

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุก เซาวันอารมณ์ ประสบการณ์การทำงานขาย เกรดเฉลี่ยสะสมกับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาด สิ้นเชื่อเคหะ : ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารเอกชนแห่งหนึ่ง” ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถาม ออกไปทั้งหมด 219 ชุด และได้รับแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์ครบถ้วนกลับมาทั้งสิ้นจำนวน 219 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามที่แจกไปทั้งหมด

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานขาย เกรดเฉลี่ยสะสมระดับปริญญาตรี และยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสิ้นเชื่อเคหะ

1.2 การวิเคราะห์ระดับลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุก

1.3 การวิเคราะห์ระดับเซาวันอารมณ์

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1

แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|-------|--------|
| 1. เพศ | | |
| - ชาย | 100 | 45.66 |
| - หญิง | 119 | 54.34 |
| รวม | 219 | 100 |
| 2. อายุ | | |
| - ต่ำกว่า 25 ปี | 10 | 4.57 |
| - 25-30 ปี | 64 | 29.22 |
| - 31-35 ปี | 38 | 17.35 |
| - 36-40 ปี | 45 | 20.55 |
| - 40 ปีขึ้นไป | 62 | 28.31 |
| รวม | 219 | 100 |
| 3. ประสบการณ์การทำงานขาย | | |
| - น้อยกว่า 1 ปี | 69 | 31.51 |
| - 1-3 ปี | 77 | 35.16 |
| - 4-6 ปี | 37 | 16.89 |
| - 7-10 ปี | 23 | 10.50 |
| - 10 ปีขึ้นไป | 13 | 5.94 |
| รวม | 219 | 100 |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

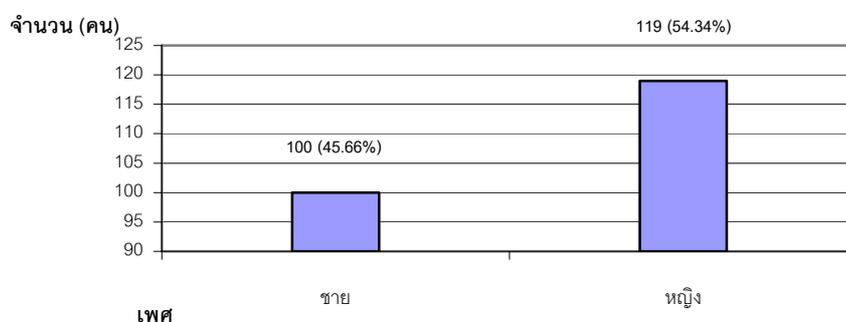
| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| 4. เกรดเฉลี่ยสะสมระดับปริญญาตรี | | |
| - 2.00-2.50 | 62 | 28.31 |
| - 2.51-3.00 | 110 | 50.23 |
| - 3.01-3.50 | 44 | 20.09 |
| - 3.51-4.00 | 3 | 1.37 |
| รวม | 219 | 100 |

จากตารางที่ 4.1 ซึ่งแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิงจำนวน 119 คน (ร้อยละ 54.34) มีอายุกระจายอยู่ในช่วงต่างๆ คิดเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันกล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างอายุ 25-30 ปี มีจำนวน 64 คน และกลุ่มตัวอย่างอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 29.22 และ 28.31 ตามลำดับ นอกจากนี้ สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31-35 ปี มีจำนวน 38 คน ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างอายุ 36-40 ปี ซึ่งมีจำนวน 45 คน ที่ร้อยละ 17.35 และ 20.55 ตามลำดับ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 25 ปี มีจำนวนเพียง 10 คน (ร้อยละ 4.57) เท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานขายก่อนที่จะมาเริ่มปฏิบัติงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่การตลาดฯ กับธนาคารเอกชนแห่งนี้ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือประสบการณ์การทำงานขายน้อยกว่า 1 ปี และ 1-3 ปี จำนวน 69 คน (ร้อยละ 31.51) และ 77 คน (ร้อยละ 35.16) ตามลำดับ และครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีเกรดเฉลี่ยสะสมระดับปริญญาตรีอยู่ในช่วงคะแนน 2.51-3.00 จำนวน 110 คน (ร้อยละ 50.23)

แผนภาพที่ 4.1

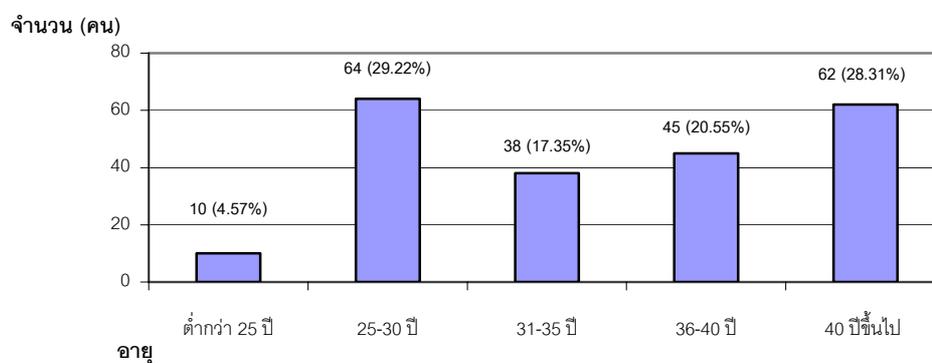
แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ



จากแผนภาพที่ 4.1 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิงจำนวน 119 คน (ร้อยละ 54.34) และเป็นเพศชาย จำนวน 100 คน (ร้อยละ 45.66)

แผนภาพที่ 4.2

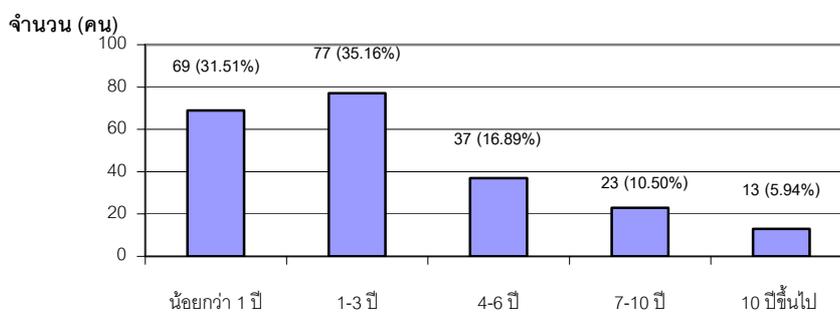
แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ



จากแผนภาพที่ 4.2 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะมีอายุอยู่ในช่วง 25-30 ปี มีจำนวนมากที่สุดคือ 64 คน (ร้อยละ 29.22) รองลงมา คือ 40 ปี ขึ้นไป จำนวน 62 คน (ร้อยละ 28.31) 36-40 ปี จำนวน 45 คน (ร้อยละ 20.55) 31-35 ปี จำนวน 38 คน (ร้อยละ 17.35) และ ต่ำกว่า 25 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 10 คน (ร้อยละ 4.57) ตามลำดับ

แผนภาพที่ 4.3

แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์การทำงานชาย

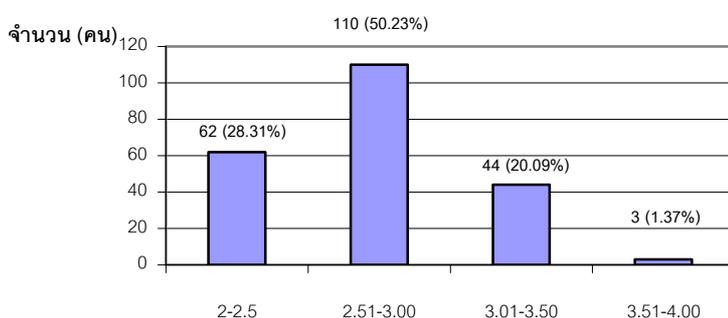


ประสบการณ์การทำงานชาย

จากแผนภาพที่ 4.4 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะมีประสบการณ์การทำงานชายก่อนที่จะมาเริ่มปฏิบัติงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะกับธนาคารอยู่ในช่วง 1-3 ปี จำนวน 77 คน (ร้อยละ 35.16) รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 69 คน (ร้อยละ 31.51) 4-6 ปี จำนวน 37 คน (ร้อยละ 16.89) 7-10 ปี จำนวน 23 คน (ร้อยละ 10.50) และ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน (ร้อยละ 5.94) ตามลำดับ

แผนภาพที่ 4.4

แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสมระดับปริญญาตรี



เกรดเฉลี่ยสะสมระดับปริญญาตรี

จากแผนภาพที่ 4.3 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะครึ่งหนึ่งมีเกรดเฉลี่ยสะสมระดับปริญญาตรีอยู่ในช่วง 2.51-3.00 จำนวน 110 คน (ร้อยละ 50.23) รองลงมา คือ

2.00-2.50 จำนวน 62 คน (ร้อยละ 28.31) 3.01-3.50 จำนวน 44 คน (ร้อยละ 20.09) และ 3.51-4.00 จำนวน 3 คน (ร้อยละ 1.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2
แสดงยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเชื้อเคหะ

| ตัวแปร | ค่าต่ำสุด | ค่าสูงสุด | ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.) |
|-----------------------------|-----------|-------------|----------------------------|---------------------------------|
| ยอดขายสินค้าเชื้อเคหะ (บาท) | 840,000 | 826,389,968 | 108,885,752 | 115,443,201.02 |

จากตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด และค่าสูงสุดของยอดขายของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างมียอดขายเฉลี่ย 108,885,752 บาท จะสังเกตเห็นได้ว่า มีความแตกต่างกันเป็นอย่างมากของยอดขายระหว่างเจ้าหน้าที่การตลาดฯ ที่สามารถทำยอดขายสินค้าเชื้อเคหะได้สูงสุดกับเจ้าหน้าที่การตลาดฯ ที่ทำยอดขายสินค้าเชื้อเคหะได้ต่ำสุด

1.2 การวิเคราะห์ระดับลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุกของเจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเชื้อเคหะ

ตารางที่ 4.3
แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุก
ของเจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเชื้อเคหะ

| ตัวแปร | ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.) | จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนน ลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุก | | |
|------------------------|-------------------------|------------------------------------|--|------------------------|--------------------|
| | | | ต่ำ (1.00-2.33) | ปานกลาง (2.34-3.66) | สูง (3.67-5.00) |
| ลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุก | 4.06 | .55 | 1 (0.46%) | 38 (17.35%) | 180 (82.19%) |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะ มีคะแนนลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุกเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงคือ 4.06

1.3 การวิเคราะห์ระดับเซาวน์อารมณ์ของเจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะ

ตารางที่ 4.4

แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับเซาวน์อารมณ์ของเจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะ

| องค์ประกอบของเซาวน์อารมณ์ | ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) | จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนน | | |
|--------------------------------|-------------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------|--------------------|
| | | | ต่ำ (1.00-2.33) | ปานกลาง (2.34-3.66) | สูง (3.67-5.00) |
| 1. การตระหนักรู้ในตนเอง | 4.08 | .44 | 0 (0%) | 30 (13.70%) | 189 (86.30%) |
| 2. การจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง | 4.11 | .46 | 1 (0.46%) | 37 (16.89%) | 181 (82.65%) |
| 3. การสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง | 4.29 | .42 | 0 (0%) | 13 (5.94%) | 206 (94.06%) |
| 4. การเห็นใจผู้อื่น | 3.98 | .42 | 1 (0.46%) | 41 (18.72%) | 177 (80.82%) |
| 5. การมีทักษะทางสังคม | 3.92 | .49 | 1 (0.46%) | 61 (27.85%) | 157 (71.69%) |
| เซาวน์อารมณ์โดยรวม | 4.09 | .43 | 0 (0%) | 32 (14.61%) | 187 (85.39%) |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะ มีคะแนนเซาวน์อารมณ์โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงคือ 4.09 มีคะแนนในองค์ประกอบของเซาวน์อารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองสูงที่สุด (4.29) รองลงมาคือ การจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง (4.11)

การตระหนักรู้ในตนเอง (4.08) การเห็นใจผู้อื่น (3.98) และการมีทักษะทางสังคม (3.92) ตามลำดับ

นอกจากนั้น จากการศึกษาค่าเฉลี่ยของเขาวนอารมณ์แต่ละองค์ประกอบในตารางที่ 4.4 จะสังเกตเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยของเขาวนอารมณ์แต่ละองค์ประกอบ รวมถึงเขาวนอารมณ์โดยรวมเกาะกลุ่มกันอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างกันนัก

องค์ประกอบของเขาวนอารมณ์ด้านการตระหนักรู้ในตนเอง เจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะส่วนใหญ่มีคะแนนอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 86.30) รองลงมาคือ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 13.70) โดยที่ไม่มีเจ้าหน้าที่การตลาดฯ ได้คะแนนในระดับต่ำ

องค์ประกอบของเขาวนอารมณ์ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง เจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะส่วนใหญ่มีคะแนนอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 82.65) รองลงมาคือ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 16.89) และระดับต่ำ (ร้อยละ 0.46) ตามลำดับ

ในองค์ประกอบของเขาวนอารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง เจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะส่วนใหญ่มีคะแนนอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 94.06) รองลงมาคือ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 5.94) โดยที่ไม่มีเจ้าหน้าที่การตลาดฯ ได้คะแนนในระดับต่ำ

องค์ประกอบของเขาวนอารมณ์ด้านการเห็นใจผู้อื่น เจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะส่วนใหญ่มีคะแนนอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 80.82) รองลงมาคือ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 18.72) และระดับต่ำ (ร้อยละ 0.46) ตามลำดับ

สำหรับองค์ประกอบของเขาวนอารมณ์ด้านการมีทักษะทางสังคม เจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะส่วนใหญ่มีคะแนนอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 71.69) รองลงมาคือ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 27.85) และระดับต่ำ (ร้อยละ 0.46) ตามลำดับ

และในเขาวนอารมณ์โดยรวม เจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะส่วนใหญ่มีคะแนนอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 85.39) รองลงมาคือ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 14.61) โดยที่ไม่มีเจ้าหน้าที่การตลาดฯ ได้คะแนนในระดับต่ำ

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

2.1 การทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1. ลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ

ตารางที่ 4.5

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุกกับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ

| ตัวแปร | ยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ | |
|------------------------|---|---------|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | p-value |
| ลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุก | -0.087 | .20 |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุกไม่มีความสัมพันธ์กับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ

2.2 การทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 2. เซวน์อารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 การตระหนักรู้ในตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 การจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ

สมมติฐานย่อยที่ 2.3 การสร้างแรงจูงใจให้ตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ

สมมติฐานย่อยที่ 2.4 การเห็นใจผู้อื่นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาด
สินเชื่อเคหะ

สมมติฐานย่อยที่ 2.5 การมีทักษะทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับยอดขายของเจ้าหน้าที่
การตลาดสินเชื่อเคหะ

ตารางที่ 4.6

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างองค์ประกอบของเซวาร์นอารมณ์
กับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ

| องค์ประกอบของเซวาร์นอารมณ์ | ยอดขายสินเชื่อเคหะ | |
|--------------------------------|-------------------------------|---------|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | p-value |
| 1. การตระหนักรู้ในตนเอง | .036 | .60 |
| 2. การจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง | -.067 | .33 |
| 3. การสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง | -.083 | .22 |
| 4. การเห็นใจผู้อื่น | -.051 | .45 |
| 5. การมีทักษะทางสังคม | -.051 | .45 |
| เซวาร์นอารมณ์โดยรวม | -.048 | .481 |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า เซวาร์นอารมณ์โดยรวมและองค์ประกอบของเซวาร์นอารมณ์
ในแต่ละด้านไม่มีความสัมพันธ์กับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ

2.3 การทดสอบสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 3. ประสิทธิภาพการทำงานขายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับยอดขายของเจ้าหน้าที่
การตลาดสินเชื่อเคหะ

ตารางที่ 4.7

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างประสบการณ์การทำงานขาย
กับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะ

| ตัวแปร | ยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะ | |
|-----------------------|---------------------------------------|---------|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | p-value |
| ประสบการณ์การทำงานขาย | -.048 | .48 |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ประสบการณ์การทำงานขายไม่มีความสัมพันธ์กับยอดขาย
ของเจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะ

2.4 การทดสอบสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 4. เกรดเฉลี่ยสะสมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาด
สินค้าเคหะ

ตารางที่ 4.8

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างเกรดเฉลี่ยสะสม
กับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะ

| ตัวแปร | ยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินค้าเคหะ | |
|----------------|---------------------------------------|---------|
| | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | p-value |
| เกรดเฉลี่ยสะสม | -.085 | .21 |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า เกรดเฉลี่ยสะสมไม่มีความสัมพันธ์กับยอดขายของเจ้าหน้าที่
การตลาดสินค้าเคหะ

2.5 การทดสอบสมมติฐานที่ 5

สมมติฐานที่ 5. ตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัวแปร สามารถพยากรณ์ยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาด
สินเชื่อเคหะได้

การสร้างสมการพยากรณ์

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) สร้างสมการ

สมการพยากรณ์ยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ยอดขายของ
เจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะจากตัวแปร คือ ลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุก เซาว์นอารมณ์โดยรวม
และองค์ประกอบของเซาว์นอารมณ์ 5 ด้าน คือ การตระหนักรู้ในตนเอง การจัดระเบียบอารมณ์
ของตนเอง การสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง การเห็นใจผู้อื่น และการมีทักษะทางสังคม เกรดเฉลี่ย
สะสม และประสบการณ์การทำงานขาย แต่เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่พบ
ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรข้างต้นกับยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเคหะ ดังนั้น
ผู้วิจัยจึงไม่สามารถสร้างสมการพยากรณ์ยอดขายของเจ้าหน้าที่การตลาดฯ จากตัวแปรดังกล่าว
ได้