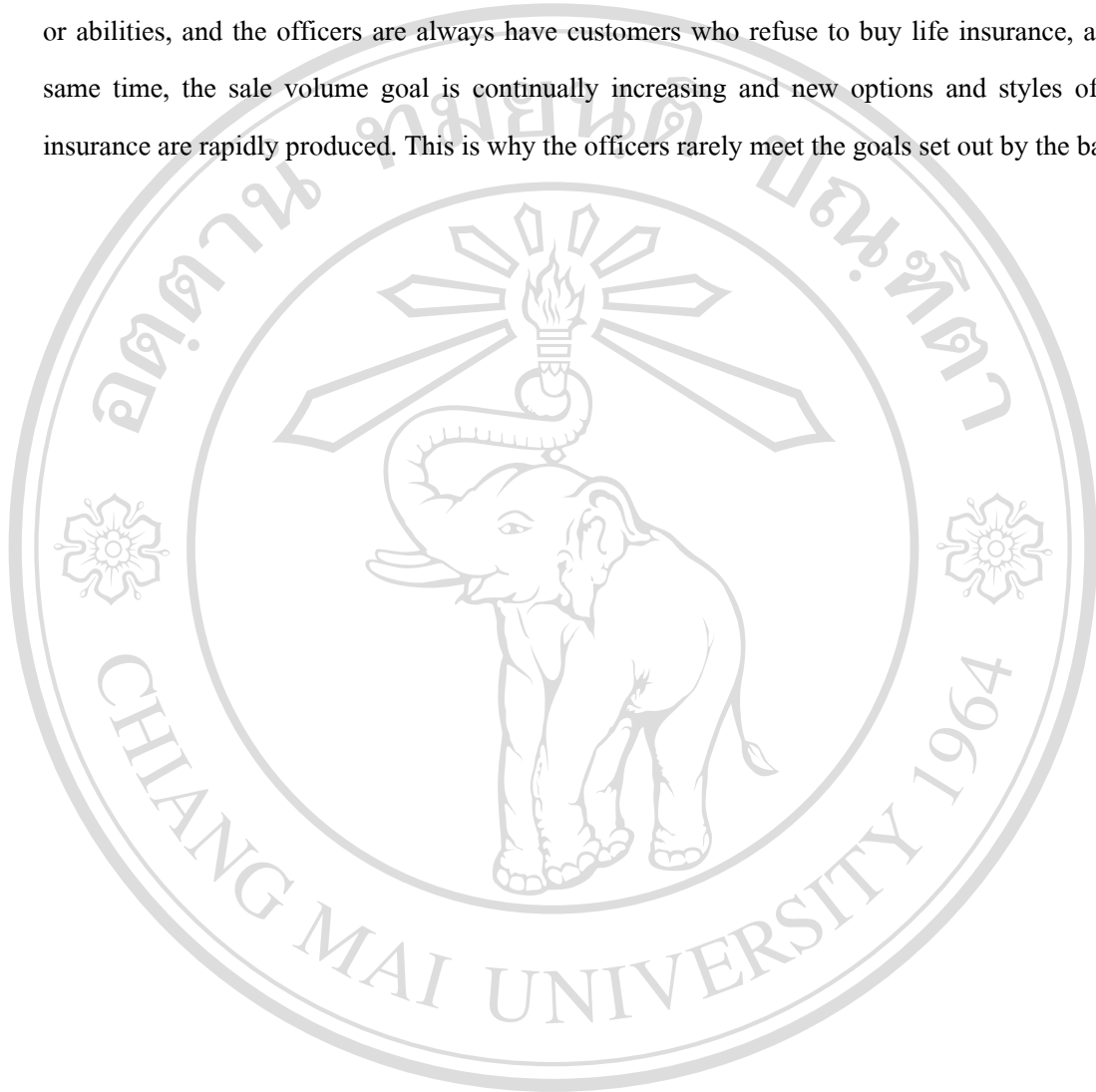
ABSTRACT

The purpose of this study was to study the factors that influenced life insurance sales by officers working at a commercial bank in Mueang District, Lamphun Province and to study the problems, obstacles, ideas and suggestions about life insurance sales in the commercial bank. Data were collected from questionnaires given to 150 officers working at the commercial bank. The data were analyzed using statistical frequency and percentage. The results of the study were as follows:

Most of the respondents were married females, 31-40 ages, holding a Master's degree. They earned less than 20,000 baht per month, and have been working for commercial bank for 1-5 years. The study found that there are 7 factors that influenced life insurance sales of officers working at the commercial bank. Those were the opportunity for progression, salary, commission, bonuses, job security, acceptance from superior officers and annual evaluation criteria. The significant factors or important motivations were the challenge of job and acceptance from colleagues.

Factors which were considered to be the biggest problems that receded courage of the officers who was selling life insurance were that the officers sell the life insurance just

because they want to pass the evaluation and the officers are not paid for their commission. Other inferior problems were that the job characteristic does not match with the officer's requirements or abilities, and the officers are always have customers who refuse to buy life insurance, at the same time, the sale volume goal is continually increasing and new options and styles of life insurance are rapidly produced. This is why the officers rarely meet the goals set out by the bank.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved