

ปัจจัยระดับบุคคลและระดับองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพ  
ตัวแทนประกันชีวิตประเทศไทย  
The Impact Factors of Individual-Level and Organization-  
Level on Career Success of Insurance Sales Agents in Thailand

สาครินทร์ น้อยผา<sup>1</sup>

Sakarin Noypa

คณน ไตรจันทร์<sup>2</sup>

Kanon Trichandhara

วิชญพงษ์ โพธิพิรุฬห์<sup>3</sup>

Wisanutpong Potipiroon

*Article History*

Received: September 17, 2019

Revised: May 29, 2020

Accepted: June 2, 2020

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยระดับบุคคลและระดับองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ การรับรู้ความสำเร็จของอาชีพ และจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่ง ปัจจัยระดับบุคคลประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม ความเชื่อมั่นในตนเอง และความนอบน้อม ส่วนปัจจัยระดับองค์กรประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน และการรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กร กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนประกันชีวิต จำนวน 373 คน โดยใช้วิธีการการสุ่มแบบเจาะจง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จของอาชีพ ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความนอบน้อม การรับรู้การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพจำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยความเชื่อมั่นในตนเอง และการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพในตัวแทนประกันเพศชาย ส่วนเพศหญิง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผล คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความนอบน้อม และการรับรู้การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งสำหรับทั้งเพศหญิงและเพศชาย คือ

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

PhD Candidate, Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University, E-mail: 5910530007@email.psu.ac.th

<sup>2</sup> คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University, E-mail: charlee.t@psu.ac.th

<sup>3</sup> คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University, E-mail: wisanutpong.p@psu.ac.th

ความเชื่อมั่นในตนเอง ผลการวิจัยนี้จะช่วยให้องค์กรสามารถคัดเลือกบุคคลที่มีคุณลักษณะเหมาะสมกับอาชีพ เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน และลดปัญหาการลาออก

**คำสำคัญ:** *ความสำเร็จในอาชีพ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความนอบน้อม ตัวแทนประกันชีวิต*

### Abstract

The purpose of this research is to examine individual-level and organization-level factors that influence one's career success subjective career success and number of promotions) of insurance sales agents. Three individual-level factors include core-self evaluation (CSE), extraversion, and humility, while three organization-level factors include perceived team support (PTS), perceived supervisor support (PSS), and perceived learning and growth opportunities. The sample for this study was 373 sales agents selected by using the purposive sampling technique. The data were collected via online surveys. Multiple regression analyses revealed that CSE, humility, PTS and PSS were significantly related to subjective career success. Further analyses also showed that CSE and PSS were significant for male agents, whereas CSE, humility and PTS were significant for female agents. Lastly, it was found that CSE was the only significant predictor of the number of promotions for both males and females. Implications for practice and further research are discussed. The research will be useful for the organization recruitment to induce person-job fit, increase work efficiency, and reduce turnover rates.

**Keywords:** *Career Success, Core-Self Evaluation (CSE), Humility, Insurance Sales Agents*

### บทนำ

ความสำเร็จในอาชีพเป็นสิ่งที่ยุคคนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการทำงาน ไม่ว่าจะบุคคลจะประกอบอาชีพโดยย่อมมีความคาดหวังว่าตนเองจะมีความก้าวหน้าในอาชีพนั้นๆ เพราะความก้าวหน้าในอาชีพถือเป็นมาตรวัดหนึ่งของความสำเร็จในชีวิต (life success) การได้รับการยกย่องจากคนรอบข้าง (recognition) และความมีหน้ามีตาทางสังคม (social status) (Abele & Spurk, 2009) เพราะการที่บุคลากรประสบความสำเร็จในการทำงานย่อมทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ และเกิดแรงบันดาลใจที่จะทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้เกิดผลดีต่อองค์กร

ความสำเร็จในอาชีพสามารถวัดได้ทั้งจากการรับรู้ของบุคคลว่าตนเองมีความพึงพอใจในความก้าวหน้าในอาชีพของตนมากน้อยเพียงใด (subjective career success) หรือจากสิ่งที่สามารถวัดได้อย่างเป็นรูปธรรม

(objective career success) เช่น จำนวนเงินเดือนหรือจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น (Aryee, Chay, & Tan, 1994; Shockley, Ureksoy, Rodopman, Poteat, & Dullaghan, 2016) ที่ผ่านมามีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร ตัวอย่างของปัจจัยระดับบุคคล ประกอบด้วย ปัจจัยด้านทุนมนุษย์ (ระดับการศึกษาและประสบการณ์ทำงาน) (Wayne, Liden, Kraimer, & Graf, 1999) ความสามารถในการทำงานเชิงรุก (proactive personality) (Seibert, Crant, & Kraimer, 1999) ความรู้สึกมั่นใจในการประกอบอาชีพ (occupational self-efficacy) (Abele & Spurk, 2009) การรับรู้ความสามารถ (competence) และการให้เกียรติตนเอง (self-esteem) (Peluchette, 1993) ส่วนปัจจัยระดับองค์กร ได้แก่ การได้รับทรัพยากรจากองค์กร (resource availability) เครือข่ายคนรู้จัก

(networking) (Peluchette, 1993) และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (supervisor sponsorship) (Wayne, et al., 1999) โดยมีการศึกษาทั้งในกลุ่มพนักงานทั่วไป (Nabi, 2001) กลุ่มผู้จัดการ (Aryee, et al., 1994) และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง (Judge, 1994)

ตัวแทนประกันชีวิต (insurance sales agents) มีคุณลักษณะของอาชีพที่น่าสนใจ คือ เป็นผู้ประกอบอาชีพที่สามารถบริหารจัดการเวลาในการทำงานได้ด้วยตนเอง และสร้างรายได้โดยไม่มียึดจำกัด (Office of Insurance Commission (OIC), 2019) จุดเด่นดังกล่าวทำให้อาชีพตัวแทนฯ ได้รับความสนใจจากประชาชนและหันมาพิจารณาเพื่อตัดสินใจประกอบอาชีพตัวแทนฯ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวนผู้สอบวัดความรู้เพื่อขอรับใบอนุญาตเป็นตัวแทนประกันชีวิตที่สอบผ่านสมาคมประกันชีวิตไทย ในปี พ.ศ. 2561 พบว่า มีจำนวนสูงถึง 107,126 คน และพบว่า ปัจจัยที่สนับสนุนให้บุคคลตัดสินใจเข้าสู่อาชีพนี้ คือ การรณรงค์ให้มีความสำคัญต่อการวางแผนปกป้องความเสี่ยงด้านค่าใช้จ่ายสุขภาพและความสำคัญของการมีหลักประกันชีวิตจากภาครัฐ (Thai Life Assurance Association, 2019)

อย่างไรก็ตาม ผู้ที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพนี้ต้องมีบุคลิกลักษณะกระตือรือร้น มีความรับผิดชอบ รักการเรียนรู้ และพร้อมที่จะพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ (Patcharasopit & Pongsamran, 2018; Techaphan, Saengthong, & Siripanich, 2014) รวมถึงมีปัจจัยที่เกิดจากองค์กร เช่น รูปแบบของการจ่ายผลตอบแทนขององค์กรต่อตัวแทน (Chinkham & Pakdeewoot, 2018) ความมั่นคงและโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ (Kittiaramong, Thongborisut, & Rojniruttikul, 2014) เพื่อสนับสนุนและผลักดันให้บุคคลไปสู่ความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

แม้ในอดีตจะมีการศึกษาปัจจัยบุคลิกลักษณะนิสัย ตลอดจนการสนับสนุนจากหัวหน้างานหรือทีมงานซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพมาบ้างแล้ว (Ng, Eby, Sorensen, & Feldman, 2005) แต่มีงานวิจัยน้อยมากที่ศึกษาพนักงานขายซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ (Grant, 2013) นอกจากนั้นในปัจจุบันยังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยความนอบน้อม ซึ่งแม้ดูผิวเผินอาจจะมีความขัดแย้ง

กับการเป็นตัวแทนขายประกัน แต่ผู้วิจัยมองว่าความนอบน้อมอาจจะมีผลสำคัญในบริบทการทำงานในประเทศไทยเพราะเป็นคุณลักษณะที่เหมาะสมกับสังคมที่มีความเป็นกลุ่มนิยม (collectivistic) และมีความแตกต่างในเรื่องของอำนาจในระดับสูง (power distance) (Hofstede, Hofstede, & Minkov, 2010) รวมทั้งผู้วิจัยมีความสนใจด้วยว่า ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพแตกต่างกันหรือไม่ระหว่างตัวแทนประกันชีวิตเพศชายและเพศหญิง (Forret & Dougherty, 2004; Kirchmeyer, 1998; Nabi, 2001)

ความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิตจะต้องสะท้อนทัศนคติส่วนตัวของผู้ประกอบอาชีพ และเป็นความสำเร็จที่บุคคลภายนอกสามารถรับรู้ และสัมผัสได้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกวัดผลลัพธ์ความสำเร็จของอาชีพจากจำนวนครั้งที่ตัวแทนประกันชีวิตได้รับการเลื่อนตำแหน่ง โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพ ที่ประกอบด้วย ปัจจัยระดับบุคคล ได้แก่ (1) ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม (extraversion) (2) ความเชื่อมั่นในตนเอง (Core-Self Evaluation: CSE) และ (3) ความนอบน้อม (humility) และปัจจัยระดับองค์กร ได้แก่ (1) การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน (perceived team support) (2) การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (perceived supervisor support) และ (3) การรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กร (perceived learning and growth opportunities)

ผู้วิจัยเชื่อว่าการศึกษาและค้นหาปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมให้ตัวแทนประกันชีวิตมีความสำเร็จในอาชีพ จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบการคัดเลือกบุคลากร และการวางแผนเพื่อสร้างคุณภาพและประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นกับตัวแทนประกันชีวิตซึ่งส่งผลให้ประชาชนได้รับการบริการจากตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสิทธิภาพ และร่วมสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจประกันชีวิตต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ประกอบด้วย ปัจจัยระดับบุคคลและปัจจัยระดับองค์กร

2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยระดับบุคคลและระดับองค์กรที่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของตัวแทนประกันชีวิตเพศชายและเพศหญิง

## แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 1. ความสำเร็จในอาชีพ

งานวิจัยที่ผ่านมาระบุว่า การวัดความสำเร็จของอาชีพ (career success) นิยมวัดจากความสำเร็จที่บุคคลภายนอกสามารถสังเกตและสัมผัสได้ (objective career success) เช่น ปริมาณรายได้ การขึ้นเงินเดือน และการเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งสะท้อนถึงความก้าวหน้าในอาชีพ และความมั่นคงทางการเงินของบุคคล (Judge, 1994; Ng, et al., 2005) สำหรับความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิตที่สามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจน คือ ‘ตำแหน่งที่มีการปรับสูงขึ้น’ ซึ่งมักถูกระบุในนามบัตรเพื่อใช้แสดงตนต่อลูกค้าซึ่งลูกค้าสามารถรับรู้และตรวจสอบได้ แต่การวัดความสำเร็จจากภายนอกเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถสะท้อนทัศนคติหรือความสุขที่บุคคลได้รับจากการประกอบอาชีพของตนเอง จึงจำเป็นต้องมีการวัดความสำเร็จในอาชีพจากมุมมองของผู้ประกอบอาชีพเองด้วย (subjective career success) โดยเป็นการวัดทัศนคติของบุคคลที่มีความพึงพอใจในความก้าวหน้า และโอกาสในการเติบโตในสายงานมากนักน้อยเพียงใด ทั้งนี้ บุคคลย่อมมีความพึงพอใจสูงต่ำที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์เฉพาะของแต่ละบุคคล (Heslin, 2005) ซึ่งเป็นการสะท้อนว่าบุคคลได้บรรลุเป้าหมายส่วนตัวที่ได้ตั้งเอาไว้แล้วหรือไม่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวัดความสำเร็จของอาชีพครอบคลุมทั้งสองด้าน คือ การรับรู้ความสำเร็จของอาชีพ และจำนวนครั้งในการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น

### 2. ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม

หน้าที่สำคัญของตัวแทนประกันชีวิต คือ การดูแลลูกค้า ดังนั้น การจะประสบความสำเร็จในอาชีพจึงจำเป็นต้องมีบุคลิกภาพที่ดี ทั้งด้านลักษณะท่าทาง น้ำเสียงในการสนทนา การแสดงความเป็นมิตรที่สามารถเข้ากับผู้อื่นได้ และการมีศิลปะทักษะการพูด ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาลักษณะบุคลิกการชอบเข้าสังคม (extraversion) ซึ่งถือเป็นหนึ่งในห้าของบุคลิกลักษณะ 5 ประการ (big five personality) (Costa & McCrae, 1992) ประกอบ

ไปด้วย (1) การชอบเข้าสังคม (extraversion) (2) ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (agreeableness) (3) ความรับผิดชอบและอุตสาหะ (conscientiousness) (4) ความมั่นคงทางอารมณ์ (emotional stability) และ (5) การเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (openness to experience) โดยลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคมเป็นลักษณะกว้างๆ ของบุคคลที่ชอบพบปะผู้คน และชอบแสดงออกทางอารมณ์ ตรงกันข้ามกับผู้ที่ชอบเก็บตัว ซึ่งเป็นผู้ที่ชอบอยู่กับตนเองมากกว่าพบปะผู้คน (introvert)

งานวิจัยการวิเคราะห์ทอภิมาน (meta-analysis) ของ Barrick and Mount (1991) พบว่า ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคมส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายมากกว่าบุคลิกลักษณะอื่นๆ เนื่องจากการขายเป็นอาชีพที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นตลอดเวลา ซึ่งการที่บุคคลมีผลการปฏิบัติงานดีก็นำไปสู่ความสำเร็จในอาชีพเช่นเดียวกัน (Seibert, et al., 1999) สอดคล้องกับงานวิจัยการวิเคราะห์ทอภิมาน (meta-analysis) โดย Ng et al. (2005) ที่พบว่า เมื่อเปรียบเทียบตัวแปรลักษณะบุคลิกภาพอื่นๆ แล้ว การชอบเข้าสังคมมีผลมากที่สุดต่อจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งของบุคคล รวมทั้งการศึกษาผู้บริหารระดับสูงของ Boudreau, Boswell, & Judge (2001) ยังพบว่าการชอบเข้าสังคมส่งผลมากที่สุดต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของผู้บริหารระดับสูงในยุโรป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมุติฐานดังนี้

**สมมุติฐานที่ 1** ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคมส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

### 3. ความเชื่อมั่นในตนเอง

คุณลักษณะสำคัญข้อหนึ่งของตัวแทนประกันชีวิต คือ การมีความมั่นใจในตนเอง ในกรณีนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ตัวแปร “การประเมินหลักเกี่ยวกับตัวเอง” หรือ Core Self-Evaluation (CSE) (Judge & Bono, 2001; Judge, Erez, & Bono, 1998; Judge, Erez, Bono, & Thoresen, 2002) ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอเรียกว่า ‘ความเชื่อมั่นในตนเอง’

Judge and Bono (2001) เสนอว่า CSE ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ ได้แก่ (1) การเห็นคุณค่าตนเอง (self-esteem) (2) การรับรู้ความสามารถทั่วไปของตน (generalized self-efficacy) คือ ความ

เชื่อว่าตนเองสามารถจัดการได้ ปฏิบัติได้ และทำให้สำเร็จได้ (3) ความเชื่อในอำนาจในตน (internal locus of control) คือ ความเชื่อว่าตนเองสามารถควบคุมสภาวะแวดล้อมและเหตุการณ์ในชีวิตของตนเองได้ และ (4) ความมั่นคงทางอารมณ์ (emotional stability) แม้ว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ประการนี้จะมีความแตกต่างกันในเชิงมโนทัศน์ (conceptual) แต่ก็มีลักษณะพื้นฐานที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้น Judge และ Bono จึงเสนอว่าควรจรรวมองค์ประกอบทั้ง 4 ประการนี้เป็นปัจจัยเดียวกันภายใต้ชื่อ Core Self-Evaluation (CSE) ทั้งนี้ ในการวิจัยที่ผ่านมา Judge et al. (2002) พบว่า องค์ประกอบรวมดังกล่าวส่งผลให้อำนาจในการพยากรณ์สูงกว่าการแยกองค์ประกอบ งานวิจัยที่ผ่านมายังระบุว่า CSE เป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจในงาน ผลการปฏิบัติงาน (Bono & Judge, 2003) การบริการลูกค้า (Salvaggio, et al., 2007) และการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ (Stumpp, Muck, Hülshager, Judge, & Maier, 2010) กล่าวโดยรวมผู้วิจัยมองว่า ความสำเร็จในอาชีพการเป็นตัวแทนประกันชีวิตจำเป็นต้องมีความมั่นใจในความสามารถในการขาย รวมทั้งต้องไม่วิตกกังวลว่าลูกค้าจะมองตนเองอย่างไร ผู้วิจัยจึงขอกำหนดสมมติฐานดังนี้

**สมมติฐานที่ 2** ความเชื่อมั่นในตนเองส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

#### 4. ความนอบน้อม

ความนอบน้อม (humility) คือ การแสดงออกของบุคคลที่สะท้อนความนอบน้อมถ่อมตน ซึ่งประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ (1) การประเมินตนเองตามความเป็นจริงอย่างไม่โอ้อวด (2) การรู้จักชื่นชมจุดแข็งและความสำเร็จของผู้อื่น และ (3) การเปิดใจเพื่อเรียนรู้จากผู้อื่น (Owens, Johnson, & Mitchell, 2013) เปรียบเสมือนรวงข้าวที่โน้มตัวลงต่ำเรียวยาวโน้มลงสู่พื้นดิน นอกจากนั้น ความนอบน้อมยังหมายถึงการไม่ลดคุณค่าของตนเอง การมีจิตใจกว้างขวาง และการให้ความสำคัญกับผู้อื่น (Morris, Brotheridge, & Urbanski, 2005) แม้ว่าความนอบน้อมจะดูขัดแย้งกับความมั่นใจในตนเอง แต่งานวิจัยในอดีต เช่น งานวิจัยของ Collins (2001) ในหนังสือ “Good to Great” พบว่า ผู้นำของบริษัทที่ประสบความสำเร็จสูงสุด 11 บริษัท

มีลักษณะที่เหมือนกัน คือ (1) ความมุ่งมั่นในการทำงาน และ (2) ความนอบน้อมถ่อมตน ซึ่งผู้นำเหล่านี้มักไม่โอ้อวดตน และมองว่าความสำเร็จขององค์กรเกิดจากทีมงาน ไม่แสดงออกว่าตนเองคือเจ้าของความสำเร็จทั้งหมด และเป็นผู้ฟังที่ดียอมรับความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ความนอบน้อมจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต่อตัวแทนประกันชีวิต รวมทั้งทำให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นในองค์กรและหัวหน้างาน ปัจจุบันผู้วิจัยพบว่า ยังไม่เคยมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความนอบน้อม และความสำเร็จในอาชีพ (Owens et al., 2013) ถือเป็นโอกาสในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

**สมมติฐานที่ 3** ความนอบน้อมส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

#### 5. การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงานและจากหัวหน้างาน

อาชีพตัวแทนประกันชีวิตเป็นอาชีพที่ต้องเสียสละและทุ่มเทเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับหลักประกันที่มั่นคงให้กับลูกค้า ความทุ่มเทในการให้บริการย่อมมีโอกาสที่ถูกปฏิเสธหรือผิดหวังต่อสิ่งที่คาดหวังไว้ อาจทำให้ตัวแทนเกิดความท้อแท้ เบื่อหน่าย และบางรายตัดสินใจออกจากอาชีพไปในที่สุด หากมีภาวะเช่นนี้เกิดขึ้น สิ่งที่ตัวแทนต้องการ คือ กำลังใจ และการชี้แนะแนวทางการทำงานไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งบุคคลที่จะช่วยเหลือและสนับสนุนตัวแทนได้ คือ เพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน

การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน (perceived team support) และจากหัวหน้างาน (perceived supervisor support) หมายถึง การที่บุคคลเชื่อว่า เพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานให้คุณค่าเห็นความสำคัญกับสิ่งที่ตนทำการเป็นห่วงเป็นใย และการหยิบยื่นความช่วยเหลือ (Rhoades, Eisenberger, & Armeli, 2001) ซึ่งเป็นการสนองความต้องการเชิงสังคมและอารมณ์ของบุคคล (socio-emotional needs) งานวิจัยของ Bishop, Scott, & Burroughs (2000) พบว่า การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานส่งผลให้พนักงานโรงงานผลิตเกิดความผูกพันต่อทีมงาน และมีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับผลจากงานวิจัยของ Shanock and Eisenberger (2006) ที่พบว่า พนักงานร้านค้าปลีกที่ได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานจะมีประสิทธิภาพการ

ทำงานสูงขึ้น ส่วน Burke, Borucki, & Hurley (1992) พบว่า บริการในร้านอาหารที่รับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานจะมีความเครียดลดน้อยลง และมีความพึงพอใจในงานสูงขึ้น รวมทั้งยังช่วยลดความขัดแย้งและความคลุมเครือในงานซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติงาน

นอกจากนั้น งานวิจัยเกี่ยวกับการสอนงานโดยหัวหน้างาน (mentoring) พบว่า การที่ลูกน้องที่ได้รับคำแนะนำหรือมีหัวหน้าคอยให้คำปรึกษา จะส่งผลให้ลูกน้องพัฒนาตนเอง และการให้คำปรึกษาอย่างมีศักยภาพจะเสริมสร้างให้เกิดความสำเร็จในอาชีพ รวมทั้งเมื่อลูกน้องได้เข้ารับฟังคำแนะนำจะช่วยลดโอกาสความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในงาน (Baugh & Sullivan, 2005) ดังนั้น การที่หัวหน้างานสอนงานจะช่วยส่งเสริมให้ลูกน้องมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น และมีโอกาสทำให้ลูกน้องได้รับการเลื่อนตำแหน่ง ได้รับการเพิ่มเงินเดือน หรือมีรายได้สูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและอาชีพ มากกว่าลูกน้องที่ไม่ได้รับคำแนะนำจากหัวหน้า (Fagenson-Eland, Marks, & Amendola, 1997) สอดคล้องกับงานวิจัย meta-analysis ของ Ng et al. (2005) ที่พบว่า การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ

กล่าวโดยสรุป การมีหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานที่สนับสนุนทั้งด้านจิตใจและด้านหน้าที่การงาน ตลอดจนชี้แนะแนวทางไปสู่ความสำเร็จ ย่อมทำให้ตัวแทนมีพลังที่จะฝ่าฟันต่อปัญหาและอุปสรรคไปสู่ความสำเร็จในอาชีพได้ ผู้วิจัยจึงสนใจนำตัวแปรดังกล่าวมาทดสอบเพื่อเป็นการยืนยันถึงความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่ออาชีพตัวแทนประกันชีวิตตามสมมติฐานที่ 4 และ 5 ดังนี้

**สมมติฐานที่ 4** การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

**สมมติฐานที่ 5** การสนับสนุนจากหัวหน้างานส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

## 6. การรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กร

ความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตถือเป็นหัวใจหลักของอาชีพ เนื่องจากตัวแทนประกัน คือ ผู้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางลดช่องว่างทางความต้องการของลูกค้า

ที่มีต่อสินค้าประกันชีวิต ซึ่งตัวแทนย่อมต้องใช้ความรู้ในการถ่ายทอดข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วน ดังนั้น ตัวแทนประกันชีวิตจึงต้องหมั่นฝึกฝนทักษะการขายให้กลายเป็นความชำนาญ และสั่งสมประสบการณ์เพื่อนำไปพัฒนาให้เกิดทักษะการขายที่ดี ดังนั้น การที่องค์กรให้ความสำคัญในการฝึกอบรม การเรียนรู้ และการเติบโตของพนักงานย่อมมีส่วนสำคัญในการพัฒนาทุนมนุษย์ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และสะท้อนถึงคุณภาพของแรงงานอีกด้วย (Foong, Yorston, & Gratton, 2003) งานวิจัยของ Wayne et al. (1999) พบว่า จำนวนครั้งที่พนักงานได้รับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพจากองค์กรจะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในอาชีพอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Judge, Klinger, & Simon (2010) ที่พบว่า กลุ่มประชากรในประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ได้รับการฝึกอบรมจากองค์กรอย่างต่อเนื่องจะมีรายได้เพิ่มและตำแหน่งหน้าที่ที่มีเกียรติกว่าบุคคลอื่นๆ ดังนั้น การรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กร (perceived learning and growth opportunities) จึงเป็นตัวแปรสำคัญ ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

**สมมติฐานที่ 6** การรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

## วิธีการดำเนินวิจัย

### 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกประชากรที่เป็นตัวแทนประกันชีวิตสังกัดบริษัทประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับหนึ่งในปี พ.ศ. 2560 จำนวนขนาดกลุ่มประชากรเท่ากับ 1,200 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อน  $\pm 0.05$  มีขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยจำนวนคน 300 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

### 2) เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งปรับปรุงพัฒนาจากทฤษฎีแนวคิด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรความสำเร็จในอาชีพ ผู้วิจัยได้เลือก

ข้อคำถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือจากนักวิชาการผู้มีความชำนาญในแต่ละด้าน โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และประสบการณ์ทำงาน

ส่วนที่ 2 คือ การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพซึ่งเป็นตัวแปรตาม ใช้แบบวัดการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ (subjective career success) ของ Greenhaus, Parasuraman, and Wormley (1990) จำนวน 5 ข้อคำถาม (scale 1 = ไม่เห็นด้วยที่สุด 5 = เห็นด้วยมากที่สุด) โดยในงานวิจัยนี้พบว่า แบบวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันรู้สึกพึงพอใจกับความสำเร็จที่ฉันได้รับในอาชีพปัจจุบันของฉัน” และ “ฉันรู้สึกพึงพอใจกับความก้าวหน้าและการบรรลุเป้าหมายโดยรวมในอาชีพของฉัน” ส่วนการวัดความสำเร็จในอาชีพด้าน (objective career success) วัดจากจำนวนครั้งในการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ส่วนที่ 3 คือ ปัจจัยระดับองค์กรซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ความเชื่อมั่นในตนเอง ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม และความนอบน้อม ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบวัดความเชื่อมั่นในตนเอง (CSE) ของ Judge et al. (2003) ประกอบด้วย 12 ข้อคำถาม (scale 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 = เห็นด้วยมากที่สุด) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84 ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันเชื่อว่าความสำเร็จของฉันในตอนนี้เป็นสิ่งที่ฉันสมควรได้รับแล้ว” และ “ฉันเป็นผู้กำหนดว่าอะไรจะเกิดขึ้นกับชีวิตของฉัน” สำหรับบุคลิกลักษณะการชอบเข้าสังคม ใช้แบบวัดขนาดย่อของ Gosling และคณะ (Gosling, Rentfrow, & Swann, 2003) จำนวน 2 ข้อคำถาม (scale 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 7 = เห็นด้วยมากที่สุด) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 ข้อคำถาม ประกอบด้วย “ฉันชอบเข้าสังคม และมีความกระตือรือร้น” และ “ฉันชอบเก็บตัวเงียบ (reverse-coded)” ส่วนความนอบน้อม ผู้วิจัยใช้แบบวัดความนอบน้อม (humility) ของ Owens et al. (2013) จำนวน 9 ข้อคำถาม (scale 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 = เห็นด้วยมากที่สุด) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 ตัวอย่างข้อคำถามเช่น “ในการทำงานฉันยอมรับว่ามีอีกหลายอย่างที่ฉันเองก็ยังไม่ทราบถึงวิธีการทำเหมือนกัน” และ “ในการทำงานฉันเล็งเห็นจุดแข็งของผู้อื่น”

ส่วนที่ 4 คือ ปัจจัยระดับองค์กรซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ผู้วิจัยใช้แบบวัดการรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน (Perceived Team Support: PTS) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 และการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived Supervisor Support : PSS) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยปรับข้อคำถามจากแบบวัดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS) ของ Eisenberger, Huntington, Hutchison, & Sowa (1986) ที่มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ (scale 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 7 = เห็นด้วยมากที่สุด) โดยแทนที่คำว่า “องค์กร” เป็นคำว่า “หัวหน้างาน” และ “เพื่อนร่วมงาน” ตามแนวทางของงานวิจัยที่ผ่านมา (Bishop, et al., 2000; Rhoades, et al., 2001) เช่น “หัวหน้าให้ความสำคัญกับสารทุกข์สุกดิบของฉัน” ส่วนแบบวัดการรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กร (perceived learning and growth opportunities) ปรับจากแบบวัดของ Gould-Williams and Davies (2005) มีข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ เช่น “ฉันมีโอกาสดำเนินการพัฒนาความรู้และทักษะของตนเองตลอดเวลา” (scale 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 = เห็นด้วยมากที่สุด) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91

### 3) การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยได้รับอนุญาตจากผู้บริหารของหน่วยงานในการเก็บข้อมูล จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการจัดเก็บข้อมูลโดยจัดส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านระบบอีเมลของหน่วยงานไปยังพนักงานจำนวน 800 คน ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2560 ใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูลประมาณ 3 สัปดาห์ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ของจำนวนผู้ได้รับแบบสอบถาม ทั้งนี้ ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามมากกว่าขนาดตัวอย่างที่ต้องการ คือ 300 คน เพื่อสำรองสำหรับผู้ไม่สะดวกตอบแบบสอบถาม

### 4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณสมบัติตัวแปร โดยใช้ค่า Cronbach's alpha และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation coefficients) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ ระหว่างคู่ตัวแปร (ตามตารางที่ 1) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบความ

เที่ยงตรงเชิงจำแนก (discriminant validity) การทดสอบสมมติฐานโดยใช้การทดสอบทีแบบกลุ่มตัวอย่างอิสระต่อกัน (independent sample t-test) และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression analysis) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในระดับความสำเร็จของอาชีพระหว่างเพศชาย และเพศหญิง และเพื่อทดสอบทิศทางและน้ำหนักอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังสมมติฐานที่ 1 ถึง 6 (ตารางที่ 1-3)

การวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มจากการใส่ตัวแปรควบคุม (control variables) ตามด้วยตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร แล้วจึงวิเคราะห์จำแนกตามเพศของตัวแทนประกันชีวิต ตามแนวทางของงานวิจัยที่ผ่านมา (Forret & Dougherty, 2004) รายละเอียดการวิเคราะห์แต่ละโมเดล มีดังนี้

โมเดล 1: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 373 ตัวอย่าง  
โมเดล 2: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเฉพาะเพศชาย จำนวน 111 ตัวอย่าง  
โมเดล 3: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเฉพาะเพศหญิง จำนวน 262 ตัวอย่าง ซึ่งโมเดล 1-3 ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ  
โมเดล 4: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 373 ตัวอย่าง  
โมเดล 5: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเฉพาะเพศชาย จำนวน 111 ตัวอย่าง  
โมเดล 6: วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเฉพาะเพศหญิง จำนวน 262 ตัวอย่าง และโมเดล 4-6 ตัวแปรตาม คือ จำนวนครั้งในการเลื่อนตำแหน่ง หากจำแนกเพศในการวิเคราะห์เพศชาย คือ แสดงในโมเดลที่ 2 และ 5 ส่วนเพศหญิง แสดงในโมเดล 3 และ 6 ส่วน

**ตารางที่ 1** ตารางค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlations) และค่าครอนบาคอัลฟา (Cronbach's alpha)

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. SCS	(0.89)											
2. OCS	.21**	(0.84)										
3. Gender	-.06	-.02	(0.70)									
4. Age	-.02	.04	.03	(0.87)								
5. Education	.09	.03	-.02	-.08	(0.95)							
6. Tenure	.07	.09	-.02	.74**	-.09	(0.96)						
7. CSE	.44**	.26**	.08	-.01	.11*	.12*	(0.84)					
8. Extraversion	.29**	.14**	.11*	.05	.01	.00	.45**	(0.70)				
9. Humility	.29**	-.02	-.04	-.14**	.03	-.16**	.09	.17**	(0.87)			
10. PTS	.34**	.15**	.03	-.00	.07	.02	.29**	.31**	.27**	(0.95)		
11. PSS	.29**	.11*	.03	-.16**	.14**	-.16**	.19**	.26**	.19**	.55**	(0.96)	
12. Learning	.17**	.07	-.06	-.04	.02	-.04	.13*	.19	.33**	.43**	.35*	(0.91)
<b>Mean</b>	3.75	0.47	0.30	42.44	2.10	10.41	3.54	5.09	4.29	5.46	5.35	6.02
<b>SD</b>	0.77	0.76	0.46	9.68	0.45	8.72	0.59	1.15	0.48	0.99	1.38	0.99

**หมายเหตุ:**  $N = 373$ ,\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, \*\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, SCS = การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ, OCS = จำนวนครั้งในการเลื่อนตำแหน่ง, CSE = ความเชื่อมั่นในตนเอง, Extraversion = บุคลิกการชอบเข้าสังคม, Humility = ความถ่อมตน, PTS = การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน, PSS = การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน, Learning = การรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กร

### 5) ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรประกันชีวิต จำนวน 373 ตัวอย่างพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ 42 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์ในการทำงานโดยเฉลี่ย 10 ปี โดยภาพรวมพบว่า ตัวแปรประกันชีวิตมีการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$ , S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพพบว่า ปัจจัยที่ตัวแปรประกันชีวิตเห็นด้วยในระดับมากที่สุดต่อการที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพคือ ปัจจัยการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะความสามารถจากองค์กร ( $\bar{X} = 6.02$ , S.D. = 0.99) ปัจจัยที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุดรองลงมาตามลำดับ คือ การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน ( $\bar{X} = 5.46$ , S.D. = 0.99) การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ( $\bar{X} = 5.35$ , S.D. = 1.38) ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม ( $\bar{X} = 5.09$ , S.D. = 1.15) ความถ่อมตน (Humility:  $\bar{X} = 4.29$ , S.D. = 0.48) และความเชื่อมั่นในตนเอง (CSE:  $\bar{X} = 4.29$ , S.D. = 0.48)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พบว่า การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ และจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ( $r = 0.20$ ,  $p < .01$ ) รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่อื่นๆ เป็นไปตามสมมติฐาน และในการตรวจสอบคุณสมบัติตัวแปรพบว่า ไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใดที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงเกิน 0.80 จึงไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (multicollinearity) ซึ่งหากตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูง อาจส่งผลให้สมการตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ตัวแปรตามมีความคลาดเคลื่อน (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1995) จากตารางที่ 1

### 6) ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) พบว่า โมเดลองค์ประกอบมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ โดยค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) = 0.91 ค่าดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน (TLI) = 0.90 ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (RMSEA) = 0.062 ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square) = 1,581.919,  $df = 645$ ,  $p < .001$  ซึ่งแม้ค่าสถิติไค-สแควร์จะมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่โดยหลักทั่วไปหากค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (relative/normed chi-square:  $\chi^2/df$ ) มีค่าน้อยกว่า 3.00 จะถือว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Mueller, 1996) ณ ที่นี้ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์เท่ากับ 2.45 จึงนับว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐาน

สำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรประกันเพศหญิง (0) และเพศชาย (1) ต่อตัวแปรที่ศึกษาพบว่า ทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในระดับการศึกษา ( $t = 0.33$ ,  $p > 0.50$ ) อายุ ( $t = -0.53$ ,  $p > 0.50$ ) อายุงาน ( $t = 0.29$ ,  $p > 0.20$ ) ระดับการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ ( $t = 1.14$ ,  $p > 0.20$ ) และจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่ง ( $t = 0.48$ ,  $p > 0.50$ ) หมายความว่า ตัวแปรประกันชีวิตไม่ว่าเพศชายหรือเพศหญิง ทั้งสองกลุ่มนี้มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน และมีโอกาสในการประสบความสำเร็จในอาชีพในระดับที่ใกล้เคียงกันอีกด้วย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแปรประกันชีวิต ผู้วิจัยวัดความสำเร็จในอาชีพ 2 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ความสำเร็จของอาชีพตัวแปรประกันชีวิต และจำนวนครั้งในการได้รับการเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์แยกแต่ละปัจจัย ดังนี้

### 6.1) การรับรู้ความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุรวมทั้งกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางที่ 2 (โมเดล 1) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง ( $b = 0.321, p < 0.001$ ) ความนอบน้อม ( $b = 0.215, p < 0.001$ ) การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน ( $b = 0.126, p < 0.05$ ) และการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ( $b = 0.123, p < 0.05$ ) ส่วนปัจจัยลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคมและการรับรู้โอกาสในการเรียนรู้และเติบโตไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้ร้อยละ 30.3 ดังตารางที่ 2

การวิเคราะห์แยกตามเพศ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของเพศชาย คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง ( $b = 0.237, p < 0.05$ ) และการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ( $b = 0.259, p < 0.05$ ) สามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้ร้อยละ 22.6 (โมเดล 2) สำหรับตัวแทนประกันชีวิตเพศหญิง พบว่า ความเชื่อมั่นในตนเอง ( $b = 0.352, p < 0.001$ ) ความนอบน้อม ( $b = 0.290, p < 0.001$ ) และการรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน ( $b = 0.290, p < 0.05$ ) ส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้ร้อยละ 36.6 (โมเดล 3) ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุของปัจจัยระดับบุคคล และระดับองค์กรที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของตัวแทนประกันชีวิต โดยรวมและจำแนกตามเพศ

ตัวแปรตาม: การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ	โมเดล 1 (กลุ่มตัวอย่างโดยรวม) (N = 373)			โมเดล 2 (เฉพาะเพศชาย) (N = 111)			โมเดล 3 (เฉพาะเพศหญิง) (N = 262)		
	b	SE	beta	b	SE	beta	b	SE	beta
เพศ (หญิง = 0; ชาย = 1)	-0.155	.075	-.092	-	-	-	-	-	-
ประสบการณ์ทำงาน	.010	.006	.108	.002	.010	.026	.015	.007	.169
การศึกษา	.052	.077	.030	.176	.163	.098	.032	.088	.019
อายุ	-.003	.005	-.041	.004	.010	.051	-.008	.006	-.100
ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม	.044	.034	.066	.026	.077	.038	.056	.038	.084
ความเชื่อมั่นในตนเอง	.427***	.068	.321***	.323*	.149	.237*	.465***	.076	.352***
ความนอบน้อม	.347***	.077	.215***	.163	.139	.110	.486***	.094	.290***
การสนับสนุนจากทีมงาน	.098*	.045	.126*	.041	.103	.048	.097	.049	.130*
การสนับสนุนจากหัวหน้างาน	.068*	.031	.123*	.147*	.068	.259*	.042	.034	.077
โอกาสในการเรียนรู้และเติบโต	-.041	.040	-.052	-.061	.080	-.079	-.035	.046	-.045
<b>F Test</b>			15.764***			3.268**			16.191***
<b>R<sup>2</sup></b>			.303			.226			.366
<b>Adjusted R<sup>2</sup></b>			.284			.157			.344

หมายเหตุ: N = 373, \*\*\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, \*\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, \* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**6.2) จำนวนครั้งในการได้รับการเลื่อนตำแหน่ง**

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนครั้งในการได้รับการเลื่อนตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม ตามตารางที่ 3 (โมเดล 4) พบว่า มีเพียงปัจจัยความเชื่อมั่นในตนเองที่ส่งผลทางบวก ( $b = 0.213, p < 0.001$ ) โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้ร้อยละ

8.1 การวิเคราะห์แยกตามเพศ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนครั้งในการได้รับการเลื่อนตำแหน่งเหมือนกันทั้งเพศชาย ( $b = 0.331, p < 0.001$ ) และเพศหญิง ( $b = 0.165, p < 0.001$ ) และสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้ร้อยละ 16.1 และ 7.2 ตามลำดับ

**ตารางที่ 3** แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณปัจจัยระดับบุคคลและระดับองค์กรที่ส่งผลต่อจำนวนครั้งในการเลื่อนตำแหน่ง โดยรวมและจำแนกตามเพศ

ตัวแปรตาม: จำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	โมเดล 4 (กลุ่มตัวอย่างโดยรวม) (N = 373)			โมเดล 5 (เฉพาะเพศชาย) (N = 111)			โมเดล 6 (เฉพาะเพศหญิง) (N = 262)		
	b	SE	beta	b	SE	beta	b	SE	beta
เพศ (หญิง = 0; ชาย = 1)	.006	.007	.073	-	-	-	-	-	-
ประสบการณ์ทำงาน	-.076	.084	-.046	.000	.009	.005	.012	.009	.126
การศึกษา	-.003	.087	-.002	-.143	.151	-.090	.048	.109	.028
อายุ	-.001	.006	-.019	.000	.009	-.007	-.004	.008	-.046
ลักษณะนิสัยการขอเข้าสังคม	.015	.039	.023	.047	.071	.076	.007	.048	.010
ความเชื่อมั่นในตนเอง	.279***	.077	.213***	.402***	.138	.331***	.224***	.094	.165***
ความนอบน้อม	-.106	.087	-.067	-.024	.129	-.018	-.186	.117	-.108
การสนับสนุนจากทีมงาน	.048	.050	.063	.070	.096	.092	.047	.061	.062
การสนับสนุนจากหัวหน้างาน	.022	.035	.041	.020	.063	.039	.019	.042	.033
โอกาสในการเรียนรู้และเติบโต	.019	.045	.025	-.058	.074	-.084	.058	.057	.072
<b>F Test</b>		3.173*			2.147*			2.167*	
<b>R<sup>2</sup></b>			.081			.161			.072
<b>Adjusted R<sup>2</sup></b>			.055			.086			.039

หมายเหตุ: N = 373, \*\*\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, \*\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, \*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**อภิปรายผล**

ผลการวิจัยที่น่าสนใจ คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง (CSE) ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพและจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น สะท้อนว่าหากตัวแทนหรือผู้ที่กำลังตัดสินใจที่จะประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตมีความมั่นใจในตนเอง เห็นคุณค่าในตนเอง มีความมั่นคงทางอารมณ์ และเชื่อมั่นว่าการจะเอาชนะใจลูกค้าขึ้นอยู่กับฝีมือและความสามารถของตนเอง ก็จะมีโอกาส

ประสบความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้น ผู้วิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นในตนเองส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพของตัวแทนประกันชีวิตทั้งเพศชายและเพศหญิง เป็นการบ่งชี้ว่าความเชื่อมั่นในตนเองเป็นลักษณะพึงประสงค์ที่องค์กรควรจะนำมาใช้ในการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน โดยเฉพาะในตำแหน่งที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น สอดคล้องกับงานวิจัยการอภิमान (meta-analysis) ของ Judge et al. (2001)

ที่พบว่า บุคคลที่มีลักษณะนิสัยดังกล่าวจะส่งผลทางบวกให้เกิดความพึงพอใจในอาชีพ และมีผลการทำงานที่ดี

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยที่ขัดแย้งกับการศึกษาในอดีต คือ ลักษณะนิสัยการชอบเข้าสังคม (extraversion) ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกัน ในการนี้ ผู้วิจัยมองว่าการชอบพบปะพูดคุยและการชอบเข้าสังคมนั้นอาจเป็นเพียงการแสดงออกทางบุคลิกภาพภายนอกแบบ “ผิวเผิน” เพื่อดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจต่อลูกค้า แต่อาจจะไม่ส่งผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ทั้งนี้ งานวิจัยในอดีตระบุว่าปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต เช่น รายได้ของผู้ซื้อ ความเหมาะสมของราคา รวมถึงสิทธิประโยชน์และการให้บริการ Buakhwan (2013) ดังนั้นตัวแทนประกันจึงจำเป็นต้องอาศัยความอดทน ความมุมานะและไม่สร้างภาพในลักษณะ “ผิวเผิน” เพื่อให้ได้รับการตอบตกลงจากลูกค้า

ผลการวิจัยที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง คือ ความนอบน้อม (humility) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพเฉพาะในกลุ่มตัวแทนประกันเพศหญิง สอดคล้องกับทฤษฎีบทบาททางสังคม (Social Role Theory) (Eagly, 1987) ที่ระบุว่า สังคมมักมีความคาดหวังกับเพศหญิงและเพศชายแตกต่างกัน โดยคาดหวังให้เพศชายมีความแข็งแกร่ง ในขณะที่คาดหวังให้เพศหญิงมีความสุภาพเรียบร้อย นอบน้อมถ่อมตัว อ่อนหวาน จิตใจดี มีความเอื้ออาทร รู้จักควบคุมอารมณ์ของตนเอง และไม่แสดงออกซึ่งความทะเยอทะยานมากเกินไป ในการนี้งานวิจัยของ Heilman and Chen (2005) พบว่า ผู้หญิงที่ขาดความเอื้ออาทรต่อผู้อื่นจะได้รับการประเมินผลงานที่ต่ำกว่าเพศชาย ส่วนงานวิจัยของ Brescoll and Ujlmann (2008) พบว่า ผู้หญิงที่แสดงอารมณ์ฉุนเฉียวเกรี้ยวกราดจะได้รับการประเมินผลงานต่ำกว่าเพศชายที่แสดงออกในลักษณะเดียวกัน สะท้อนว่าการละเมิดความคาดหวังทางสังคมเกี่ยวกับ “เพศภาวะ” อาจส่งผลต่อโอกาสในการเจริญก้าวหน้าในอาชีพของเพศหญิงมากกว่า

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมองว่าความนอบน้อมเป็นคุณสมบัติที่พึงประสงค์ไม่ว่าจะสำหรับเพศชายหรือเพศหญิง ทั้งนี้ การเป็นตัวแทนที่ดุดันไม่จำเป็นต้องพูดเก่ง แต่ต้องรู้จักพูด รู้จักกาลเทศะ เป็นผู้ฟังที่ดี และมีความ

เข้าใจความต้องการของลูกค้าซึ่งมีความหลากหลายและซับซ้อน องค์กรประกอบเหล่านี้จะสามารถสร้างความไว้วางใจและความศรัทธาให้เกิดกับลูกค้า โดยงานวิจัยตัวแบบการตลาดของธุรกิจประกันชีวิตศึกษาของ Samanso (2015) ได้สะท้อนมุมมองของลูกค้าต่อตัวแทนประกันชีวิตว่า ยังมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องให้ความสำคัญกับการปลูกฝังทัศนคติและบุคลิกลักษณะความสุภาพ ความนอบน้อม และการเอาใจใส่ในการให้บริการในกลุ่มตัวแทนประกันชีวิต

ปัจจัยกลุ่มสุดท้ายที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ได้แก่ การรับรู้การสนับสนุนจากทีมงานและจากหัวหน้างาน สอดคล้องกับงานวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันของบริษัทประกันชีวิตแห่งหนึ่งพบว่าพนักงานที่ผู้บริหารให้การสนับสนุน และเพื่อนร่วมงานให้ความเชื่อถือในผลงาน และยอมรับในความสามารถ จะมีความสำเร็จในการปฏิบัติงานสูงกว่า (Sonchaiya, 2014) อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยพบว่า การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (PSS) ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพสำหรับเฉพาะเพศชาย ส่วนการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (PTS) ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพสำหรับเฉพาะเพศหญิง สะท้อนสภาพความเป็นจริงในสังคมไทยที่การสนับสนุนจากหัวหน้างานมัก หมายถึง กิจกรรมหลังเวลาเลิกงานของกลุ่มเพศชาย คล้ายระบบ “พรรคพวก” ระหว่างหัวหน้ากับลูกน้อง (supervisor-subordinate guanxi) ในประเทศจีน (Yang & Lau, 2015) โดยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ระบุว่า การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานมักจะส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพของเพศชายมากกว่าเพศหญิง (Dreher, 1990) ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญกับเพื่อนร่วมงานมากกว่าเพศชาย (Schieman, 2006) ทั้งนี้ ผู้วิจัยมองว่างานวิจัยในอนาคตควรให้ความสำคัญกับปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนจากครอบครัวด้วย (perceived family support) เนื่องจากเพศหญิงมักประสบปัญหาความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวมากกว่าเพศชาย (Scott, Ingram, Zagenczyk, & Shoss, 2015)

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยพบว่าโอกาสในการเรียนรู้และการเติบโตจากองค์กรไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพของตัวแทนประกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าการเรียนรู้

อาจจะไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จในอาชีพ แต่อาจจะส่งผลทางอ้อมผ่านตัวแปรอื่นๆ เช่น ตัวแปรทุนมนุษย์ (human capital) (เช่น ระดับความรู้) หรือ ความรู้สึกมั่นใจในความสามารถ (self-efficacy) ซึ่งเป็นสิ่งที่งานวิจัยในอนาคตสามารถทดสอบเพิ่มเติมต่อไป นอกจากนี้ ความรู้ที่จำเป็นในงานอาจเป็นเพียงส่วนเพิ่มเติมที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับตัวแทนประกันชีวิต สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลผู้เกี่ยวข้องในงานประกันชีวิตที่พบว่า ในปัจจุบันลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิตได้ด้วยตนเองจากหลายช่องทาง เช่น ผ่านธนาคารทางโทรศัพท์ และเว็บไซต์บริษัทประกันภัย ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาข้อมูลจากตัวแทนน้อยลง (Limsuthiwanoon, 2016)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพตัวแทนประกันชีวิต โดยจำแนกความสำเร็จในอาชีพเป็น 2 ประเภท คือ การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ และจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ ประกอบด้วย ความเชื่อมั่นในตนเอง ความนอบน้อม การสนับสนุนจากทีมงาน และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน เมื่อทำการวิเคราะห์โดยจำแนกตามเพศพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของตัวแทนเพศชาย คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของเพศหญิง คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความนอบน้อม และการสนับสนุนจากทีมงาน นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนครั้งที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งสูงสำหรับทั้งเพศหญิงและเพศชาย คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. สำหรับข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยเสนอแนะให้นำผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิตไปเป็นแนวทางในการคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมกับลักษณะของอาชีพ เพื่อลดปัญหาการลาออกจากงาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคล งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาปัจจัยด้านบุคลิกลักษณะที่มีความสอดคล้องและขัดแย้งกัน เพื่อพิจารณาผลกระทบต่อความสำเร็จในอาชีพ เนื่องจากโดยทั่วไปเรามักพิจารณาว่าบุคคลผู้มึลักษณะร่าเริง มีมนุษยสัมพันธ์ดี และเข้ากับผู้อื่นได้ง่าย อาจมีความสำเร็จในอาชีพมากกว่าบุคคลที่มีลักษณะนิ่งเงียบ ไม่ชอบเข้าสังคม ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะบุคลิกลักษณะการชอบเข้าสังคม (extraversion) แต่ไม่ได้ศึกษาบุคลิกลักษณะการเก็บตัว (introvert) ดังนั้น การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะที่สอดคล้องและขัดแย้งกันของตัวแปรทุนมนุษย์ว่าจะส่งผลทางอ้อมต่อความสำเร็จในอาชีพหรือไม่ อาจทำให้ได้ร้บองค์ความรู้ที่กว้างขวางขึ้นเกี่ยวกับปัจจัยระดับบุคคลที่ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จในอาชีพ

2.2 ควรเพิ่มองค์ประกอบของการวัดความสำเร็จในอาชีพให้ครอบคลุมทุกมิติ เช่น การมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดี ความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว การได้รับการยกย่องทางสังคม หรือความสำเร็จทางด้านการเงิน

2.3 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแบบวัดความสำเร็จในอาชีพที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมของประเทศไทย ในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อเป็นแบบวัดที่สะท้อนสภาพแวดล้อมการทำงานของสังคมไทยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

### บรรณานุกรม

- Abele, A. E., & Spurk, D. (2009). The longitudinal impact of self-efficacy and career goals on objective and subjective career success. *Journal of Vocational Behavior, 74*(1), 53-62.
- Aryee, S., Chay, Y. W., & Tan, H. H. (1994). An examination of the antecedents of subjective career success among a managerial sample in Singapore. *Human Relations, 47*(5), 487-509.

- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology, 44*(1), 1-26.
- Baugh, S. G., & Sullivan, S. E. (2005). Mentoring and career development. *Career Development International, 10*(6/7), 425-428.
- Bishop, J. W., Scott, K. D., & Burroughs, S. M. (2000). Support, commitment, and employee outcomes in a team environment. *Journal of Management, 26*(6), 1113-1132.
- Bono, J. E., & Judge, T. A. (2003). Core self-evaluations: A review of the trait and its role in job satisfaction and job performance. *European Journal of Personality, 17*(S1), S5-S18.
- Boudreau, J. W., Boswell, W. R., & Judge, T. A. (2001). Effects of personality on executive career success in the United States and Europe. *Journal of Vocational Behavior, 58*(1), 53-81.
- Brescoll, V. L., & Uhlmann, E. L. (2008). Can an angry woman get ahead? Status conferral, gender, and expression of emotion in the workplace. *Psychological Science, 19*(3), 268-275.
- Buakhwan, S. (2013). *Patchai thi song phon to kantatsinchai luak sur bap prakanchiwit* [Factors affecting the decision making on purchasing life insurance] (Master's thesis, Thammasat University).
- Burke, M. J., Borucki, C. C., & Hurley, A. E. (1992). Reconceptualizing psychological climate in a retail service environment: A multiple-stakeholder perspective. *Journal of Applied Psychology, 77*(5), 717-729.
- Chinkham, P., & Pakdeewoot, J. (2018). Konlayut kan chungchai thi mi phon to phruttkamkan tatsinchai luak borisat prakanchiwit khong tuathæn prakanchiwit nai khēt changwat rōj 'et [Motivational strategies affecting decision making behavior of life assurance agents in Roi Et]. *Journal of Roi Et Rajabhat University, 12*(1), 11-22.
- Collins, J. C. (2001). *Good to great: Why some companies make the leap - and others don't*. New York: Harper Business
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO personality inventory (NEO-PI-R) and NEO five-factor inventory (NEO-FFI) professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Dreher, G. (1990). A comparative study of mentoring among men and women in managerial, professional, and technical positions. *Journal of Applied Psychology, 75*(5), 539-546.
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology, 71*(3), 500-507.
- Fagenson-Eland, E. A., Marks, M. A., & Amendola, K. L. (1997). Perceptions of mentoring relationships. *Journal of Vocational Behavior, 51*(1), 29-42.
- Foong, K., Yorston, R., & Gratton, L. (2003). *Human capital measurement and reporting: A British perspective*. London: DTI.

- Forret, M. L., & Dougherty, T. W. (2004). Networking behaviors and career outcomes: Differences for men and women? *Journal of Organizational Behavior, 25*(3), 419-437.
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann, W. B. (2003). A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in Personality, 37*(6), 504-528.
- Gould-Williams, J., & Davies, F. (2005). Using social exchange theory to predict the effects of HRM practice on employee outcomes: An analysis of public sector workers. *Public Management Review, 7*(1), 1-24.
- Grant, A. M. (2013). Rethinking the extraverted sales ideal: The ambivert advantage. *Psychological Science, 24*(6), 1024-1030.
- Greenhaus, J. H., Parasuraman, S., & Wormley, W. M. (1990). Effects of race on organizational experience, job performance evaluations, and career outcomes. *Academy of Management Journal, 33*(1), 64-86.
- Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis* (4th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Heilman, M. E., & Chen, J. J. (2005). Same behavior, different consequences: Reactions to men's and women's altruistic citizenship behavior. *Journal of Applied Psychology, 90*(3), 431-441.
- Heslin, P. A. (2005). Conceptualizing and evaluating career success. *Journal of Organizational Behavior, 26*(2), 113-136.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Culture and organisations: Software of the mind* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill
- Judge, T. A. (1994). Person-organization fit and the theory of work adjustment: Implications for satisfaction, tenure, and career success. *Journal of Vocational Behavior, 44*(1), 32-54.
- Judge, T. A., & Bono, J. E. (2001). Relationship of core self-evaluations traits—self-esteem, generalized self-efficacy, locus of control, and emotional stability—with job satisfaction and job performance: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology, 86*(1), 80-92.
- Judge, T. A., Erez, A., & Bono, J. E. (1998). The power of being positive: The relation between positive self-concept and job performance. *Human Performance, 11*(2-3), 167-187.
- Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., & Thoresen, C. J. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct? *American Psychological Association, 83*(3), 693-710.
- Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., & Thoresen, C. J. (2003). The core self-evaluations scale: Development of a measure. *Personnel Psychology, 56*(2), 303-331.
- Judge, T. A., Klinger, R. L., & Simon, L. S. (2010). Time is on my side: Time, general mental ability, human capital, and extrinsic career success. *Journal of Applied Psychology, 95*(1), 92-107.
- Kirchmeyer, C. (1998). Determinants of managerial career success: Evidence and explanation of male/female differences. *Journal of Management, 24*(6), 673-692.

- Kittiaramong, P., Thongborisut, C., & Rojniruttikul, N. (2014). Khwām phūkphan tō ‘ongkān khōng tuāthǣn prakanchīwit bōrisat ‘Amērikan ‘Intǣnēchannǣn ‘Ātchūaran chāmkat nai khēt Krung Thēp Mahā Nakhōn [Organization commitment of insurance agents in american international assurance co., ltd. in Bangkok]. *Journal of Industrail Education*, 13(1), 71-77.
- Limsuthiwanpoom, T. (2016). Kānsuksā chōngthāng kān khāi lak khōng bōrisat prakanchīwit phān tuāthǣn prakanchīwit [Study of the main distribution channel of insurance company through life insurance agents. *VRU Research and Development Journal Humanities and Social Science*, 11(2), 63-72.
- Morris, J. A., Brotheridge, C. M., & Urbanski, J. C. (2005). Bringing humility to leadership: Antecedents and consequences of leader humility. *Human Relations*, 58(10), 1323-1350.
- Mueller, R. O. (1996). *Basic principles of structural equation modeling: An introduction to LISREL and EQS*. New York: Springer.
- Nabi, G. R. (2001). The relationship between HRM, social support and subjective career success among men and women. *International Journal of Manpower*, 22(5), 457-474.
- Ng, T. W. H., Eby, L. T., Sorensen, K. L., & Feldman, D. C. (2005). Predictors of objective and subjective career success: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 58, 367-408.
- Office of Insurance Commission (OIC). (2019). Khunnasombat [Property]. Retrieved September 2, 2019, from <http://www.oic.or.th/th/education/broker/qualification>
- Owens, B. P., Johnson, M. D., & Mitchell, T. R. (2013). Expressed humility in organizations: Implications for performance, teams, and leadership. *Organization Science*, 24(5), 1517-1538.
- Patcharasopit, K., & Pongsamran, S. (2018). Patchai nai kān patibat ngān khōng tuāthǣn prakanchīwit mī phon tō prasitthiphon nai kān patibat ngān khōng tuāthǣn prakanchīwit bōrisat ‘ē ‘ai ‘ē chāmkat [Factors affecting the performance of life insurance sale agents in AIA life insurance companies]. *Research and Development Journal Loei Rajabhat University*, 13(44), 35-45.
- Peluchette, J. V. E. (1993). Subjective career success: The influence of individual difference, family, and organizational variables. *Journal of Vocational Behavior*, 43(2), 198-208.
- Rhoades, L., Eisenberger, R., & Armeli, S. (2001). Affective commitment to the organization: The contribution of perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 86(5), 825-836.
- Salvaggio, A. N., Schneider, B., Nishii, L. H., Mayer, D. M., Ramesh, A., & Lyon, J. S. (2007). Manager personality, manager service quality orientation, and service climate: Test of a model. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1741-1773.
- Samanso, A. (2015). Tuā bæp kāntalāt khōng thurakit prakanchīwit [Marketing model of life insurance business]. *Academic Journal Phranakhon Rajabhat University*, 6(1), 146-159.
- Schieman, S. (2006). Gender, dimensions of work, and support coworker relations. *Sociological Quarterly*, 47(2), 195-214.

- Scott, K. L., Ingram, A., Zagenczyk, T. J., & Shoss, M. K. (2015). Work-family conflict and social undermining behaviour: An examination of PO fit and gender differences. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 88(1), 203-218.
- Seibert, S. E., Crant, J. M., & Kraimer, M. L. (1999). Proactive personality and career success. *Journal of Applied Psychology*, 84(3), 416-427.
- Shanock, L. R., & Eisenberger, R. (2006). When supervisors feel supported: Relationships with subordinates' perceived supervisor support, perceived organizational support, and performance. *Journal of Applied Psychology*, 91(3), 689-695.
- Shockley, K. M., Ureksoy, H., Rodopman, O. B., Poteat, L. F., & Dullaghan, T. R. (2016). Development of a new scale to measure subjective career success: A mixed-methods study. *Journal of Organizational Behavior*, 37(1), 128-153.
- Sonchaiya, S. (2014). *Patchai dan phruttkam lae kanmi suanruam thi song phon to khwam nai kan ngan khong borisat krung thep prakanchiwit kat (Mahachon)* [Behavior factors and participation of organization influencing work success of Bangkok life assurance public company limited] (Master's thesis, Bangkok University).
- Stumpp, T., Muck, P. M., Hülshager, U. R., Judge, T. A., & Maier, G. W. (2010). Core self-evaluations in Germany: Validation of a German measure and its relationships with career success. *Applied psychology*, 59(4), 674-700.
- Techaphan, J., Saengthong, P., & Siripanich, S. (2014). *Naeothang phatthanakan pentua thae prakanchiwit hai prasop khwam: Korani suksa tuathae prakanchiwit borisat Thai phanit prakanchiwit kat (Mahachon) hatyai changwat song khla* [Successful development guidelines for agent assurance: Case study SCB life assurance public company limited Hadyai istrict, in Songkhla life assurance]. *Journal of Graduate Research*, 5(2), 161-168.
- The Thai Life Assurance Association. (2019). *Raingan pracham pi songphanharojhoksip'et* [Annual report 2018]. Retrieved September 10, 2019, from <https://www.tlaa.org/download/file/TLAA%20AR2018.pdf>
- Wayne, S. J., Liden, R. C., Kraimer, M. L., & Graf, I. K. (1999). The role of human capital, motivation and supervisor sponsorship in predicting career success. *Journal of Organizational Behavior*, 20(5), 577-595.
- Yamane, T. (1967). *Statistic: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.
- Yang, F. X., & Lau, V. M.-C. (2015). Does workplace guanxi matter to hotel career success? *International Journal of Hospitality Management*, 47, 43-53.