



ความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต

Professionalism in Life Insurance Sales

สุประภา จารุทะวัย¹

¹ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต, Jaruthawai.s@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต และ 2) ศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริหารและผู้ที่ทรงคุณวุฒิของตัวแทนจำหน่ายประกันชีวิตบริษัทแห่งหนึ่ง จำนวน 10 คน ที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป โดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านความรู้ประกันชีวิต พบว่า ความสำคัญของการให้ข้อมูลประกันชีวิต มีความสำคัญอย่างยิ่งในการให้ข้อมูลกับลูกค้าที่ต้องการซื้อประกันชีวิตจากตัวแทนจำหน่าย และต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตในการให้ข้อมูลที่ดี นำเสนอการคุ้มครองประกันชีวิตตรงตามความต้องการลูกค้า และพัฒนาทักษะด้านความรู้อย่างสม่ำเสมอ 2) ด้านศิลปะการขาย พบว่า เทคนิคหรือการโน้มน้าวใจในการขายประกัน ตัวแทนจำหน่ายต้องมีการใช้คำพูด หรือการให้ข้อมูลความรู้กับลูกค้าอย่างชัดเจน เป็นการดูแลเอาใจใส่ในการบริการ และพัฒนาทักษะด้านศิลปะการขาย 3) ด้านบุคลิกภาพ พบว่า การมีวินัยในตนเองโดยมีการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างละเอียดและชัดเจน เพื่อให้การทำงานเกิดความราบรื่น และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว และการสร้างบุคลิกภาพ จากการแต่งกายที่สะอาด เรียบร้อย มีการพูดจาที่สุภาพ อ่อนน้อม ถ่อมตน และเป็นมิตร 4) ด้านการสร้างและขยายฐานลูกค้า พบว่า การสร้างความมั่นคงแบบยั่งยืนต้องมีการให้บริการในการติดตามลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ในทุกรายละเอียดของงานประกันชีวิตเป็นรายบุคคลอย่างสม่ำเสมอ และการขยายฐานลูกค้า ต้องมีการบริการที่ดี ด้วยความจริงใจ และซื่อสัตย์ในการให้บริการลูกค้า

คำสำคัญ: ความเป็นมืออาชีพ, การขายประกันชีวิต, บริษัทประกันชีวิต

ABSTRACT

This research has two objectives, including 1) to examine professionalism in the insurance industry and 2) to propose recommendations on the development of professionalism in the insurance industry. A qualitative research method was employed to collect data, including in-depth interviews with ten key informants selected through purposive sampling. The participants consisted of executives and experts of an insurance company who had over ten years of work experience. A content analysis was then conducted to identify patterns and key elements of the collected data.



According to research findings, there are four themes identified in this study, including 1) insurance knowledge, 2) salesmanship, 3) personality, and 4) customer acquisition and expansion. Regarding insurance knowledge, it was obviously essential for life insurance agents to provide thorough insurance information for clients. Insurance agents should have an understanding of insurance products and keep developing themselves in order to offer and advise on life insurance coverage that meets the needs of customers. In terms of salesmanship and insurance sales techniques to attract customers, it was required that insurance agents speak clearly about insurance policy and information with a service-minded attitude and sales skills development. Regarding personality, it was found that self-discipline is the key to success in making a clear and detailed plan for smooth business operations and problem-solving performance. In addition, personality formation is also important, including good dress, politeness, humility, and friendliness. In terms of customer acquisition and expansion, it was found that after-sales services are essential to consistently support every detail of life insurance for each client in order to achieve sustainable marketing. Furthermore, sincere and honest services are required to expand the customer base.

Keywords: Professionalism, Life Insurance Sales, Life Insurance Company

1. บทนำ

ปัจจุบันการทำประกันชีวิตเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกคนควรให้ความสำคัญ ซึ่งการทำประกันชีวิตเป็นเป็นการวางแผนอย่างหนึ่งซึ่งช่วยให้ผู้รับบริการไม่ต้องกังวลกับค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล เมื่อเกิดการเจ็บป่วย ซึ่งบริษัทประกันชีวิตมีบริการในการออมเงินระยะยาวและความคุ้มครองชีวิตแก่ลูกค้าบุคคลผ่านผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ทั้งการประกันชีวิต การประกันภัยอุบัติเหตุและสุขภาพ และการวางแผนทางการเงินในระยะยาว รวมทั้งยังให้บริการลูกค้าองค์กรผ่านผลิตภัณฑ์สวัสดิการพนักงาน ประกันสินเชื่อ และให้บริการเป็นผู้จัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งบริษัทที่ได้รับใบอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิต เพื่อรับประกันต่อความสูญเสียชีวิตหรือความเสียหายต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยสัญญาว่าจะจ่ายชดเชยให้แก่ผู้เอาประกันภัย หรือผู้รับผลประโยชน์กรณีผู้เอาประกันภัยมีการเสียชีวิต และอาจมีความคุ้มครองอื่น ๆ เช่น การประกันอุบัติเหตุและสูญเสียอวัยวะ การประกันกรณีทุพพลภาพ หรือการประกันภัยสุขภาพ เป็นต้น (บริษัทประกันชีวิต, 2561) ซึ่งการให้บริการนั้นมีความสำคัญในการนำเสนอสัญญาให้มีความน่าสนใจในการขาย และความเป็นมืออาชีพของตัวแทนจำหน่ายในการขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าในการรับรู้และเข้าใจข้อมูลต่างๆ ของประกันชีวิตได้อย่างชัดเจนจนเกิดความไว้วางใจในการบริการได้

ความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิตเป็นการวางแผนเตรียมความพร้อมทั้งข้อมูลงานและข้อมูลลูกค้า ซึ่งจะต้องรู้จักสินค้าและบริการให้ดีที่สุด เพื่อการตอบสนองที่เข้าใจให้แก่ลูกค้า และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตนเองเพื่อการตอบสนองที่ตรงจุดและตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า จนสามารถปิดการขายได้ อีกทั้งความจริงใจยังเป็นสิ่งที่ควรมี คือ ความจริงใจให้แก่ผู้อื่น ยิ่งผู้ที่มีอาชีพบริการหรือเป็นตัวแทนขายประกัน ความจริงใจ คือ สิ่งที่ต้องสื่อให้ลูกค้ารับรู้ได้ที่สุด คำมั่นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับก่อน ไม่ใช่เพื่อผลประโยชน์ของตนเองเป็นหลัก ซึ่งความเป็นมืออาชีพที่ผู้วิจัยได้ศึกษาตามแนวคิดของเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2557) กล่าวว่า ความเป็นมือสังเกตุได้จาก ความสามารถในการนำ ความจริงจิงในการนำ และความสำเร็จจากการนำ ผู้นำมืออาชีพมีแนวโน้มนำคน นำ



ภารกิจ นำองค์การบรรลุเป้าหมาย สร้างผลงานที่มีผลลัพท์ได้มากกว่า ใช้ความรู้ ความคิดสติปัญญาอย่างรอบคอบ ครอบคลุม ทำให้ตัดสินใจผิดพลาดน้อยกว่าได้แก่ การมีความรู้และรอบรู้ มีความเชี่ยวชาญชำนาญ มีมาตรฐาน มีจริยธรรม มีความทุ่มเทจริงจัง และมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ เป็นต้น ทำให้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของความเป็นมืออาชีพมาประยุกต์ใช้ประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านศิลปะการขาย ด้านบุคลิกภาพ และด้านการสร้างและขยายฐานลูกค้า (Jackson & Hisrich, 1996) เพื่อให้ความเป็นมืออาชีพของนักขายไปพัฒนาตัวแทนขายประกันชีวิตให้มีความรู้และเข้าใจได้อย่างมีคุณภาพในอนาคตอย่างต่อเนื่อง

จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารในการขายประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จได้อย่างไร และมีปัจจัยอะไรบ้างที่นำศึกษา ซึ่งทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จในอาชีพการขายอย่างมีคุณภาพ โดยนำข้อมูลที่ได้รับมาเป็นแนวทางในการพัฒนาความเป็นมืออาชีพให้กับตัวแทนประกันชีวิต หรือผู้ที่สนใจให้ประสบความสำเร็จในการขายประกันชีวิตในอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต
- 2.2 เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต

3. ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ

- 3.1 ทำให้ทราบถึงลักษณะของนักขายที่มีความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิตโดยมุ่งเน้นประสบการณ์ที่ดีอย่างเป็นรูปธรรมกับงาน
- 3.2 ทำให้ทราบถึงการนำเสนอรูปแบบ วิธีการหรือกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพในความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิตในกับผู้ที่สนใจต่อไป
- 3.3 สามารถนำข้อมูลความเป็นมืออาชีพของนักขายไปพัฒนาตัวแทนขายประกันชีวิตให้มีความรู้และเข้าใจได้อย่างมีคุณภาพในอนาคต
- 3.4 สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาขยาย และสร้างภาพลักษณ์ในการขายประกันชีวิตใหม่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

4.1 ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของความเป็นมืออาชีพ

ณัฐชา พิภุตทอง (2559) ได้กล่าวว่า ความเป็นมืออาชีพ หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ความสามารถใช้ศาสตร์และศิลป์ในการบริหารงาน ต้องมีประสบการณ์ และสามารถนำพาให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นที่ยอมรับขององค์กร

บุญลดา ไชยหล่อ (2562) ได้กล่าวว่า ความเป็นมืออาชีพ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้บริหารงาน กิจกรรมต่างๆให้สำเร็จในการขาย โดยอาศัยความรู้ความสามารถของตนเองและความร่วมมือของผู้อื่น



สรุปได้ว่า ความเป็นมืออาชีพ หมายถึง การมีความรอบรู้ เชี่ยวชาญชำนาญพิเศษในวิชาชีพของตน สามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานอย่างถูกต้อง มีไหวพริบในการจัดการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วแม่นยำ และลงมือทำอย่างจริงจัง มุ่งมั่นตั้งใจให้เกิดผลงานที่ดีที่สุด

ทฤษฎีเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพในการขาย

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2557) ได้กล่าวไว้ว่า ความเป็นมือสังเกดได้จาก ความสามารถในการนำความจริงแจ้งในการนำ และความสำเร็จจากการนำ ผู้นำมืออาชีพมีแนวโน้มนำคน นำภารกิจ นำองค์กรบรรลุเป้าหมาย สร้างผลงานที่มีผลลัพธ์ได้มากกว่า ใช้ความรู้ความคิดสติปัญญาอย่างรอบคอบครบถ้วน ทำให้ตัดสินใจผิดพลาดน้อยกว่า ซึ่งความเป็นมืออาชีพควรมีลักษณะ ดังนี้

1. มีความรู้และรอบรู้ถ้าไม่มีความรู้เป็นมืออาชีพไม่ได้ เราอยู่ในสายงานใดต้องรู้จริง รู้ลึกซึ้ง รู้สุดพร้อมแดนความรู้ในขอบข่ายงานที่ทำ ไม่เพียงมีความรู้ แต่มีความรอบรู้ รู้กว้าง รู้ไกล ในเรื่องต่าง ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานได้อย่างเหมาะสม

2. มีความเชี่ยวชาญชำนาญ มืออาชีพมักจะเป็นพวกมีชั่วโมงบินสูงมีประสบการณ์ในการทำงานนั้นๆ มาอย่างชำخอง ผ่านการเรียนรู้จากการลองผิดลองถูก ความผิดพลาดล้มเหลว เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อย่างรอบด้าน จนเกิดความเชี่ยวชาญชำนาญ เป็นผู้มีความสามารถในระดับสูง ทำคล่อง ทำเร็ว ทำถูกต้องมีเทคนิควิธีที่ยอดเยี่ยม

3. มีมาตรฐาน มืออาชีพจะมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี ทำงานมีประสิทธิภาพรวดเร็วแม่นยำ สามารถสร้างงานได้มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน หรือสูงกว่ามาตรฐานจนเป็นที่ประจักษ์ได้รับการยอมรับในแวดวงวิชาชีพนั้น ๆ ว่าเป็นมืออาชีพอย่างแท้จริง

4. มีจริยธรรม มืออาชีพจะไม่ทำลายตนเองด้วยการละเมิดจรรยาบรรณ เพราะรู้ว่ามันเป็นการทำลายอนาคตที่เหลือของตนเอง จึงเป็นพวกที่ยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้วยจิตสำนึกคิดชอบชั่วดี เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว

5. มีความทุ่มเทจริงจัง มืออาชีพจะเป็นคนที่มุ่งผลสัมฤทธิ์มีเป้าหมายชัด ยุทธศาสตร์ชัดวิธีการชัด และเป็นคนที่กระตือรือร้น ทุ่มเททำอย่างจริงจัง มีความรับผิดชอบ มุ่งมั่นสู่เป้าหมาย ไม่ย่อท้อล้มเลิกระหว่างทาง เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ออกมาตามเป้าหมาย

6. มีผลงานเป็นที่ประจักษ์ถ้าไม่มีผลงานแสดงว่ายังไม่มืออาชีพ มืออาชีพต้องมีผลงานที่มีผลลัพธ์ตามเป้าประสงค์และต้องเป็นผลงานที่คิดเลิศ ไม่ใช่ออกมาแบบพอฟ่าน จึงสะท้อน ความเป็นมืออาชีพได้อย่างแท้จริง

Jackson & Hisrich (1996) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของความเป็นมืออาชีพในการทำงานของพนักงานขาย มีคุณสมบัติดังนี้

1. คุณสมบัติด้านความรู้ มีความรู้ในตัวสินค้า ความรู้ความเข้าใจในตัวลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งและความรู้เกี่ยวกับบริษัท

2. คุณสมบัติด้านศิลปะการขาย มีความรู้พื้นฐานในด้านศิลปะการขายและต้องพัฒนาทักษะอื่นๆ ที่ช่วยในการขาย เช่น ทักษะการสื่อสาร ทักษะด้านการวิเคราะห์ ทักษะด้านการจัดการ และทักษะด้านการบริหารเวลา

3. คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของพนักงานขายที่มีอาชีพ ได้แก่ การมีวินัยในตนเอง ความฉลาด การมีความคิดสร้างสรรค์ มีความยืดหยุ่น การรู้จักปรับตัว มีแรงจูงใจในตนเอง มีความอดทน มีท่าทางสง่างาม และไว้วางใจได้



4. ด้านความสามารถในการสร้างและขยายฐานลูกค้า เป็นการพัฒนาและขยายขอบเขตความสามารถในการทำงานของตนเองให้สูงขึ้น ไม่ใช่ปฏิบัติงานอยู่ในตำแหน่งงานเดิมตลอดไป

สรุปได้ว่า ความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิตต้องมีประสบการณ์และความรอบรู้ เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประกันชีวิต เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานอย่างถูกต้อง ซึ่งผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบสำคัญ ด้านความรู้ ด้านศิลปะการขาย ด้านบุคลิกภาพ และด้านการสร้างฐานลูกค้า เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต

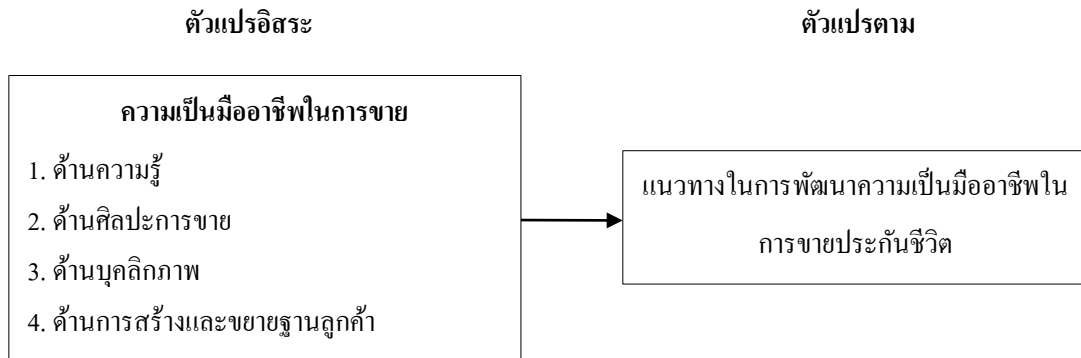
4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชเมรินทร์ รัชวีร์เมธา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะและบุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัย เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 200 คน และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานขายที่ผลักดันการขายและไม่ผลักดันการขายประกันชีวิต 10 คน ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ ทักษะการขาย ทักษะการเจรจาต่อรอง และความตั้งใจซื้อมาใช้ในการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า ในมุมมองของกลุ่มผู้ซื้อ พนักงานที่มีบุคลิกภาพโดดเด่น มีการแต่งกายเหมาะสม ใบหน้ายิ้มแย้ม และทักษะด้านการสื่อสารดี สามารถสรุปเนื้อหาได้กระชับและเข้าใจง่าย จะมีโอกาสในการปิดการขายประกันชีวิตได้มากกว่า และในส่วนของผู้ขาย พบว่า พนักงานไม่สามารถนำเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าได้ทุกราย เนื่องจาก ข้อจำกัดด้านเวลาในการปฏิบัติงานด้วยความเร่งรีบในการให้บริการลูกค้าจำนวนมาก ดังนั้น เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเสนอแนวทาง กลยุทธ์สร้างทีมขาย เพื่อเป็นการฝึกปฏิบัติงานไปพร้อมการทำงานจริง (On Job Training) โดยใช้ประสบการณ์ของหัวหน้าทีมเป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการทำงาน โดยเรียนรู้จากบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานขาย ปรับบุคลิกภาพให้โดดเด่นอย่างมืออาชีพ และจะสามารถผลักดันการขายประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จ

พนัทยาพร ณ นคร และกมลลาศ ภูวนาธิพงษ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุข ตามหลักพุทธจิตวิทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา เป็นแบบผสมผสานวิธี เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสัมภาษณ์ จำนวน 9 คน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาคุณลักษณะของนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักจิตวิทยาและ หลักพระพุทธศาสนามี 3 ด้าน คือ 1) คุณลักษณะนักขายตามหลักอิทธิบาท 4 ซึ่งได้แก่ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา 2) คุณลักษณะนักขายตามแนว 7 อุนิสังยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งได้แก่ เป็นฝ่ายริเริ่ม อยู่เสมอ เริ่มต้นการทำงานโดยมีจุดมุ่งหมายในใจอยู่เสมอ ทำตามลำดับ ความสำคัญเข้าใจคนอื่นก่อนจะ让自己คนอื่น เข้าใจเราและ 3) คุณลักษณะนักขายทั่วไป ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ และด้านศิลปะการขาย และผลของคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา พบว่า มี 8 ประการสำคัญ โดยเรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย คือ 1) บุคลิกภาพ 2) ความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท 3) คิดแบบชนะ/ชนะ 4) ความมีใจรัก ศรัทธาและเชื่อมั่นต่ออาชีพนักขาย 5) ใจที่จดจ่อและรับผิดชอบ 6) ทำตามลำดับความสำคัญ 7) เริ่มต้นการทำงานโดยมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน อยู่ในใจ และ 8) เป็นฝ่ายริเริ่มก่อนอยู่เสมอและการทบทวนในสิ่งที่ได้คิดและได้ทำมา เป็นต้น



5. กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

6. ระเบียบวิธีวิจัย

6.1 ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้บริหารและผู้ทรงคุณวุฒิของตัวแทนจำหน่ายประกันชีวิตบริษัทแห่งหนึ่ง จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในการขายที่มีอายุการทำงานตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป หรือเคยได้รับรางวัลเป็น The Champion หรือรางวัลสุดยอดนักขายแห่งปี จากประสบการณ์ทำงานในการขายประกันชีวิตกับบริษัท โดยเลือกวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้เครื่องมือที่ศึกษาความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-Question) ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิตในด้านความรู้ประกันชีวิตของท่าน ในด้านศิลปะการขายของท่าน ในด้านบุคลิกภาพของท่าน และในด้านสร้างและขยายฐานลูกค้าของท่าน เป็นต้น และข้อคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการพัฒนาความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต ในด้านศิลปะการขายของท่าน ในด้านบุคลิกภาพของท่าน และในด้านสร้างและขยายฐานลูกค้าของท่าน เป็นต้น

6.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนัดสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลตามวันและเวลาที่ได้กำหนด ในวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ และเป็นเวลาที่ผู้ให้ข้อมูลสะดวกในการสัมภาษณ์ โดยผู้สัมภาษณ์แนะนำตัวกับผู้ให้ข้อมูลทักทายอย่างมีอัธยาศัย สร้างสัมพันธที่ดี สุภาพ อ่อนน้อม และขออนุญาตบันทึกเสียงในขณะที่ทำการสัมภาษณ์ จากนั้นรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลให้ครบตามจำนวนที่กำหนด โดยในแต่ละครั้งจะใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมง เมื่อสิ้นสุดการสัมภาษณ์แต่ละครั้งต้องแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลทราบว่าเราจะเก็บรักษาข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ และต้องกล่าวขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกครั้ง จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิตต่อไป

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแบบบรรยาย



7. สรุปผลการวิจัย

7.1 สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต

ตัวแปรที่ศึกษา	สรุปผลการศึกษา
ด้านความรู้ประกันชีวิต	<p>1) ผลการศึกษาคำคัญของการทำประกันชีวิตในปัจจุบัน พบว่า ในปัจจุบันความไม่พร้อมของสวัสดิการ และมีการแพร่ระบาดของโควิด ทำให้ประชาชนเล็งเห็นการคุ้มครองชีวิตให้เกิดความสะดวกสบายด้วยการดูแลตัวเองมากขึ้น การซื้อประกันจึงมีความสำคัญในการดูแลชีวิตในอนาคตที่เป็นทางเลือกในการเพิ่มความสะดวกสบายในการคุ้มครองชีวิตที่ดีขึ้นจากการซื้อประกันชีวิตที่สูงขึ้น</p> <p>2) ผลการศึกษาคำคัญของการให้ข้อมูลประกันชีวิตกับลูกค้าของตัวแทน พบว่า การให้ข้อมูลเป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ดี เพื่อให้ลูกค้าได้มีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองชีวิตในอนาคต โดยไม่สร้างความเดือนร้อนให้กับคนรอบข้างได้ ซึ่งการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง และชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าที่จะได้สิทธิประโยชน์อย่างเต็มที่</p> <p>3) ผลการศึกษาคำคัญด้านผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของตัวแทนเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า พบว่า การที่ตัวแทนจะสามารถขายประกันชีวิตได้ ความรู้เป็นสิ่งสำคัญที่จะสามารถถ่ายทอดข้อมูลให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจข้อมูลจากการนำเสนออย่างชัดเจน ความรู้ของผลิตภัณฑ์ที่ดีจะต้องมีการนำเสนอให้ลูกค้าเกิดเข้าใจในกับประกันชีวิตในการช่วยเหลือในอนาคตได้ และตัวแทนต้องเข้าใจถึงแก่นแท้ของการขายประกันชีวิต เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อตัวแทนการขายประกันชีวิต</p>
ด้านศิลปะการขาย	<p>1) ผลการศึกษาการสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้หน้าเชื่อถือในการขายประกัน พบว่า การสื่อสารที่ดีตัวแทนจะมีการนำเสนอข้อมูลประกันชีวิตที่ชัดเจน สามารถตอบคำถามลูกค้าได้ทุกรายละเอียด ซึ่งการสื่อสารต้องมีการอ่อนน้อมถ่อมตัว เป็นมิตรกับผู้อื่น สามารถพูดคุยกันจนเกิดความประทับใจได้ และนำเสนอข้อมูลเป็นรายละเอียดประกันชีวิต หลักฐานการพูดคุย การให้ข้อมูลบริษัทตามความเป็นจริง และเหมาะสม เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่น่าเชื่อถือได้</p> <p>2) ผลการศึกษาด้านเทคนิค หรือการโน้มน้าวใจในการขายประกัน พบว่า การใช้คำพูด หรือการให้ข้อมูลความรู้กับลูกค้าอย่างชัดเจนเป็นการดูแลเอาใจใส่ในการบริการ เพื่อเข้าไปปัญหาลูกค้าอย่างลึกซึ้งและหาทางแก้ไขปัญหาลูกค้าได้ หากตัวแทนจำหน่ายเข้าใจถึงแก่นของข้อมูลเพื่อนำมาถ่ายทอดในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า การโน้มน้าวในการขายประกัน โดยการเอาใจใส่ลูกค้าซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความมั่นใจในการซื้อประกันเช่นกัน</p>
ด้านบุคลิกภาพ	<p>1) ผลการศึกษาการมีวินัยในตนเองของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต และมีวิธีการในการทำงาน พบว่า การขายประกันเป็นงานอิสระ ตัวแทนจำหน่ายจะมีการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างละเอียดและชัดเจน เพื่อให้การทำงานเกิดความราบรื่นและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว การมีวินัยในการทำงานจากการวางแผนจะทำให้ตัวแทนมีความรับผิดชอบตามงานที่ตนได้กำหนดไว้ มีการควบคุมตนเองควบคุมงานเอง และวางแผนการปฏิบัติงานเอง นั้นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญว่าตัวแทนมีวินัยและมีวิธีการจัดการงานขายของตนเอง ได้สูงสุดหรือไม่ ขึ้นอยู่กับผลงานที่ได้</p> <p>2) ผลการศึกษาการสร้างบุคลิกภาพให้เกิดความไว้วางใจในการขาย พบว่า บุคลิกภาพของตัวแทนเป็นสิ่งสำคัญของความน่าเชื่อถือในการซื้อประกันที่ลูกค้ามองเป็นอันดับแรก คือ การแต่งกายที่สะอาด เรียบร้อย มีการพูดจาที่สุภาพอ่อนน้อม ถ่อมตน และสามารถพูดคุยได้อย่างเป็นมิตร และการ</p>



ตัวแปรที่ศึกษา	สรุปผลการศึกษา
	พุดจาในการให้คำแนะนำ หรือการนำเสนอข้อมูลการขายประกันชีวิต เพื่อความประทับใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
ด้านการสร้างและขยายฐานลูกค้า	<p>1) ผลการศึกษาการสร้างความมั่นคงแบบยั่งยืนในการซื้อประกันชีวิตของลูกค้า พบว่า การให้บริการในการติดตามลูกค้า การบริการอย่างสม่ำเสมอ การดูแลเอาใจใส่ในทุกรายละเอียดของงานประกันชีวิตเป็นรายบุคคล อีกทั้งการให้ความรู้สามารถสร้างคุณภาพในตัวแทนจำหน่าย เพื่อเป็นฐานสร้างความเชื่อมั่นในตัวแทนจากศักยภาพในการพัฒนาตนเองให้มีไหวพริบดี เป็นนักขายที่มีชื่อตรงที่สามารถสร้างจุดเด่นและความประทับใจต่อลูกค้าได้อย่างมั่นคง</p> <p>2) ผลการศึกษาการขยายฐานลูกค้าให้เกิดความเชื่อมั่นและบอกต่อในงานขายประกันชีวิตของตัวแทน พบว่า ตัวแทนมีการบริการที่ดี มีการบริการด้วยความจริงใจและมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการลูกค้า พร้อมทั้งช่วยเหลือแนะนำหรือให้คำปรึกษาลูกค้าหากมีความจำเป็นที่ต้องการทราบข้อมูลประกันชีวิตเมื่อเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ขึ้น ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเชื่อมั่นในการบริการของตัวแทนจำหน่ายได้</p>

7.2 สรุปข้อเสนอแนะในการพัฒนาความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต

ตัวแปรที่ศึกษา	สรุปผลการศึกษา
ด้านความรู้ประกันชีวิต	ตัวแทนจำหน่ายที่ดีต้องมีความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี สามารถถ่ายทอดความรู้ที่มีให้กับลูกค้าได้เข้าใจทุกประเด็น ทุกรายละเอียด และจะต้องมีการศึกษาหาความรู้รอบด้าน เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่ ระบบการขาย ระบบการตลาด และความต้องการของลูกค้า เป็นต้น ตามระยะเวลาที่บริษัทกำหนด และต้องมีความใฝ่รู้ต่อตนเองอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขายประกันจากความรู้ที่ได้รับและเข้าใจของตัวแทนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ด้านศิลปะการขาย	ตัวแทนควรมีการสื่อสารข้อมูลที่ดี มีลักษณะวิธีการพูดสื่อสารที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และมีการให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เพื่อทำให้เกิดความไว้วางใจของลูกค้า ซึ่งการสื่อสารจะต้องมีการโน้มน้าวลูกค้าโดยการใช้คำพูดที่สุภาพ สามารถอธิบายข้อมูลที่ยากให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย หรือ ควรมีการเอาใจใส่ในการบริการลูกค้าตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการอย่างเหมาะสม
ด้านบุคลิกภาพ	ตัวแทนควรมีการจัดการตัวเองที่ดี เช่น การแต่งกาย การแสดงออก การพูดคุยจากการใช้คำพูดที่สุภาพ มีความอ่อนน้อมถ่อมตนกับผู้อื่น และมีความมั่นใจกับบุคลิกภาพของตนเองเป็นอย่างดี ซึ่งจะสามารถทำให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายได้ และตัวแทนควรมีการสร้างวินัยในการจัดการตนเองอย่างเคร่งครัดในการวางแผนการทำงาน เพื่อให้เกิดความราบรื่นในงานและมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้
ด้านการสร้างและขยายฐานลูกค้า	องคคิดตามผล ให้บริการหรือให้คำปรึกษาได้ตลอดเวลา เพื่อสร้างความประทับใจและความไว้วางใจต่อลูกค้า ซึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีก็มีส่วนช่วยให้ลูกค้าสามารถประทับใจในการบริการครั้งนี้และสามารถบอกต่อการบริการที่ให้กับญาติพี่น้องต่อไปได้และการมีความซื่อตรงยังเป็นปัจจัยที่จะสามารถเชื่อมโยงการสร้างและขยายฐานลูกค้าได้ด้วยเช่นกัน



8. การอภิปรายผล

8.1 จากผลการศึกษาความเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิต ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญในความเป็นมืออาชีพมาอภิปรายผลเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

1) ผลการศึกษาในด้านความรู้ประกันชีวิต ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นเกี่ยวกับความสำคัญของการทำประกันชีวิต ในปัจจุบันความไม่พร้อมของสวัสดิการ และมีการแพร่ระบาดของโควิด ทำให้ประชาชนเลือกหาการคุ้มครองชีวิตให้เกิดความสะดวกสบายด้วยการดูแลตัวเองมากขึ้น การซื้อประกันจึงมีความสำคัญในการดูแลชีวิตในอนาคตที่เป็นทางเลือกในการเพิ่มความสะดวกสบายในการคุ้มครองชีวิตที่ดีขึ้น เนื่องด้วยในปัจจุบันกลุ่มลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประกันชีวิตพอสมควร โดยศึกษาผ่านออนไลน์ได้ง่ายมาก ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกคุณสมบัติที่ตรงตามความต้องการของตนเอง และอีกอย่างโรคในปัจจุบันเกิดขึ้นมากมายประชาชนมีการวางแผนชีวิตในอนาคตกันอย่างแพร่หลาย จึงทำให้ประกันชีวิตมีความจำเป็นต่อชีวิตคนส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ในประเด็นความสำคัญของการให้ข้อมูลประกันชีวิต มีความสำคัญอย่างยิ่งในการให้ข้อมูลกับลูกค้าที่ต้องการซื้อประกันชีวิตจากการนำเสนอข้อมูลของตัวแทนจำหน่าย เนื่องด้วยคนซื้อประกันชีวิตต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับประกันชีวิตอย่างละเอียดจากตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะสามารถเลือกซื้อประกันที่ตรงตามความต้องการของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุดในอนาคต หรือมีการคุ้มครองที่คุ้มค่าที่สุด ทำให้การให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลประกันชีวิตให้กับลูกค้ามีความสำคัญอย่างมากในการบริการของตัวแทนจำหน่ายประกันชีวิต และในประเด็นความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของตัวแทนควรที่จะมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ดี สามารถนำเสนอการคุ้มครองได้ตรงตามความต้องการลูกค้า เนื่องด้วยข้อมูลที่ลูกค้าได้รับจะต้องเป็นข้อมูลที่เป็นจริง มีการคุ้มครองตามจริง และสามารถสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจกับตัวแทนจำหน่ายประกันชีวิตได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา ปฎิมา ประกร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาและการจัดการคุณลักษณะ ทักษะการขายของนักขาย ที่ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายของบริษัทในอุตสาหกรรมการพิมพ์ประเภทจลาจลสินค้า: กรณีศึกษานิตยสารมอดเดิร์นนคร ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาคุณสมบัติด้านความรู้โดยให้ความรู้ในการเปรียบเทียบข้อมูลขององค์กรกับบริษัทคู่แข่ง และต้องพัฒนาทักษะการขายของนักขาย ด้านความรู้เกี่ยวกับการแข่งขันในเรื่องผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง จุดเด่น และจุดด้อย และทักษะการขายของนักขาย ด้านความรู้เกี่ยวกับ บริษัทโดยเน้นความรู้เกี่ยวกับการจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าของบริษัทได้ตามเป้าหมาย ด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จะต้องมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับทางลูกค้าได้ตามแนวทางธุรกิจของลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เรืองพร หนูเจริญ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ในการขายประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานผู้ขายต้องมีความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ที่มาก สามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจนทุกประเด็นที่ลูกค้าต้องการ มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือลูกค้า มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ เอาใจใส่ลูกค้า เมื่อบริการลูกค้าเป็นอย่างดีเมื่อพนักงานผู้ขายนำเสนอขายก็มีโอกาสที่จะปิดการขายได้สำเร็จหรือนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

2) ผลการศึกษาในด้านศิลปะการขาย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นเกี่ยวกับการสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลที่ดีเหมาะสมและชัดเจน มีความเป็นจริง และเป็นมิตรกับลูกค้าในการให้บริการ เนื่องด้วยการให้บริการที่ดีการสื่อสารในการพูดคุยหรือการนำเสนอข้อมูลประกันชีวิตที่ชัดเจนจะสามารถสร้างความสัมพันธ์ให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี และทำให้ลูกค้าเข้าใจวัตถุประสงค์ของการดูแลชีวิตลูกค้าในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในประเด็นเทคนิค หรือการโน้มน้าวใจในการขายประกัน จากการใช้คำพูด หรือการให้ข้อมูลความรู้กับลูกค้า



อย่างชัดเจนเป็นการดูแลเอาใจใส่ในการบริการ เพื่อเข้าใจปัญหาลูกค้าอย่างลึกซึ้งและหาทางแก้ไขปัญหาลูกค้าให้ลูกค้าได้ เนื่องด้วยวิธีการนำเสนอการขายประกันตัวแทนจำหน่ายจะต้องเข้าใจลูกค้าก่อน ว่าลูกค้ามีปัญหาอะไรบ้าง ตัวแทนสามารถรับรู้และแก้ไขปัญหามิชีวิตของลูกค้าได้มากน้อยเพียงใด และการสื่อสารจากคำพูดจะสามารถ โน้มน้าวความต้องการได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับศักยภาพและประสบการณ์ในการขายประกันที่มีองค์ความรู้จากความเป็นมิตร วาจา ความเอาใจใส่ดูแลลดลดการสนทนา และมีความรู้มากพอในการให้ข้อมูล จะสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมรินทร์ ธัญวีร์เมธา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะและบุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ ผลการศึกษาพบว่า ทักษะด้านการสื่อสารดี สามารถสรุปเนื้อหาได้กระชับและเข้าใจง่าย จะมีโอกาสในการปิดการขายประกันชีวิตได้มากกว่ากับตัวแทนจำหน่าย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา ปฎิมาประกร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาและการจัดการคุณลักษณะ ทักษะการขายของนักขาย ที่ส่งผลต่อเป้าหมายของบริษัทในอุตสาหกรรม การพิมพ์ประเภทตลาดสินค้า: กรณีศึกษานิตยสารมอเดิร์นคน ผลการศึกษาพบว่า ด้านความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย ต้องมีการเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้าเป็นอันดับที่ 1 และมีการอดทนต่อการต่อว่าของลูกค้าได้

3) ผลการศึกษาในด้านบุคลิกภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นเกี่ยวกับการมีวินัยในตนเอง ซึ่งตัวแทนจำหน่ายต้องวินัยในตนเองจากตัวแทนจำหน่ายจะมีการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างละเอียดและชัดเจน เพื่อให้การทำงานเกิดความราบรื่นและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว การมีวินัยในการทำงานจากการวางแผนจะทำให้ตัวแทนมีความรับผิดชอบต่องานที่ตนได้กำหนดไว้ เนื่องด้วยการหาความรู้อยู่เสมอ การปฏิบัติงานที่ดี มีการวางแผนในการทำงาน การสื่อสารข้อมูลอย่างชัดเจน เป็นองค์ประกอบหลักที่จะสามารถสร้างคุณภาพในการขายได้ขึ้นอยู่กับการพัฒนาตนเองในเรื่องต่างๆ เช่น การหาความรู้ บุคลิกภาพ การพูด หรือความรู้ในการขายที่จะเพิ่มศักยภาพในการขายประกันชีวิตที่ได้เหมาะสมอย่างผู้เชี่ยวชาญได้ และในประเด็นการสร้างบุคลิกภาพ ซึ่งบุคลิกภาพของตัวแทนเป็นสิ่งสำคัญของความน่าเชื่อถือในการซื้อประกันที่ลูกค้ามองเป็นอันดับแรก ซึ่งการแต่งกายที่สะอาด เรียบร้อย มีการพูดจาที่สุภาพอ่อนน้อม ถ่อมตน และสามารถพูดคุยได้อย่างเป็นมิตร เนื่องด้วย การพบเจอลูกค้าครั้งแรก ตัวแทนจำหน่ายต้องมีบุคลิกภาพที่ดี การแต่งกายที่ดูดี รูปลักษณ์หน้าตาดี เหมาะสม และอันดับต่อไป การพูดจา อธิบายในการให้บริการ ปัจจัยเหล่านี้จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตัวแทนจำหน่ายของบริษัท และสบายใจในการซื้อประกันชีวิตร่วมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกกาญจน์ สุประดิษฐ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทกรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพโดยรวมของตัวแทนประกันชีวิต บุคลิกภาพแบบเปิดเผย บุคลิกภาพแบบประนีประนอม บุคลิกภาพแบบยึดมั่น ในหลักการและบุคลิกภาพแบบเปิดใจสู่การเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมรินทร์ ธัญวีร์เมธา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะและบุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ ผลการศึกษาพบว่า ด้านทักษะบุคลิกภาพ ซึ่งในมุมมองของกลุ่มผู้ซื้อ พนักงานที่มีบุคลิกภาพโดดเด่น มีการแต่งกายเหมาะสม และใบหน้ายิ้มแย้มอยู่เสมอ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันทิเทพ ณ นคร และกมลลาศ ภูวนาธิพงษ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุข ตามหลักพุทธจิตวิทยา ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่แสดงถึงด้านบุคลิกภาพ คือ มีความรู้ด้านสินค้าที่ดูแลอยู่ และสามารถตอบข้อซักถามได้อย่างรวดเร็วชัดเจนด้วยความมั่นใจ



4) ผลการศึกษาในด้านการสร้างและขยายฐานลูกค้า ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นเกี่ยวกับการสร้างความมั่นคงแบบยั่งยืนในการซื้อประกันชีวิต ตัวแทนจำหน่ายมีการให้บริการในการติดตามลูกค้า การบริการอย่างสม่ำเสมอ การดูแลเอาใจใส่ในทุกรายละเอียดของงานประกันชีวิตเป็นรายบุคคล เนื่องด้วย การให้บริการติดตามดูแลเพื่อสอบถามและช่วยเหลือลูกค้าเมื่อเกิดปัญหาหรือข้อสงสัย โดยการวางแผนการให้บริการที่ตนเองได้กำหนดและจากการให้ข้อมูลที่เป็นจริง การให้บริการด้วยใจ หรือการเข้าใจตัวลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและทำให้ตัวแทนมีคุณภาพในการให้บริการ พร้อมทั้งบริษัทเกิดความน่าเชื่อถือได้เป็นอย่างดี และในประเด็นการขยายฐานลูกค้า ตัวแทนจำหน่ายประกันชีวิตต้องมีการบริการที่ดี มีการบริการด้วยความจริงใจและมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการลูกค้า เนื่องด้วย การสร้างความไว้วางใจในตัวแทนจำหน่ายที่สามารถนำเสนอข้อมูลประกันชีวิตให้กับลูกค้า และลูกค้ามีความพึงพอใจในตัวแทนจำหน่ายมาก การบอกต่อจะทำให้เกิดการขยายฐานลูกค้ากับบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการให้บริการที่ดีและเหมาะสมจะสามารถสร้างฐานลูกค้าที่เพิ่มมากยิ่งขึ้นได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เรืองพร หนูเจริญ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ในการขายประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่า เทคนิคที่ทำให้ลูกค้าช่วยบอกต่อหรือแนะนำลูกค้าท่านอื่นต่อ คือ เทคนิคการบริการและการเอาใจใส่ลูกค้าให้เหมือนกับเป็นญาติของเรา สามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าหรือให้การช่วยเหลือโดยที่ลูกค้าไม่ต้องรอขอ และต้องมีบริการหลังการขายเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาลิษา ชัชวาล (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษา บริษัทประกันชีวิตในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ส่งผลต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาบริษัทประกันชีวิตในจังหวัดภูเก็ต ในภาพรวมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการรักษาลูกค้า และการสื่อสารกับลูกค้า ส่งผลต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาบริษัทประกันชีวิตในจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด รองลงมาคือ การสร้างความสัมพันธ์ และน้อยที่สุดคือ การเสนอแนะบริการที่เป็นประโยชน์

8.2 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาความเป็นมืออาชีพในการประกันชีวิตเป็นข้อเสนอแนะการทำงานในงานขายจนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานที่เกิดจากประสบการณ์ในการทำงานและการเรียนรู้ในด้านต่างๆ หลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) ด้านความรู้ประกันชีวิต พบว่า ตัวแทนจำหน่ายที่ดีต้องมีความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี สามารถถ่ายทอดความรู้ที่มีให้กับลูกค้าได้เข้าใจทุกประเด็น ทุกรายละเอียด และจะต้องมีการศึกษาหาความรู้รอบด้าน เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่ ระบบการขาย ระบบการตลาด และความต้องการของลูกค้า เป็นต้น เนื่องด้วย ความรู้เป็นปัจจัยพื้นฐานของการกระทำต่างๆ ที่เกิดขึ้น การขายอย่างมืออาชีพเป็นการสะสมประสบการณ์ของตัวแทนมาเป็นเวลานานมีการศึกษาข้อมูลหาความรู้ พัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีการเรียนรู้เนื้อหาใหม่ๆ อยู่เสมอเช่นกัน ซึ่งการที่จะนำเสนอข้อมูลได้ละเอียด ตัวแทนต้องมีความรู้ที่แตกจากก่อนและเข้าใจอย่างลึกซึ้ง จึงจะทำให้ตัวแทนมีศักยภาพจากความรู้และความสามารถในการทำงานของตนเอง ซึ่ง เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2557) ได้แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ผลิตภัณฑ์ที่ว่า คนขายต้องมีความรู้และรอบรู้ ถ้าไม่มีความรู้เป็นมืออาชีพไม่ได้ เราอยู่ในสายงานใดต้องรู้จริง รู้ลึกซึ่ง รู้สูตรผสมผสานความรู้ในขอบข่ายงานที่ทำ ไม่เพียงมีความรู้ แต่มีความรอบรู้ รู้กว้าง รู้ไกล ในเรื่องต่างๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงาน ได้อย่างเหมาะสม นั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญเพื่อเชื่อมต่อการขายประกัน ที่จะสร้างความประทับใจในการขายระยะยาวได้อย่างต่อเนื่อง



2) ด้านศิลปะการขาย พบว่า ตัวแทนควรมีการสื่อสารข้อมูลที่ดี มีลักษณะวิธีการพูดสื่อสารที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และมีกรให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เพื่อทำให้เกิดความไว้วางใจของลูกค้า ซึ่งการสื่อสารจะต้องมีการโน้มน้าวลูกค้าโดยการใช้คำพูดที่สุภาพ สามารถอธิบายข้อมูลที่ยากให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย หรือ ควรมีการเอาใจใส่ในการบริการลูกค้าตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ เนื่องจาก ศิลปะการขายของแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไป ในส่วนของมืออาชีพและการขายจะเป็นเพียงประสบการณ์ ที่ผ่านมาจากการเป็นตัวแทนที่ได้จากการเรียนรู้จากทักษะการพูด การนำเสนอข้อมูล การโน้มน้าวใจลูกค้า ซึ่งมีเทคนิคต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไป ในการพิชิตใจลูกค้า แต่อย่างไรก็ตามการขายทุกรายจะต้องพบปัญหาเสมอ ในส่วนนี้ตัวแทนจะต้องมีการนำปัญหาพัฒนาหรือปรับปรุงแก้ไขให้การขายมีคุณภาพอยู่เสมอ นั้นเป็นการหาเทคนิคการขายให้มีความหลากหลายจึงจะเป็นนักขายที่มีมืออาชีพได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Jackson & Hisrich (1996) ได้กล่าวไว้ว่า คุณสมบัติด้านศิลปะการขายมีความรู้พื้นฐานในด้านศิลปะการขายและต้องพัฒนาทักษะอื่นๆ ที่ช่วยในการขาย เช่น ทักษะการสื่อสาร ทักษะด้านการวิเคราะห์ ทักษะด้านการจัดการ และทักษะด้านการบริหารเวลา เป็นต้น เพื่อให้การทำงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

3) ด้านบุคลิกภาพ พบว่า ตัวแทนควรมีการจัดการตัวเองที่ดี เช่น การแต่งกาย การแสดงออก การพูดคุยจากการใช้คำพูดที่สุภาพ มีความอ่อนน้อมถ่อมตนกับผู้อื่น และมีความมั่นใจกับบุคลิกภาพของตนเองเป็นอย่างดี เนื่องจาก ถ้าหากอยู่ในอาชีพเกี่ยวกับการขายที่จะต้องพบปะผู้คน นักขายจะต้องการบุคลิกภาพที่ดี เช่น การพูด การแต่งกาย การวางตัวในการพูดคุย การรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น เป็นต้น ดังนั้นสิ่งที่กล่าวมาเป็นปัจจัยพื้นฐานของนักขายที่จะควรมีและเข้าใจอยู่แล้ว จึงทำให้บุคลิกภาพของตัวแทนจำหน่ายประกันชีวิตทุกคนควรมีบุคลิกภาพที่ดีและเหมาะสม พร้อมทั้งมีไหวพริบในการปฏิบัติงานให้เกิดผลตามที่กำหนดไว้ จึงถือว่ามีประสิทธิภาพในการเป็นนักขายได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สิรินาถ อุยสกุล (2558) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้บริหารต้องมีบุคลิกภาพที่ดี ตั้งแต่การเดิน การแต่งกายถูกตามกาลเทศะและเหมาะสมกับสรีระ ตลอดจนการพูดจา มีหลักเกณฑ์ น่าเชื่อถือ ยิ้มแย้มแจ่มใสกับทุกคนด้วยความจริงใจ มีอัธยาศัยไมตรี มีความอ่อนน้อมถ่อมตนกับทุกคน ไม่แสดงการวางอำนาจ หรือดูถูกดูแคลนตำแหน่งหรือฐานะของผู้ใด รวมทั้งรู้จักการวางตนให้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่การงาน มารยาทต่าง ๆ ต้องคำนึงถึงทุก ๆ ด้าน จึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายการเป็นผู้บริการในการขายได้

4) ด้านการสร้างและขยายฐานลูกค้า พบว่า ตัวแทนจำหน่ายควรมีการสร้างความสำเร็จให้กับตนเองผ่านการปฏิบัติงาน หรือศักยภาพในการขาย โดยตัวแทนต้องคิดตามผล ให้บริการหรือให้คำปรึกษาได้ตลอดเวลา เพื่อสร้างความประทับใจและความไว้วางใจต่อลูกค้าที่จะสามารถเชื่อมโยงการสร้างและขยายฐานลูกค้าได้ด้วยเช่นกัน เนื่องจากถ้าหากเป็นมืออาชีพในการขาย การสร้างฐานลูกค้าและขยายฐานลูกค้าจะเป็นการสร้างความสำเร็จมาจากการทำงานมาตั้งแต่แรก มีการสร้างวินัยในตนเองในการปฏิบัติงาน มีศักยภาพในการขาย การแสดงออก การเอาใจใส่ ทุกประการที่จะสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า จนเกิดความไว้วางใจและเชื่อใจและบอกต่อ การบริการที่ดีให้ญาติมิตรหรือคนใกล้ชิดตนเอง ซึ่งจะเป็นการขายที่ได้ผลตอบแทนสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Walton (1973) ได้กล่าวไว้ว่า ความสามารถในการสร้างและขยายฐานลูกค้า เป็นการพัฒนาและขยายขอบเขตความสามารถในการทำงานของตนเองให้สูงขึ้น ไม่ใช่งานปฏิบัติงานอยู่ในตำแหน่งงานเดิมตลอดไป ซึ่งจะเป็นการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานของตัวแทนให้มีความเชี่ยวชาญและตำแหน่งงานที่สูงขึ้น



9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1) จากการศึกษาด้านความรู้ประกันชีวิต พบว่า ตัวแทนควรมีความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับประกันชีวิต ซึ่งความรู้ที่ดีตัวแทนควรเข้าใจถึงแก่นของเนื้อหาแล้วนำไปถ่ายทอดให้กับลูกค้าได้เข้าใจอย่างละเอียด จึงจะถือว่าตัวแทนมีความรู้ที่แตกฉานและมีความฉลาดในการนำเสนอข้อมูลให้กับผู้อื่นได้

2) จากการศึกษาด้านศิลปะการขาย พบว่า ตัวแทนควรมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ในการขายจากการใช้เทคนิค การสื่อสาร หรือวิธีการโน้มน้าวใจ เพื่อพัฒนาการขายของตนเองให้ดีและเหมาะสมอยู่เสมอ มีการนำปัญหาการศึกษาเรียนรู้และนำไปเป็นแนวทางในการขายให้บรรลุเป้าหมายตามที่ตนเองได้กำหนด จึงถือว่าการขายนั้นมีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

3) จากการศึกษาด้านบุคลิกภาพ พบว่า ตัวแทนควรมีบุคลิกภาพที่ดีเป็นพื้นฐานของตัวแทนอยู่แล้ว ดังนั้นตัวแทนมืออาชีพควรมีการรักษาบุคลิกภาพที่ดี เช่น การแต่งกาย การแสดงออก การพูดคุยจากการใช้คำพูดที่สุภาพ ความอ่อนน้อมถ่อมตน เป็นต้น เพื่อให้ภาพลักษณ์ของตัวแทนมีความน่าเชื่อถือในการแสดงออกต่อผู้อื่นที่พบเจอ พร้อมทั้งสร้างวินัยในตนเองให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานและบริหารผู้อื่นให้เกิดผลมากที่สุด

4) จากการศึกษาด้านการสร้างและขยายฐานลูกค้า พบว่า ตัวแทนควรมีการบริการที่เอาใจใส่ทุกรายละเอียดอยู่เสมอ เช่น ติดตามลูกค้า การช่วยเหลือให้คำแนะนำ เป็นต้น โดยการบริการจะเป็นตัวสร้างความเชื่อมั่น การวางใจและความประทับใจกับลูกค้าได้ และลูกค้าสามารถประชาสัมพันธ์บอกต่อการบริการที่ดีให้กับผู้อื่น นั่นคือ เป็นผลที่ได้จากการบริการที่ดีของตัวแทนจำหน่ายที่จะได้รับ

9.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการวิจัยครั้งนี้ เสนอแนะให้ศึกษาตัวแปรอื่นที่มีความสัมพันธ์กับความเป็นมืออาชีพของนักขายประกันชีวิต เช่น มุมมองและทัศนคตินักขาย ความมุ่งมั่นตั้งใจ การมีวินัย หรือ การพัฒนาการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และเพื่อนำมาใช้ในการขายให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

2) ในการวิจัยครั้งนี้ เสนอแนะให้มีการศึกษาเปรียบเทียบความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทกับตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทประกันชีวิตอื่นๆ เพื่อจะได้ทราบถึงจุดแข็งจุดอ่อนของแต่ละบริษัท และเพื่อนำข้อมูลที่มีความแตกต่างกันระหว่างบริษัทมาปรับปรุงและพัฒนาตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท และเป็นโอกาสของผู้ที่สนใจเป็นมืออาชีพในการขายประกันชีวิตต่อไป

3) การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถออกแบบงานวิจัยโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research Design) ที่เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความหลากหลายมากขึ้น

10. เอกสารอ้างอิง

กนกกาญจน์ สุประดิษฐ์ .(2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทกรุงไทย–

เอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2557). *สยามอารยนาสูติ : รักษาติแบบอารยะ*. กรุงเทพฯ : ชักเชสมีเดีย.



- จิตติมา ปฎิมาประกร. (2559). การพัฒนาและการจัดการคุณลักษณะ ทักษะการขายของนักขายที่ส่งผลต่อเป้าหมายของบริษัท ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ประเภทหลากหลายสินค้า: กรณีศึกษา นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาองค์การและการจัดการสมรรถนะของมนุษย์ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชมรินทร์ ชันยวีร์เมธา. (2563). ทักษะและบุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2565, จาก [http://www.utccmbaonline.com/ijbr/doc/\(Edit\)Id1590-03-12-2020_10:15:27.pdf](http://www.utccmbaonline.com/ijbr/doc/(Edit)Id1590-03-12-2020_10:15:27.pdf).
- ณัฐชา พิกุลทอง. (2559). คุณลักษณะผู้บริหารมืออาชีพกับการบริหารเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บริษัทประกันชีวิต. (2561). ข้อมูลทั่วไปบริษัทประกันชีวิต. สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <https://www.aia.co.th/th/about-aia.html>
- บุญลาภ ไชยหล่อ. (2562). ผู้บริหารมืออาชีพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/151880>.
- พนัทยา เทพ นคร และกมลลาศ ภูวนาธิพงษ์. (2563). การศึกษาคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา. วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์, 6(2), 111-125.
- เรืองพร หนูเจริญ. (2562). กลยุทธ์ในการขายประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สิรินาด อุษสกุล. (2558). เจตคติที่มีต่องานขายประกัน ความพึงพอใจในงาน และความตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานขายประกันทางโทรศัพท์ กรณีศึกษา บริษัท โบรคเกอร์ประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่ง. งานวิจัยส่วนบุคคล ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา คณะศิลปศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อาลิษา ชัชวาล. (2562). การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษา บริษัทประกันชีวิตในจังหวัดภูเก็ต. การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 2. 1(2), 941-954.
- Jackson R. W. & Hisrich, R. D. (1996). *Sales and sales management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Walton, Richard E. (1973). *Quality of Working Life: What is it?*. Sloan Management. Review, 4 (7), 20-23.