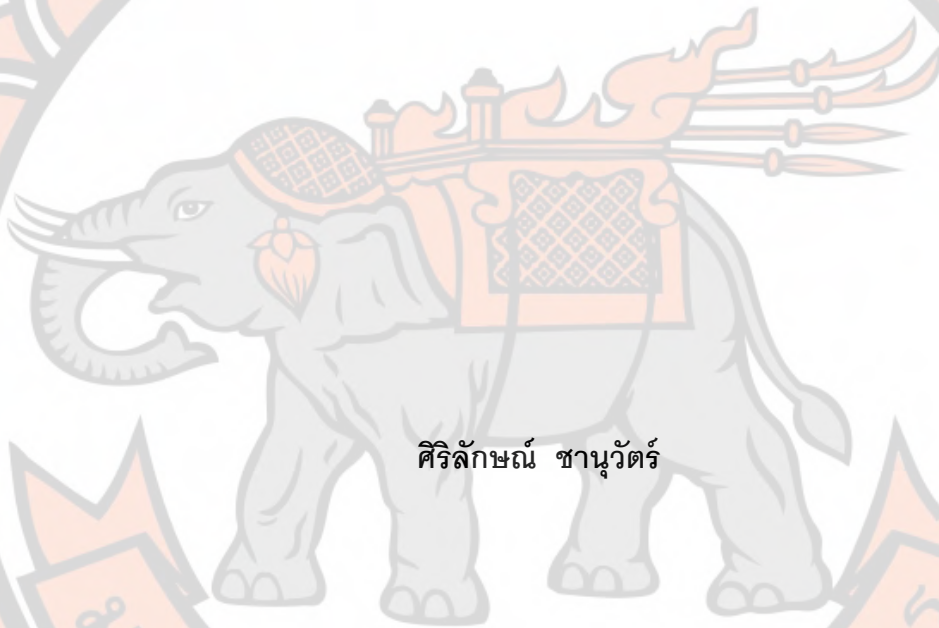


ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารใน
การส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด
จังหวัดพิจิตร



ศิริลักษณ์ ชานูวัตร์

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

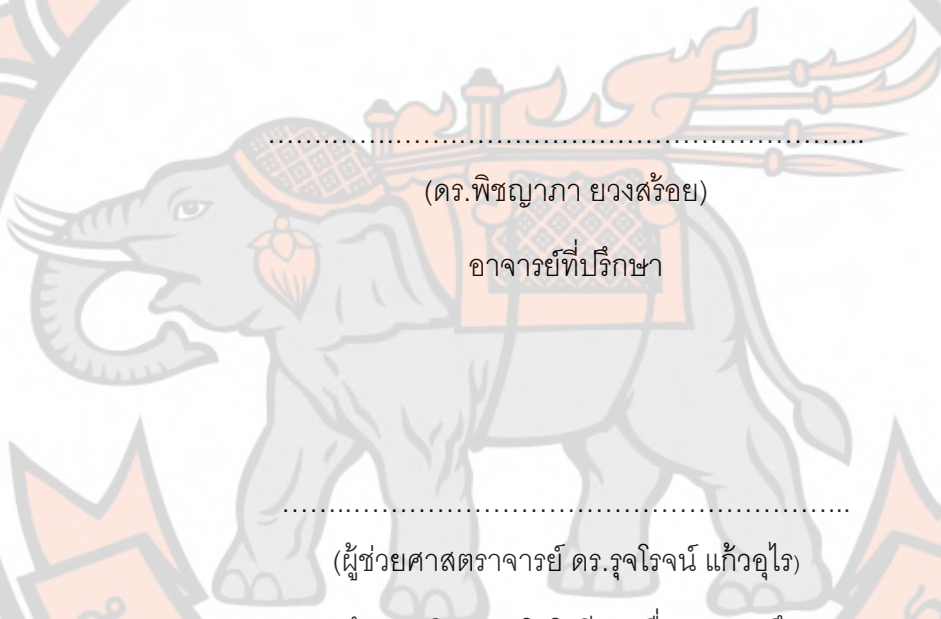
หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

พฤษภาคม 2560

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษาและหัวหน้าภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ได้พิจารณา
การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยี
สารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ
จำกัด จังหวัดพิจิตร เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาของมหาวิทยาลัยนเรศวร



(ดร.พิชญาภา ยวงสร้อย)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจโรจน์ แก้วอุไร)

หัวหน้าภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

พฤษภาคม 2560

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.พิชญภา ยวงสร้อย ที่ปรึกษาและคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง สำเร็จสมบูรณ์ได้ คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน ได้แก่ คุณแสวง ทองย่อย ผู้จัดการภาค อาวุโสฝ่ายขาย เจ้าของสำนักงานเอไอเอ สาขาตะพานหิน จังหวัดพิจิตร ที่ได้ให้เก็บข้อมูลในการทำ วิจัยในครั้งนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพรัตน์ สิทธิวงศ์ อาจารย์ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสาร การศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอี่ยมพร หลินเจริญ อาจารย์ภาควิชา การศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร อาจารย์ภาควิชา นิเทศ ศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ดร.กอบสุข คงมันัส อาจารย์ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสาร การศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ใน การศึกษาค้นคว้า จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์ และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหาร ตัวแทน บริษัทเอไอเอ สังกัดสำนักงาน เอไอเอ ตะพานหิน จังหวัดพิจิตร ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่ง ในการ เก็บข้อมูลและตอบแบบสอบถาม

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขออุทิศแด่ ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน

ศิริลักษณ์ ชานูวัตร์

ชื่อเรื่อง	ศึกษาสภาพ ปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร
ผู้ศึกษาค้นคว้า	ศิริลักษณ์ ชานวรัตน์
ที่ปรึกษา	ดร.พิชญภา ยวงสร้อย
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง กศ.ม.สาขาเทคโนโลยีและสื่อสาร การศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2560
คำสำคัญ	สภาพปัญหาและความต้องการ, ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, การส่งเสริมการขาย

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต 2) เพื่อศึกษาปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต 3) เพื่อศึกษาความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท เอไอเอ จำกัด สำนักงานสาขา เอไอเอ ตะพานหิน จังหวัดพิจิตร จำนวน 144 คน วิธีการดำเนินการศึกษาเป็นวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต ตอนที่ 2 ศึกษาปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต ตอนที่ 3 ศึกษาความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สถิติที่ใช้การวิเคราะห์แบบสอบถาม คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยพบว่า

1. สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.93) ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.85) ด้านการใช้

แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.52, S.D.= 0.87) ส่วนด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.50, S.D. = 0.89)

2. ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.19, S.D. = 0.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.25, S.D. = 1.05) ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.25, S.D. = 0.95) ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.22, S.D. = 0.96) ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.03, S.D. = 1.05) อยู่

3. ความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.02, S.D. = 0.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลระดับมาก (\bar{X} = 4.14, S.D. = 0.88) ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.12, S.D. = 0.86) ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.93, S.D. = 0.95) ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.87, S.D. = 0.95)

Title	A STUDY OF CURRENT PROBLEMS AND THE NEEDS TO USING INFORMATION TECHNOLOGY AND COMMUNICATIONS IN THE SALE CAMPAIGNS OF AIA INSURANCE AGENTS AT PHICHIT PROVINCE.
Authors	Sirilak Chanuwat
Advisor	Dr. Pichayapha Yuangsoi
Academic Paper	The independent study M.Ed. in Educational Technology and Communication, Naresuan University, 2017
Keywords	Current Problems and needs, Information technology and communications, Sales campaigns

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study of using technology information and communication in the sales campaigns of the insurance agent. 2) to study the problems of using the information technology and communication in the sales campaigns of the insurance agent. 3) to study the needs of using the technology information and communication in the sales campaigns of the insurance agent in AIA Insurance Company Limited, Phichit province. The sample group was 144 AIA insurance agents in Taphanhin, Phichit. The research method is a survey research. The instruments used in the study were questionnaires, were divided 3 sections: 1) Using of technology information and communications in the sales campaigns of the insurance agents. 2) The problems of using information technology and communications in the sales campaigns of the insurance agents. 3) The needs used information technology and communications in the sales campaigns of the insurance agents. The questionnaires were rated 5 scale (Rating Scale). The statistics used were percentage, average, and standard deviation.

The findings were as follow

1. In using of technology information and communications in the sales campaigns of the insurance agents entirely were in a high level. ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.03). In the searching and retrieving methods were in a high level ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 0.93). In the data collection and the evaluation methods were in a high level ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 0.85). In using information technology for the sales campaigns were in a high level ($\bar{x} = 3.52$, S.D. = 0.87). In communications passed the networks were in a medium level ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 0.98).

2. The Problems of using information technology and communications in the sales campaigns of the insurance agents entirely were in a medium level ($\bar{x} = 3.19$, S.D. = 0.06). The result of each area revealed that, the communications passed networks were in a medium level ($\bar{x} = 3.25$, S.D. = 1.05). In the information technology for the sales campaigns were in a medium level ($\bar{x} = 3.25$, S.D. = 0.95). In the data collection and the evaluation methods were in a medium level ($\bar{x} = 3.22$, S.D. = 0.96). In the searching and retrieving methods were in a medium level ($\bar{x} = 3.03$, S.D. = 1.05).

3. The needs used information technology and communications in the sales campaigns of the insurance agents entirely were in a high level (\bar{x} = 4.02, S.D. = 0.04), The result of each area revealed that, the data collection and the evaluation were a high level (\bar{x} = 4.14, SD = 0.88). Using the information technology for the sales campaigns were in a high level (\bar{x} = 4.12, SD = 0.86). In the searching and retrieving methods (\bar{x} = 4.12, SD = 0.86). the communications passed networks were in a medium level (\bar{x} = 3.87, SD = 0.95).



สารบัญ

บทที่

หน้า

1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	จุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	3
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
	1 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.....	8
	1.1 ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.....	8
	1.2 คุณสมบัติของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.....	13
	1.3 ประโยชน์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.....	15
	2 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย.....	20
	2.1 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขาย.....	20
	2.2 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ ในการส่งเสริมการขาย.....	23
	2.3 บทบาทเกี่ยวกับกรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการส่งเสริมการขาย.....	28
	2.4 ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต.....	29
	3 บริษัท เอไอเอ จำกัด.....	33
	4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	49
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	49
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	50
วิธีการสร้างและหาประสิทธิภาพเครื่องมือ.....	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
4 ผลการศึกษาค้นคว้า	59
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการส่งเสริมการขายของตัวแทน.....	59
ตอนที่ 2 ผลการศึกษาปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน.....	66
ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน.....	71
ตอนที่ 4 การรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของตัวแทน.....	76
5 บทสรุป	77
สรุปผลการวิจัย.....	77
อภิปรายผลการวิจัย.....	79
ข้อเสนอแนะ.....	87
บรรณานุกรม	88

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก.....	95
ภาคผนวก ก ตารางแสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan.....	96
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	98
ภาคผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง.....	105
ภาคผนวก ง ตัวอย่างแบบสอบถาม.....	117
ประวัติผู้วิจัย.....	129

มหาวิทยาลัยนเรศวร

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับตำแหน่ง.....	50
2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	59
3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนกรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด ในแต่ละด้านและโดยรวม.....	61
4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล เป็นรายชื่อ.....	62
5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย เป็นรายชื่อ.....	63
6 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขายรายชื่อ.....	64
7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล เป็นรายชื่อ.....	65
8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนในแต่ละด้านและโดยรวม.....	66
9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล เป็นรายชื่อ.....	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
10	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย เป็นรายชื่อ.....	68
11	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนกรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขายรายชื่อ.....	69
12	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล เป็นรายชื่อ.....	70
13	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนในแต่ละด้านและโดยรวม.....	71
14	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของความต้องการต่อการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล เป็นรายชื่อ.....	72
15	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย เป็นรายชื่อ.....	73
16	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย เป็นรายชื่อ.....	74
17	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล เป็นรายชื่อ.....	75



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือไอซีที มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในสังคมโลกปัจจุบัน เป็นกลไกสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและการทำงาน ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานหรือการเรียนการสอนและยังต้องตระหนักว่าจะนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างไรจึงจะส่งเสริมการทำงานการเรียนรู้ของนักเรียนและช่วยให้ใช้ชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพในสังคมโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (บุปผชาติ ทัพทิกธน์, 2551)

ดังนั้นสารสนเทศและการสื่อสารจึงมีบทบาทโดยตรงต่อการสร้างความรู้ เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การจัดระบบข้อมูล การประมวลผลโดยการส่งผ่านด้วยอินเทอร์เนตความเร็วสูง ซึ่งสามารถใช้กับข้อมูลที่มีปริมาณมาก เพื่อลดช่องว่างความห่างไกลระหว่างบุคคลได้ และสร้างสรรค์สื่อสารระหว่างบุคคลรอบโลก ก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและประหยัด รวมทั้งยังช่วยสร้างบรรยากาศในการแลกเปลี่ยนความคิดทางวิชาการระหว่างกัน เป็นสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็นในหัวข้อต่าง ๆ ที่สนใจร่วมกัน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือให้การศึกษาพร้อมกันได้แม้จะอยู่ต่างสถานที่กันได้รอบโลก (กมลวิทย์ ไสภิกุล, 2545)

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีศักยภาพและมีประโยชน์ในการนำไปใช้ในวงการต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนำมาใช้กับวงการการศึกษา การทำงาน ซึ่งจะช่วยเสริมให้เกิดการเรียนรู้ที่รอบด้านและได้รับประสบการณ์ความรู้และมีเจตคติที่ดีต่อการเรียนและการทำงาน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา คือ การนำความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเรียนรู้ของมนุษย์โดยการนำระบบเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เช่น ระบบโทรศัพท์ เข้ากับระบบคอมพิวเตอร์ที่ตอบโต้กับผู้ใช้ ประกอบกับการใช้แหล่งความรู้ที่หลากหลายจะทำให้ผู้ใช้สามารถเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ตามความสนใจ ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีศักยภาพในการลดข้อจำกัดด้านเวลาและระยะทางส่งผลให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาทุกสถานการณ์ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนรู้ตลอด (รังสรรค์ เพ็งชู, 2544)

ตัวแทนประกันชีวิตไม่เพียงแต่จะเป็นกองทัพหน้าของธุรกิจ แต่ยังถือว่าเป็นประชากรส่วนข้างมากของประชาคมคนประกันชีวิต ตัวแทนประกันชีวิตมีส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์ธุรกิจซึ่งธุรกิจจะเติบโตอย่างมีคุณภาพได้ก็เพราะตัวแทนขายที่มีคุณภาพ (สุรเทพ โลहितกุล, 2542)

ตัวแทนประกันชีวิตเป็นผู้สร้างธุรกิจประกันชีวิตให้เกิดขึ้นในประเทศไทย เนื่องจากเป็นหัวหน้าของบริษัทประกันชีวิตที่มีหน้าที่เผยแพร่ความรู้เรื่องการสร้างหลักประกันความมั่นคงให้กับชีวิตและเป็นที่ปรึกษาการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมให้แก่ประชาชน ทำให้ประชาชนรู้จักคำว่า “ประกันชีวิต” มากขึ้น และถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีการเปิดช่องทางใหม่ ๆ ในด้านการตลาดที่ไม่ต้องผ่านตัวแทนประกันชีวิตเพิ่มขึ้นหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการขายประกันผ่านธนาคาร (Bank Assurance) การขายผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet) ของธนาคาร การขายผ่านบัตรเครดิต การขายตรงระบบ (Direct Mail) การขายผ่านทางโทรศัพท์ หรือ (Telemarketing) และการขายผ่านระบบ ATM แต่อย่างไรก็ตาม ตัวแทนประกันชีวิตก็ยังเป็นสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพสูงในการโน้มน้าวใจให้เกิดการทำประกันชีวิต เนื่องจากช่องทางการขายผ่านตัวแทน เป็นช่องทางหลักที่ตัวแทนสามารถเข้าไปเสนอแบบประกัน และอธิบายได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้ซักถามข้อสงสัยได้ทันทีในเวลานั้น เพราะคนส่วนมากยังไม่ทราบถึงผลประโยชน์อันแท้จริงของการประกันชีวิต และไม่ได้ตระหนักถึงว่าการประกันชีวิตสามารถแก้ไขปัญหาในบางช่วงวิกฤติของชีวิตบุคคลนั้นได้อย่างไร ฉะนั้น จึงเป็นหน้าที่ของตัวแทนประกันชีวิตที่ได้การฝึกอบรมมาแล้วเป็นอย่างดีทำหน้าที่ในการอธิบาย และฝึกฝนตนเองอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งจะปฏิบัติหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพ (วารุณี สุวรรณพิสิทธิ์, 2546)

ซึ่งบริษัท เอไอเอ ถือได้ว่าเป็นบริษัทประกันชีวิตอันดับหนึ่งของประเทศ และยังได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทอันดับหนึ่งเชื่อถือทางด้านการเงินในระดับสูงสุด AAA อีกด้วย นอกจากนี้ยังเป็นบริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในจำนวนบริษัทประกันชีวิต 24 บริษัท ฉะนั้นการพัฒนาองค์กรให้มีบุคลากรที่ดีมีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเรียนรู้และช่วยส่งเสริมการขาย และเพื่อให้ตัวแทนพัฒนาตนเองต่อไปอย่างต่อเนื่องในด้านของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาช่วยให้เพิ่มยอดขายมากยิ่งขึ้น และยังเป็นส่วนหนึ่งให้การทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2559)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยพบว่ายังไม่มีการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับ การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน ประกันชีวิต บริษัท เอไอเอ จำกัด จึงมีความสนใจทำการศึกษาด้านนี้ เพื่อเพิ่มช่องทางการขายของตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งตัวแทนประกันชีวิตแต่ละบริษัท ก็จะพยายามที่สร้างทีมขายประกันชีวิต เพื่อที่จะ

ขยายสายการตลาดของตนเอง ซึ่งธุรกิจประกันชีวิตในปัจจุบันนั้นได้เติบโตไปอย่างรวดเร็ว และเป็นที่ยอมรับเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมนุษย์ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของประกันชีวิต ซึ่งได้รับความคุ้มครองและถือเป็นการออมเงินอีกรูปแบบวิธีหนึ่ง ที่ให้ผลตอบแทนตัวเงินค่อนข้างชัดเจน ซึ่งบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับประกันความเสี่ยงมีมากมาย และบริษัทที่ใหญ่และมีส่วนแบ่งการตลาดสูงในประเทศไทยคือ บริษัท เอไอเอ ดังนั้น องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารการใช้กระบวนการเทคโนโลยีสารสนเทศจึงเป็นตัวการสำคัญที่จะเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสาร การสื่อสารถือว่าเป็นภารกิจที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงานให้มีประสิทธิภาพหากขาดการสื่อสารก็จะทำให้การบริหารงานไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ โดยบริษัทเน้นให้มีการสร้างตัวแทนประกันชีวิตที่มีคุณภาพในการขายประกันชีวิต ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบ และวางแผนการทำงานของตัวแทนในแต่ละบุคคล ตลอดจนปรับปรุงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการเรียนรู้และเพื่อส่งเสริมการขายของตัวแทนให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด อันจะส่งผลไปยังการเพิ่มยอดขายให้กับบริษัทได้ในอนาคตต่อไป

จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร
2. เพื่อศึกษาปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร
3. เพื่อศึกษาความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร

ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษามีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร สำนักงานคุณแสง ทองย้อย อำเภอตะพานหิน จังหวัดพิจิตร ทั้งหมด 231 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการภาคอาวุโส 1 คน ผู้จัดการภาค 3 คน ผู้จัดการ 10 คน ผู้บริหารหน่วย 6 คน ตัวแทน 211 คน

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท เอไอเอ จำกัด สาขาตะพานหิน จังหวัดพิจิตร จำนวน 144 คน ที่มีการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ในปี 2559

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ตัวแทนที่มีการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ในปี 2559 จำนวน 144 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) โดยการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของจำนวนประชากรโดยใช้สูตรของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) โดยระยะเวลาเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม ถึงวันที่ 30 กันยายน 2559

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น ได้แก่ สถานภาพของตัวแทน เพศ, อายุ, วุฒิการศึกษา, ประสบการณ์ทำงาน

ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลข่าวสาร, การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย, การใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย การรวบรวมการจัดเก็บข้อมูลและการประมวลผล

2.2 ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลข่าวสาร, การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย, การใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย การรวบรวมการจัดเก็บข้อมูลและการประมวลผล

2.3 ความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล, การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย, การใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการขาย, การรวบรวมการจัดเก็บข้อมูลและการประมวลผล

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หมายถึง การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่เป็นสื่อกลางการนำข้อมูลข่าวสารมาจัดเก็บอย่างเป็นระบบหรือหมวดหมู่ เพื่อใช้ในการค้นคว้า สืบค้น ติดต่อสื่อสาร รวบรวม จัดเก็บ ประมวลผลและใช้เป็นแหล่งสารสนเทศ

2. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย หมายถึง การนำอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์มาเป็นเครื่องมือสำคัญที่เป็นสื่อกลางของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารใน 4 ด้าน

2.1 การศึกษาค้นคว้าและการสืบค้น หมายถึง การสืบเสาะแสวงหาความรู้และการค้นคว้าข้อมูลผ่านบริการเครือข่ายใยแมงมุมโลก หรือ Word-Wide-Web (www) โดยใช้เครื่องมือหรือโปรแกรมสำหรับการสืบค้น (Search English)

2.2 การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย หมายถึง การใช้อีเมล (e-mail) โปรแกรมส่งข้อความ (Instant Messenger) กระดานข่าว (Web board) บันทึกเล่าเรื่อง (Weblog) หรือ (Blog) และกระดานอภิปราย (Forum) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารในกระบวนการทำงาน

2.3 การใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย หมายถึง การเข้าถึงเว็บไซต์ (Website) ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท เอไอเอ ประกันชีวิต ประเทศไทย จำกัด ในรูปแบบมัลติมีเดีย (Multimedia) สื่อวิดีโอ สื่อรูปภาพ สื่อเสียง สื่อภาพเคลื่อนไหว

2.4 การรวบรวมและการจัดเก็บข้อมูลและประมวลผล หมายถึง การรวบรวมรายชื่อลูกค้าและยอดขาย เพื่อจัดเก็บและประมวลผลเพื่อส่งเสริมการขายด้วยโปรแกรมประยุกต์ และตรวจสอบผลการขายผ่านอินเทอร์เน็ต

3. สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย หมายถึง สภาพปัจจุบันในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย เกี่ยวกับการศึกษาค้นคว้าและการสืบค้นหาข้อมูล การคำนวณเบี้ยประกันภัย, การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย, การใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการขาย, การรวบรวมและการจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลในการทำงาน

4. ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย หมายถึง การไม่สามารถใช้งานได้ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย เกี่ยวกับการศึกษาค้นคว้าและการสืบค้นหาข้อมูล การคำนวณเบี้ยประกันภัย, การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย, การใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการขาย, การรวบรวมและการจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลในการทำงาน

5. ความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย หมายถึง สิ่งที่ต้องการหรือประสงค์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย เกี่ยวกับการศึกษาค้นคว้าและการสืบค้นหาข้อมูล, การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย, การใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการขาย, การรวบรวมและการจัดเก็บข้อมูลและประมวลผล

6. ตัวแทนประกันชีวิต หมายถึง ผู้ซึ่งบริษัทมอบหมายให้ทำการชักชวนให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท ตัวแทนประกันชีวิตจะต้องได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียนประกันชีวิต ตามหลักสูตรที่นายทะเบียนกำหนด ตัวแทนประกันชีวิตทำหน้าที่แทนบริษัทประกันชีวิตในการชักชวนบุคคลอื่นเอาประกันชีวิต ในเมื่อเกิดเหตุการณ์ตามที่ระบุไว้เป็นเหตุให้ได้รับความเสียหายหรือตกลงที่จะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้เมื่อเกิดเหตุการณ์ตามที่ระบุไว้ ซึ่งได้เป็นตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัท เอไอเอ ประกันชีวิต ประเทศไทย จำกัด

7. สำนักงานคุณแสง ทองย้อย หมายถึง บริษัทหนึ่งในเครือ ของ บริษัท เอไอเอ จำกัด ก่อตั้งขึ้นที่ ตำบลตะพานหิน อำเภอตะพานหิน จังหวัดพิจิตร

8. การส่งเสริมการขาย หมายถึง การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาดที่ นอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการขายโดยพนักงานขาย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อหรือเพิ่มยอดขายของกิจการรวมถึงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานขายให้ได้ใช้ความพยายามในการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้า เรื่อง “ศึกษาสภาพ ปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร” ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร หนังสือ วารสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
 - 1.1 ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
 - 1.2 คุณสมบัติของเทคโนโลยีสารสนเทศ
 - 1.3 ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
2. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย
 - 2.1 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย
 - 2.2 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต
 - 2.3 บทบาทเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต
 - 2.4 ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต
3. บริษัท เอไอเอ ประเทศไทย จำกัด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 งานวิจัยภายในประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

1.1 ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

กิดานันท์ มะลิทอง (2548) คำว่า Information and Communication Technology: ICT เป็นคำย่อของคำ 2 คำ เนื่องจากเป็นการรวมตัวของเทคโนโลยี 2 อย่างเข้าด้วยกัน คือ IT (Information Information) ซึ่ง IT หมายถึง เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วยส่วนอุปกรณ์ (Hardware) และส่วนชุดคำสั่ง (Software) เพื่อใช้ในการประมวลผลจัดเก็บ สืบค้นนำเสนอและเผยแพร่สารสนเทศด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อีกคำหนึ่ง คือ CT มารวมกันเป็น Information and Communication Technology

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2543) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า หมายถึง (Information and Communication Technology: ICT) เทคโนโลยีที่ประกอบด้วย

- 1.1 คอมพิวเตอร์ (ฮาร์ดแวร์, ซอฟต์แวร์) : Computer (hardware, software)
- 1.2 ระบบการสื่อสาร (มีสาย, ไร้สาย): Telecommunications (wireline, wireless)
- 1.3 การกระจายเสียง : Broadcasting (satellite TV, cable TV)
- 1.4 ข้อมูลสารสนเทศ ข่าวสาร ความรู้: Information (data, information, knowledge)
- 1.5 บุคลากร (ความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีของผู้ใช้, ทักษะในการผลิต): People ware (Literate users, competent producers)

รังสรรค์ เพ็ญ (2544) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า หมายถึงการรวมตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology หรือ IT) อันได้แก่ เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์เข้ากับเทคโนโลยีสารสนเทศโทรคมนาคม (Communication Technology หรือ ICT) ซึ่งเกิดจากการพัฒนาการของการผลานเทคโนโลยี ดังนี้

1.1 เทคโนโลยีไมโครอิเล็กทรอนิกส์ (Microelectronic Technology) เริ่มพัฒนาการจากวาล์ว (Valves) ทรานซิสเตอร์ (Transister) และสารกึ่งตัวนำจนถึงสารกึ่งตัวนำจนถึงเทคโนโลยีระบบดิจิทัล (Digital Technology) ซึ่งมีอิทธิพลแพร่หลายในปัจจุบันส่งผลให้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์มีขนาดเล็กลงและมีความสามารถเพิ่มมากขึ้น

1.2 เทคโนโลยีเครือข่าย (Network Technology) ได้แก่ เทคโนโลยีบริการเสียงและข้อมูล เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ เดิมมีลักษณะเป็นเครือข่ายแยกส่วนกันอยู่ระหว่างเครือข่ายโทรศัพท์ และเครือข่ายข้อมูล คือ เครือข่ายแบบรวมฝั่ง รวมทั้งเครือข่ายการสื่อสาร

เคลื่อนที่กับการกระจายเสียง โทรทัศน์ภาคพื้นดิน เครือข่ายเคเบิลทีวี บริการดาวเทียมส่งตรงถึงบ้าน (DTH) และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ต่อมาได้ผนึกผสานรวมตัวเป็นเครือข่ายบริการรวมดิจิทัล (Integrated Services Digital network หรือ ISDN) ซึ่งเป็นการวางมาตรฐานการรวมตัวเครือข่าย โทรศัพท์และเครือข่ายข้อมูลอันเนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เสียงและข้อมูลได้รับการแปลงสัญญาณให้ผู้ใช้สามารถสนทนาและรับส่งข้อมูลจำนวนมากบนสายสัญญาณเดียวกันได้

1.3 เทคโนโลยีการส่งผ่านข้อมูล (Telecommunications Transmission Technology) เป็นเทคโนโลยีการส่งผ่านสื่อสารข้อมูลทางไกลที่รวมถึงเทคโนโลยีไมโครเวฟ เทคโนโลยีดาวเทียม และเทคโนโลยีเคเบิลใยแก้วนำแสงที่มีความจุและความเร็วในการส่งสัญญาณสูง

1.4 เทคโนโลยีมัลติมีเดีย (Multimedia Technology) เทคโนโลยีที่ประกอบด้วย ส่วนของเทคโนโลยีหลาย ๆ ด้านรวมกันและเชื่อมโยงกันเป็นระบบ โดยการใช้คอมพิวเตอร์ที่ เชื่อมโยงกับอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการแสดงและนำเสนอในรูปแบบข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีทัศน์ เพื่อการ รับสารสื่อสาร การสร้างและการมีปฏิสัมพันธ์

สัญญา มณีชัย (2558) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology : ICT) เรียกว่า “ไอที” ประกอบด้วยคำว่า “เทคโนโลยี” และ คำว่า “สารสนเทศ” นำมารวมกันเป็น “เทคโนโลยีสารสนเทศ” และคำว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology : ICT) หรือเรียกว่า “ไอซีที” ประกอบด้วยคำที่มีความหมายดังนี้

เทคโนโลยี (Technology) หมายถึง การนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ในการ พัฒนาเครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ วิธีการหรือกระบวนการ เพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหา ต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กร

สารสนเทศ (information) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการนำข้อมูลมาผ่านกระบวนการต่าง ๆ อย่างมีระบบ จนได้สิ่งที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าและสาระ หรือมีเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสมตาม ความต้องการของผู้ใช้

เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้าง หรือจัดการกับสารสนเทศอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว โดยอาศัยเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร ทั้งนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังต้องพึ่งพา เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม ซึ่งเป็นวิธีการที่จะส่งข้อมูลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อการแลกเปลี่ยนหรือเผยแพร่ข้อมูล และสารสนเทศได้อย่างรวดเร็วทันต่อการใช้ประโยชน์ ผ่าน

อุปกรณ์สื่อสาร เช่น วิทยุ โทรศัพท์ เครื่องโทรสาร คอมพิวเตอร์ คลื่นวิทยุ และดาวเทียม ดังนั้นในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสารจึงมักใช้คู่กัน

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตามแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ประเทศไทย พ.ศ. 2545-2549 หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับข่าวสารข้อมูล และการสื่อสาร นับตั้งแต่การสร้าง การนำมาวิเคราะห์หรือประมวลผล การรับและการส่งข้อมูล การจัดเก็บและการนำข้อมูลกลับไปใช้ใหม่

ชัยพจน์ รักราม (2545) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า หมายถึง การใช้ระบบเชื่อมโยงข้อมูล ข่าวสารที่รวมเอาอุปกรณ์ 2 สิ่งมาใช้ คือ คอมพิวเตอร์ที่ช่วยทำให้การประมวลผลข้อมูล (data) ให้มีความรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ เป็นสารสนเทศ (Information) ที่มีความหมายในการบริหารจัดการแล้วใช้อุปกรณ์ทางการสื่อสารช่วยทำให้โยงไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ที่อยู่ไกล (Remote Area)

กิดานันท์ มลิทอง (2546) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า หมายถึง การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการจัดจัดการฐานข้อมูล ประมวลผล ให้เป็นสารสนเทศ รวบรวมและจัดเก็บอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้และใช้เทคโนโลยีการสื่อสารความเร็วสูงเพื่อส่งผ่านสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว

กรรณิการ์ พิมพัทธ์ (2546) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า หมายถึง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่ใช้ในการสืบค้น จัดเก็บเรียกใช้ ค้นหา ประมวลผล นำเสนอ แลกเปลี่ยน และเผยแพร่สารสนเทศ ในรูปแบบ ข้อมูล ตัวอักษร ภาพ และเสียง ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยมีเทคโนโลยีที่สำคัญ ๆ หลายสาขา ได้แก่ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เห็นชัดเจนในปัจจุบัน คือ อินเทอร์เน็ตและทางด่วนสารสนเทศ

บุปผชาติ ทัพหิกรณ์ (2546) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า หมายถึง เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีศักยภาพครอบคลุม การใช้งานเพื่อการศึกษาที่สำคัญ ใน 3 ด้าน คือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่อการค้นคว้าและเข้าถึงแหล่งสารสนเทศและเป็นเครื่องมือสร้างสรรค์โครงการ

อัญชลี ศรีสุข (2546) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า หมายถึง การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีโทรคมนาคมมาทำงานผสมผสานกัน เพื่อใช้ในการจัดเก็บบันทึกประมวลผลและรับส่ง นำเสนอข้อมูลและสารสนเทศไปยังผู้ใช้ที่อยู่ห่างไกล

โดยผ่านข่ายงานคอมพิวเตอร์ เปิดโอกาสให้ผู้ใช้แลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันได้อย่างสะดวก รวดเร็วและถูกต้อง

สุดาพร ปัญญาพุกฤษ (2546) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า หมายถึง การผสมหรือรวมตัวกันของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) เข้ากับเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology: CT) ซึ่งเป็นการใช้ระบบเชื่อมโยง ข้อมูลข่าวสาร โดยการใช้คอมพิวเตอร์ ในการประมวลผลข้อมูลให้เป็นสารสนเทศ แล้วใช้อุปกรณ์ทางการสื่อสารช่วยโยงไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ที่อยู่ไกล โดยมีองค์ประกอบสำคัญ คือ เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ และเทคโนโลยีและการสื่อสาร ได้แก่ ระบบการสื่อสารต่างๆทั้งที่มีสายและไร้สายเพื่อให้เกิดการนำข้อมูลข่าวสารการจัดเก็บอย่างเป็นระบบหรือหมวดหมู่ และให้ทุกคนที่เข้าถึงสามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

ชนัญญา พรหมฉาย (2546) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์มาประมวลผลข้อมูลต่างๆให้เป็นสารสนเทศที่มีความน่าเชื่อถือรวมถึงการนำระบบการสื่อสารและโทรคมนาคมต่างๆมาใช้ในการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว

ศิริ หิรัญอุทก (2546) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า หมายถึงการผสมผสานเทคโนโลยีระบบสื่อสารโทรคมนาคม ครอบคลุมองค์ประกอบต่างๆ 3 ส่วน คือระบบสื่อสารเพื่อการเชื่อมต่อขอข้อมูลและการเชื่อมต่อของเครือข่าย อุปกรณ์ ที่ใช้อันได้แก่ คอมพิวเตอร์ และซอฟต์แวร์ที่ทำให้ระบบและและอุปกรณ์ทำงานได้เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ บริการสารสนเทศ และฐานข้อมูล

เฟิลล์ แสงทรัพย์ทวี (2546) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า หมายถึง การผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และฐานข้อมูล กับเทคโนโลยีการสื่อสาร ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ โทรภาพ โทรสาร ดาวเทียม เคเบิลใยแก้ว เครื่องมือการสื่อสารอื่น ๆ เพื่อการจัดหา จัดการ ประมวล จัดเก็บ เรียกใช้ แลกเปลี่ยน และเผยแพร่สารสนเทศ ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ตัวเลข และตัวอักษรได้อย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร ดังนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก คือ

1.1 ระบบการสื่อสาร หมายถึง ระบบเครือข่ายโทรคมนาคมที่สามารถเชื่อมต่อกันได้

1.2 อุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ โทรสาร โทรศัพท์ เครื่องมือสื่อสารอื่นๆ และคอมพิวเตอร์

1.3 ซอฟต์แวร์ที่ทำให้ระบบและอุปกรณ์ทำงานได้ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์บริการสารสนเทศและฐานข้อมูล

บุปผชาติ ทัพทิกกรณ์ (2551) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่าหมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เก็บ สร้าง แสดง ใช้ร่วมกัน หรือแลกเปลี่ยนสารสนเทศด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ไอซีที จึงรวมถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ วีดีทัศน์ ดีวีดี โทรศัพท์ทั้งโทรศัพท์ใช้สายและโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบดาวเทียม ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ ระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายรวมถึงอุปกรณ์และการบริการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเหล่านี้ เช่น วีดีโอคอนเฟอร์เรนซ์ อีเมล บล็อก กล้องถ่ายภาพนิ่ง ภาพวีดีโอ หุ่นยนต์ เป็นต้น

สุกัญญา พักสกุล (2551) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่าหมายถึง การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ และเครือข่ายโทรคมนาคมที่เชื่อมต่อกัน สำหรับใช้ในการส่งและรับข้อมูลและมัลติมีเดียเกี่ยวกับความรู้ โดยผ่านกระบวนการประมวลหรือจัดทำให้อยู่ในรูปแบบที่มีความหมายและความสะดวกมาใช้ประโยชน์ สำหรับการศึกษาระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อให้คนไทยสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

พลพฐ ปิยวรรณ และ สุภาพร เชิงเยี่ยม (2552) ได้ให้ความหมายเทคโนโลยีสารสนเทศคือ เทคโนโลยีทุกรูปแบบที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การบำรุงรักษาและการบริหารจัดการระบบสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวข้องกับทรัพยากรของกิจการที่ค่อนข้างจะจับต้องได้มากกว่าระบบสารสนเทศ เช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ชุดคำสั่ง อุปกรณ์และเครือข่ายโทรคมนาคมหรือแม้แต่ผู้ให้คำปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

สำนักวิทยบริการและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี (2552) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology :IT) หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technologies :ICT) หมายถึง เทคโนโลยีสองด้านหลัก ๆ ที่ประกอบด้วยเทคโนโลยีระบบคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมที่ผนวกเข้าด้วยกันเพื่อใช้ในกระบวนการจัดหา จัดเก็บ สร้าง และเผยแพร่สารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเสียง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความหรือตัวอักษร และตัวเลข เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพความถูกต้อง ความแม่นยำ และความรวดเร็วให้ทันต่อการนำไปใช้ประโยชน์

จากความสำคัญของความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สรุปได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างหรือจัดการสารสนเทศอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว โดยอาศัยเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ ทางด้าน

ต่าง ๆ มาใช้ ในการดำเนินการต่าง ๆ อุปกรณ์ หรือเครื่องมือที่เกี่ยวข้องมาช่วยรวบรวม จัดเก็บ ใช้ งาน ส่งต่อ หรือสื่อสารระหว่างกัน ทำให้ข้อมูลเกิดประโยชน์สูงสุดไม่ว่าจะเป็น ด้านการศึกษาด้ว การทำงาน ดังนั้น เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารถูกนำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการ บริหารด้านการทำงานต่าง ๆ โดยการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นทางด้านวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี การวิจัยการทดลองทางด้านวิทยาศาสตร์ต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านความบันเทิงเพื่อให้การจัดเก็บข้อมูลได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

1.2 คุณสมบัติของเทคโนโลยีสารสนเทศ

คุณสมบัติของข้อมูลและสารสนเทศมีส่วนสำคัญในการนำไปใช้อย่างยิ่ง เพราะการ นำข้อมูลและสารสนเทศที่ไม่ถูกต้อง ไม่เป็นปัจจุบัน ไม่ทันเหตุการณ์ มาใช้ในการตัดสินใจหรือการ บริหารงาน นอกจากจะไม่มีประโยชน์แล้ว ยังทำให้เกิดผลเสียหายต่อองค์กรหรือผู้นำไปใช้อีก ด้วย มีนักวิชาการหลายท่านกำหนดคุณสมบัติของสารสนเทศไว้หลายท่านเช่น

ชุมพล ศฤงคารศิริ (2540) กล่าวว่า คุณสมบัติที่ดีของสารสนเทศไว้ดังนี้

1. ความแท้จริง สารสนเทศจะต้องไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด และมี ข้อผิดพลาด สารสนเทศจะต้องชัดเจน และเที่ยงตรง ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นจริงของข้อมูลที่เป็น รากฐาน สารสนเทศต้องถ่ายทอดเป็นภาพที่ถูกต้องให้กับผู้รับ เช่น การนำเสนอโครงกราฟมากกว่า ที่จะเป็นตาราง

2. ทันต่อเวลา สารสนเทศที่ผู้รับต้องการในเวลาที่กำหนด เป็นลักษณะหนึ่ง ของสารสนเทศที่มีคุณภาพ ดังนั้น การทันต่อเวลาจึงมีความหมายว่า ผู้รับสามารถหาสารสนเทศที่ ต้องการได้ทันตามเวลา

3. ตรงตามความต้องการเป็นลักษณะที่สำคัญประการสุดท้ายของ สารสนเทศ สามารถตอบคำถามตามผู้รับเจาะจง เช่น ทำไม ที่ไหน เมื่อไหร่ ใคร และ อย่งไรได้ ตรงประเด็นหรือไม่

สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (2536,) ได้กำหนดคุณสมบัติของ สารสนเทศที่ดีไว้ 3 ประการ คือ

1. ความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) หมายถึง สารสนเทศที่บอกลักษณะ ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นไม่เอนเอียง หรือชี้แนวทางใดทางหนึ่ง ปราศจากความรู้สึกของผู้จัดทำ สารสนเทศนั้น ๆ ดังนั้นความถูกต้องแม่นยำจึงต้องมีพื้นฐานที่ดีจากการรวบรวม การตรวจสอบ ความถูกต้องเที่ยงตรง สมบูรณ์ของข้อมูลดิบ ความถูกต้องแม่นยำนี้ นอกจากจะบกพร่องจากการ

เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้สารสนเทศที่ถูกต้องแม่นยำเที่ยงตรงและสมบูรณ์แล้ว ควรตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ประมวลผลด้วย

2. ตรงกับงานที่ต้องการใช้ (Relevance) สารสนเทศที่ดีควรมีเนื้อหาที่ตรงความต้องการจะรู้เป็นสารสนเทศที่สามารถสื่อความหมายได้ มีรายละเอียดต่าง ๆ ที่เหมาะสม มีความกะทัดรัด ชัดเจนเพียงพอ

3. ทันต่อเวลา (Timeliness) สารสนเทศที่ดีนอกจากจะต้องมีคุณสมบัติทั้งสองประการดังกล่าวมาแล้ว แต่เวลาก็เป็นเรื่องสำคัญ เพราะสารสนเทศที่จะนำมาใช้ต้องทันต่อเวลาหรือเหตุการณ์จึงจะเกิดประโยชน์สูงสุดและมีประสิทธิภาพ

ภควัตร คุเมือง (2555) สารสนเทศมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิต การบริหารจัดการ และ ใช้ในการวินิจฉัยสั่งการ รวมทั้งใช้ในการตัดสินใจในการทำงานและดำเนินชีวิตฉะนั้นเพื่อประโยชน์ในการใช้งานสารสนเทศจึงต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติที่ดีของสารสนเทศ ดังนี้ อ้างถึง มาลี ล้ำสกุล, 2549, จิราภรณ์ รักษาแก้ว, 2528, พิมพิรวิภา เปรมสมิทธิ์, 2535

1. สามารถเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) หมายถึงความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงสารสนเทศ เพื่อนำสารสนเทศไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจ รวมทั้งความรวดเร็วในการสืบค้น

2. มีความถูกต้อง (Accurate) สารสนเทศที่ดีต้องมีความเที่ยงตรง และเชื่อถือได้ โดยไม่มีความ คาดเคลื่อนหรือมีความคาดเคลื่อนน้อยที่สุด ฉะนั้นสารสนเทศที่มีเนื้อหาที่ถูกต้องจึงควรพิสูจน์ได้ หรือระดับ ความถูกต้องเป็นที่ยอมรับ เช่น สารสนเทศที่ดีต้องไม่นำเอาข้อมูลที่ผิดพลาดเข้าสู่ระบบ เพราะเมื่อนำไป ประมวลผลแล้วจะทำให้ได้สารสนเทศที่ผิดพลาดตามไปด้วย เป็นต้น

3. มีความครบถ้วน (Completeness) สารสนเทศที่ดีต้องมีความสมบูรณ์ที่จะช่วยในการตัดสินใจ เป็นไปด้วยความถูกต้อง เช่นการกำหนดราคาสินค้า หากได้สารสนเทศไม่ครบทุกด้านหรือเพียงขาดไปด้านใดด้านหนึ่งย่อมทำให้การคำนวณต้นทุนผิดพลาด ซึ่งการกำหนดราคาสินค้าก็ผิดพลาดไปด้วย

4. ความเหมาะสม (Appropriateness) พิจารณาถึงการได้รับสารสนเทศตรงกับความต้องการ ของผู้ใช้น้อยเพียงใด ทั้งนี้หากสารสนเทศที่ได้รับนั้นไม่ตรงกับความต้องการ ก็ไม่เกิดประโยชน์ โดยเฉพาะ การผลิตสารสนเทศต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

5. ความทันต่อเวลา (Timeliness) สารสนเทศต้องได้มาให้ทันต่อเวลาในการใช้งาน หมายความว่า สารสนเทศต้องมีระยะเวลาสั้น มีความรวดเร็วในการประมวลผล เพื่อให้ผู้ใช้สารสนเทศจะได้รับสารสนเทศ ได้ทันเวลา
6. ความชัดเจน (Clarity) คือสารสนเทศที่ไม่ต้องมีการตีความ ไม่กำกวม ไม่คลุมเครือ และไม่ต้อง หารคำตอบเพิ่มเติม
7. ความยืดหยุ่น (Flexibility) เป็นการนำสารสนเทศไปปรับใช้ได้ในหลายสถานการณ์ หรือเป็น สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้อย่างกว้างขวาง มากกว่าเป็นสารสนเทศที่เฉพาะบุคคล
8. ความสามารถในการพิสูจน์ได้ (Verifiability) โดยขึ้นอยู่กับแหล่งที่มาของสารสนเทศ ว่าใคร เป็นผู้รับผิดชอบในการผลิต หมายความว่าสารสนเทศนั้นต้องสามารถพิสูจน์หรือตรวจสอบได้ว่าเป็นความจริง
9. ความซ้ำซ้อน (Redundancy) สารสนเทศที่ได้รับนั้น มีความซ้ำซ้อน หรือมีมากเกินไป ความ จำเป็นหรือไม่ ดังนั้นสารสนเทศที่ดีต้องไม่มีความซ้ำซ้อน
10. ความไม่ลำเอียง (Bias) ลักษณะสารสนเทศที่ผลิตขึ้น ไม่มีเจตนาในการเปลี่ยนแปลง หรือแก้ไข สารสนเทศตามที่ได้กำหนดหรือหาข้อยุติไว้ล่วงหน้า

จากความสำคัญของคุณสมบัติของเทคโนโลยีสารสนเทศสรุปได้ว่า ต้องมีความถูกต้อง ความแม่นยำ มีความชัดเจนไม่กำกวม และสามารถพิสูจน์ได้หรือตรวจสอบได้ คุณลักษณะดังกล่าวข้างต้น มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องพยายามจัดระบบให้มีความพร้อมครบถ้วนและพร้อมที่จะใช้งานได้ คุณสมบัติที่สำคัญ หรือข้อมูลที่สำคัญที่เกี่ยวข้องอย่างเด่นชัด

1.3 ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

สุชาติ กิระนันท์ (2541) ได้เสนอประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนี้

1. ช่วยให้มีการตัดสินใจที่ดีขึ้นจากการมีสารสนเทศประกอบการตัดสินใจและการพิจารณาเลือกภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ
2. ลดค่าใช้จ่าย เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ประหยัดเวลาการทำงาน หรือลดค่าใช้จ่ายในการทำงานลง
3. เพิ่มคุณภาพสินค้า/บริการ เช่น ทำให้ลูกค้ามีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากขึ้น สามารถติดต่อกับศูนย์บริการหรือรับบริการได้สะดวกขึ้น พัฒนาคุณภาพการทำงานโดยมีการค้นคว้าผ่านระบบเครือข่าย เพิ่มโอกาสให้นักเรียนสามารถสืบค้นข้อมูลได้จากสถานที่อื่นนอกสถานที่ เป็นการฝึกให้รู้จักการเรียนรู้ด้วยตนเองมากขึ้น

3.1 เพิ่มรายได้ของธุรกิจ เนื่องจากคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ดีขึ้นสามารถแข่งขันได้มากขึ้น

3.2 สร้างสินค้าหรือบริการใหม่ ระบบที่พัฒนาขึ้นอาจเป็นที่ต้องการของหน่วยงานอื่น หรือทำให้เกิดการขยายการดำเนินงาน เช่น การสร้างเครือข่ายห้องเรียนในการสอนทางไกลผ่านเครือข่ายการสื่อสาร ทำให้สามารถจัดการเรียนการสอนพร้อมกันในสถานที่ต่างกันได้เป็นต้น

3.3 สร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive advantage)

3.4 สร้างพันธมิตร (Alliances) ในการดำเนินงาน เช่น การร่วมมือกันในการจัดการเรียนการสอนที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน เป็นต้น

3.5 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

3.6 ช่วยในการรีอับระบบ (Reengineering) ด้วยการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องการปรับระบบ

ชัยพจน์ รักราม (2545) ได้เสนอประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ ดังนี้

- 1.1 มีความสะดวกรวดเร็วในระหว่างการทำงาน
- 1.2 ลดปริมาณผู้ดำเนินงานและสามารถประหยัดพลังงานเชื้อเพลิงได้อีกทางหนึ่ง
- 1.3 ระบบการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีระเบียบมากขึ้นกว่าเดิม
- 1.4 ลดข้อผิดพลาดของเอกสารในระหว่างการทำงานได้
- 1.5 สร้างความโปร่งใสให้กับหน่วยงานหรือองค์กรได้
- 1.6 ลดปริมาณเอกสาร (กระดาษ) ในระหว่างการทำงานได้มาก
- 1.7 ลดขั้นตอนในระหว่างการทำงานได้มาก
- 1.8 ประหยัดเนื้อที่จัดเก็บเอกสาร (กระดาษ)

ประโยชน์ที่ได้รับจากนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้จะช่วยให้มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการประมวลผล ก็จะได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ การค้นหาข้อมูลจะทำได้สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาในการค้นหาข้อมูล การเก็บบันทึกข้อมูล ข้อมูลที่เก็บบันทึกจะเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีสื่อที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล ทำให้มีความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลได้จำนวนมาก และมีความคงทนถาวรมากกว่าการจัดเก็บข้อมูลในรูปกระดาษ การเผยแพร่ข้อมูล การรับส่งข้อมูลในปัจจุบันโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จะทำให้การเผยแพร่ ข้อมูลทำได้กว้างขวาง สามารถแพร่กระจายไปได้ทั่วโลกอย่างไร้พรมแดน

ประโยชน์และตัวอย่างของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

1. ด้านการศึกษา เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารถูกนำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริหารด้านการบริหารด้านการศึกษา เช่น ระบบการลงทะเบียน และระบบการจัดตารางสอน นอกจากนี้ยังใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มโอกาสทางด้านการศึกษาและเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนการสอน

2. ด้านการแพทย์และสาธารณสุข เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารถูกนำมาใช้เริ่มตั้งแต่การทำทะเบียนคนไข้ การรักษาพยาบาลทั่วไป ตลอดจนการวินิจฉัยและรักษาโรคต่างๆได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ นอกจากนี้ยังใช้ในห้องทดลอง การศึกษาและการวิจัยทางการแพทย์ งานศึกษาโมเลกุลสารเคมี สามารถค้นคว้าข้อมูลทางการแพทย์ รักษาคนไข้ด้วยระบบการรักษาทางไกลตลอดเวลาผ่านเครือข่ายการสื่อสาร เครื่องเอกซเรย์คอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า อีเอ็มไอ สแกนเนอร์ (EMI scanner) ถูกนำมาถ่ายภาพสมองมนุษย์เพื่อตรวจหาความผิดปกติในสมอง

3. ด้านการเกษตรและอุตสาหกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารถูกนำมาใช้ประโยชน์ในด้านเกษตรกรรม เช่น การจัดทำระบบข้อมูลเพื่อการเกษตรและพยากรณ์ผลผลิตด้านการเกษตร นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาความก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรม การประดิษฐ์หุ่นยนต์เพื่อใช้ทำงานบ้าน และหุ่นยนต์เพื่องานอุตสาหกรรมที่ต้องเสี่ยงภัยและเป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น โรงงานสารเคมี โรงผลิตและการจ่ายไฟฟ้า รวมถึงงานที่ต้องทำซ้ำๆ

4. ด้านการเงินธนาคาร เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารถูกนำมาใช้ในด้านการเงินและการธนาคาร โดยใช้ช่วยด้านการบัญชี การฝากถอนเงิน โอนเงิน บริการสินเชื่อ และเปลี่ยนเงินตรา บริการข่าวสารธนาคาร การใช้คอมพิวเตอร์ด้านการเงินการธนาคารที่รู้จักและนิยมใช้กันทั่วไป เช่น บริการฝากถอนเงิน การโอนเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

5. ด้านความมั่นคง มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกันอย่างแพร่หลาย เช่น ใช้ในการควบคุมประสานงานวงจรสื่อสารทหาร การแปลรหัสลับในงานจารกรรมระหว่างประเทศ การส่งดาวเทียมและการคำนวณวิถีโคจรของจรวดไปสู่อวกาศ สำนักงานตำรวจแห่งชาติของประเทศไทยมีศูนย์ประมวลข่าวสาร มีระบบจัดทำทะเบียนปืน ทะเบียนประวัติอาชญากร ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการสืบค้นข้อมูลเพื่อการสืบสวนคดีต่างๆ

6. ด้านการคมนาคม มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในส่วนที่เกี่ยวกับการเดินทาง เช่น การเดินทางโดยรถไฟ มีการเชื่อมโยงข้อมูลการจองที่นั่งไปยังทุกสถานี ทำให้สะดวกต่อผู้โดยสาร การเช็คอินของสายการบิน ได้จัดทำเครื่องมือที่สะดวกต่อลูกค้า ในรูปแบบของการเช็คอินด้วยตนเอง

7. ด้านวิศวกรรมและสถาปัตยกรรม มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการออกแบบ หรือจำลองสภาพการณ์ต่างๆ เช่น การรับแรงสั่นสะเทือนของอาคารเมื่อเกิดแผ่นดินไหว โดยการคำนวณและแสดงภาพสถานการณ์ใกล้เคียงความจริง

8. ด้านการพาณิชย์ องค์กรในภาคธุรกิจใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการบริหารจัดการ เพื่อช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นให้กับองค์กรในการทำงาน ทำให้การประสานงานหรือการทำกิจกรรมต่างๆ ของแต่ละหน่วยงานในองค์กรหรือระหว่างองค์กรเป็นไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้ปรับปรุงการให้บริการกับลูกค้าทั่วไป สิ่งเหล่านี้นับเป็นการสร้างโอกาสความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร

ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล และ เจษฎาพร ยุทธนวิบูลย์ชัย (2550) ระบบสารสนเทศที่มีคุณภาพจะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งประโยชน์ของระบบสารสนเทศที่เด่นชัดมีดังนี้

1. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ระบบสารสนเทศช่วยให้การดำเนินงานมีความถูกต้อง สะดวก และรวดเร็ว กรณีที่องค์กรนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้จะช่วยให้การสื่อสารและการติดต่อประสานงานมีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น การประมวลผล การจัดเก็บข้อมูล ตลอดจนการกระจายข้อมูลสามารถกระทำได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา ช่วยลดขั้นตอน ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ช่วยสร้างทางเลือกในการแข่งขัน

ระบบสารสนเทศสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น บริษัทขนส่งระหว่างประเทศ (FedEx หรือ UPS) ได้พัฒนาระบบสารสนเทศที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะการส่งสินค้าทางออนไลน์ เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า อีกตัวอย่างหนึ่ง เช่น บริษัทสายการบินที่สร้างระบบสารสนเทศติดต่อกับบริษัทตัวแทนจำหน่ายตั๋วเพื่อการรับ – ส่งข้อมูลข่าวสารและการจองตั๋วเครื่องบิน

3. ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ

ระบบสารสนเทศช่วยให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจของผู้บริหารสำหรับการสร้างและขยายโอกาสทางธุรกิจ การควบคุมและการเพิ่มผลผลิต ตลอดจนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

4. ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิต

จากประโยชน์ของระบบสารสนเทศที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ระบบสารสนเทศช่วยให้การดำเนินงานต่าง ๆ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น การติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรมีความสะดวกรวดเร็ว ทำให้ลูกค้าใช้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ตัวอย่างเช่น การจองตั๋วเครื่องบินผ่านอินเทอร์เน็ต ช่วยประหยัดเวลาของผู้ชมภาพยนตร์ในการเดินทางไปจองตั๋วที่โรงภาพยนตร์ เป็นต้น นอกจากนี้ระบบสารสนเทศยังช่วยลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานของบุคคลต่าง ๆ ในองค์กร เช่น ระบบสารสนเทศเกี่ยวกับการส่งเอกสารออนไลน์ (Workflow) ทำให้ผู้ปฏิบัติงานไม่ต้องเดินไปส่งเอกสารตามหน่วยงานต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าระบบสารสนเทศได้ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับมนุษย์

ข้อมูลและสารสนเทศทางการศึกษานั้น เป็นเครื่องมือสำคัญในการตัดสินใจ การแก้ปัญหา อย่างมีหลักและเหตุผลของผู้บริหาร และบุคลากรทางการศึกษาทุกระดับ ดังนี้

1. สำหรับผู้บริหารระดับสูง ข้อมูลและสารสนเทศทางการศึกษาเป็นหัวใจสำคัญต่อการกำหนดนโยบาย การบริหารและวางแผนพัฒนาการศึกษา ตลอดจนการควบคุมติดตามและประเมินผลของแผนงานและโครงการต่าง ๆ ที่ได้จัดทำไปแล้ว
2. ผู้บริหารระดับกลางและระดับปฏิบัติจะใช้ประโยชน์จากข้อมูลและสารสนเทศทางการศึกษาในการควบคุมการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรงตามแผนหรือเป้าหมาย
3. ผู้บริหารระดับห้องเรียน (ครู) จะใช้ประโยชน์จากข้อมูลและสารสนเทศในการพัฒนาการเรียนการสอนทุก ๆ ทาง เป็นการควบคุมการปฏิบัติงานในห้องเรียนให้มีประสิทธิภาพ
4. สำหรับบุคคลทั่ว ๆ ไป เช่น นักวิจัย นักวิชาการ หรือนักศึกษา จะมีประโยชน์เกี่ยวกับการทำงานทางวิชาการ ช่วยในการตัดสินใจที่มีเหตุผล หรือเพื่อแสวงหาความรู้ทฤษฎีใหม่ ๆ เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษา

จากความสำคัญของประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สรุปได้ว่าเป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายข้อมูลโดยระบบโทรคมนาคมคอมพิวเตอร์เมื่อนำมาใช้ร่วมกับระบบโทรคมนาคมการสื่อสาร สามารถจะเปลี่ยนอนาคตของสังคมปัจจุบัน เปลี่ยนวิถีชีวิตประจำวันของประชาชนต่อการทำ กิจกรรมต่าง ๆ ต่อการให้บริการข้อมูลอย่างไม่มีขอบเขตจำกัด ทำให้ผู้ใช้สามารถเรียกค้นข้อมูลจากผู้ให้บริการตั้งแต่เรื่องทั่ว ๆ ไปยังคอมพิวเตอร์ และมีบทบาทต่อการใช้ของสมาชิกภายในครอบครัวทุกคนภายในบ้าน ด้วยความบันเทิงสนุกสนาน และ ศึกษาความรู้จากบทเรียนสำเร็จรูปทางด้านต่าง ๆ มีส่วนทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในปัจจุบันมีความสะดวกสบายมากขึ้น ทำให้คนในสังคมมีการติดต่อสื่อสารถึงกันได้ง่ายและรวดเร็ว มีการทำ

กิจกรรมหลายสิ่งหลายอย่างร่วมกันง่ายขึ้น ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ ต้องการใช้ในด้านใด

2. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย

2.1 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย

จำนง ภูมิพันธ์ (2533) ได้กล่าวถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ สรุปได้ ดังนี้
สารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อความสำเร็จของกิจกรรมหลายประเภทจำเป็นต้องมีวิธีการจัดการที่มีประสิทธิภาพเช่นเดียวกับการจัดการทรัพยากรอื่น ๆ

1. เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานขององค์กรเป็นอย่างมาก จึงต้องมีวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการจัดระบบสารสนเทศและการใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

2. เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

3. ผู้บริหารควรมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจะได้มีส่วนร่วมและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้ได้ประโยชน์

4. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีทางเลือกหลายทาง จำเป็นต้องมีการศึกษานโยบาย วัตถุประสงค์และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานและองค์กรเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

5. เทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันถือเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดองค์กร

สิทธิกร ชุนพิลึก (2558) สารสนเทศด้านการตลาดอาจมีความแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจซึ่ง เราสามารถจำแนกระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดได้ดังต่อไปนี้

1. ระบบสารสนเทศสำหรับการขาย สามารถแบ่งออกเป็นระบบย่อย 3 ระบบดังต่อไปนี้

1.1 ระบบสารสนเทศสำหรับสนับสนุนการขาย จะรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของฝ่ายขาย เพื่อให้การขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งข้อมูลที่ระบบต้องการจะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะทำการขาย รูปแบบ ราคา และการโฆษณาต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า นอกจากนี้อาจเกี่ยวข้องกับช่องทางและ วิธีการขายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับ ลูกค้า ตลอดจนคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ที่จะขายและจำหน่ายสินค้าคงคลังของบริษัท

1.2 ระบบสารสนเทศสำหรับวิเคราะห์การขาย จะรวบรวมสารสนเทศในเรื่องของ กำไรหรือขาดทุนของผลิตภัณฑ์ ความสามารถของพนักงานขายสินค้า ยอดขายของแต่ละเขตการขาย รวมทั้งแนวโน้มการเติบโตของสินค้า ซึ่งสามารถหาข้อมูลได้จากรายงานต่าง ๆ เช่น รายงานการขาย รายงานของต้นทุนสินค้าและวัตถุดิบ เป็นต้น

1.3 ระบบสารสนเทศสำหรับการวิเคราะห์ลูกค้า จะช่วยในการวิเคราะห์ลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบของการซื้อและ ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ เพื่อที่ธุรกิจจะสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2. ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด สามารถแบ่งออกเป็นระบบย่อยตามหน้าที่ ได้ 2 ระบบ ดังต่อไปนี้

2.1 ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยลูกค้า การวิจัยลูกค้าจะต่างกับการวิเคราะห์ลูกค้าตรงที่ว่า การวิจัยลูกค้าจะมีขอบเขต ของการใช้สารสนเทศกว้างกว่าการวิเคราะห์ลูกค้า โดยการวิจัยลูกค้าจะต้องการทราบสารสนเทศ ที่เกี่ยวกับลูกค้าในด้านสถานะทางการเงิน การดำเนินธุรกิจ ความพอใจ รสนิยมและพฤติกรรมการบริโภค

2.2 ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด การวิจัยตลาดจะให้ความสำคัญกับการหาขนาดของตลาดของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่จะนำออก จำหน่าย ซึ่งอาจครอบคลุมทั้งในระยะสั้น และระยะยาว หลังจากนั้นก็จะกำหนดส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อทำการวางแผน กำหนดเป้าหมาย กำหนดกลยุทธ์และวางแผนกลยุทธ์ สารสนเทศที่เป็นที่ต้องการของการวิจัยตลาดคือ สภาวะและแนวโน้มทาง เศรษฐกิจ ยอดขายในอดีตของอุตสาหกรรมหรือผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ในตลาด รวมทั้งสภาวะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์นี้ด้วย

3. ระบบสารสนเทศสำหรับการส่งเสริมการขาย เป็นระบบที่ให้ความสำคัญกับ แผนงานทางด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขาย เพิ่ม ยอดขายสินค้า และเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้สูงขึ้น สารสนเทศที่เป็นที่ต้องการคือยอดขายของ สินค้าทุกชนิดในบริษัท เพื่อให้รู้ว่าสินค้าใดต้องการแผนการส่งเสริมการขาย และสารสนเทศที่ เกี่ยวกับผลกำไรหรือขาดทุนของสินค้าแต่ละชนิด เพื่อให้ให้ความสำคัญกับสินค้าตัวที่ทำกำไร

4. ระบบสารสนเทศสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นระบบสารสนเทศที่ วิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ลักษณะและความต้องการของลูกค้าต่อ ผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าแต่ยังไม่มีตลาด โดยสารสนเทศที่เป็นที่ ต้องการของระบบได้แก่ ยอดขายของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในอดีต เพื่อให้ทราบถึงขนาดและ

ลักษณะของตลาด และการประมาณการต้นทุน เพื่อตอบคำถามให้ได้ว่าสมควรที่จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่หรือไม่

5. ระบบสารสนเทศสำหรับพยากรณ์การขาย เป็นระบบที่ใช้ในการวางแผนการขาย แผนการทำกำไรจากสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งของบริษัท ซึ่งจะส่งผลไปถึงการวางแผนการผลิต การวางกำลังคน และงบประมาณที่จะใช้เกี่ยวกับการขาย โดยสารสนเทศที่เป็นที่ต้องการคือ ยอดขายในอดีต สถานะของคู่แข่ง สภาวะการณ์ของตลาด และแผนการโฆษณา

6. ระบบสารสนเทศสำหรับการวางแผนกำไร เป็น ระบบสารสนเทศที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนทำกำไรทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของ ธุรกิจ โดยสารสนเทศที่เป็นที่ต้องการคือสารสนเทศจากการวิจัยตลาด ยอดขายในอดีต สารสนเทศของคู่แข่ง การพยากรณ์การขาย และการโฆษณา

7. ระบบสารสนเทศสำหรับการกำหนดราคา การกำหนดราคาของสินค้านับว่าเป็นจิตวิทยาอย่างหนึ่งทางการตลาด เพราะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า คู่แข่งขัน กำลังซื้อของลูกค้า โดยปกติแล้วราคาสินค้าจะตั้งจากราคาต้นทุนรวมกับร้อยละของกำไรที่ต้องการ โดยสารสนเทศที่ต้องการได้แก่ ตัวเลขกำไรของผลิตภัณฑ์ในอดีต เพื่อทำการปรับปรุงราคาให้ได้สัดส่วนของกำไรคงเดิม ในกรณีที่ต้นทุนมีการเปลี่ยนแปลง

8. ระบบสารสนเทศสำหรับการควบคุมค่าใช้จ่าย บุคคลที่เป็นผู้ควบคุมค่าใช้จ่ายสามารถควบคุมได้โดยดูจากรายงานของผลการทำงาน กำไร กับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงหรือสาเหตุของการคลาดเคลื่อนของค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการขายรวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น เงินเดือน ค่าโฆษณา ค่าส่วนแบ่งการขาย เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2543) ได้กล่าวถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่อการศึกษาไว้ว่า เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและรวดเร็วที่สุดในยุคนี้ คือเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซึ่งเข้ามาเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกเกือบทุกอย่างและที่สำคัญคือ การสื่อสาร (Communication) ซึ่งการบริหารในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง การบริหารจัดการและการตัดสินใจที่ดีคือการตัดสินใจอยู่บนฐานข้อมูลที่ถูกต้องเป็นปัจจุบันและเพียงพอซึ่งจะถือว่าการตัดสินใจที่ถูกต้องหรือเป็นการตัดสินใจที่ผิดพลาดน้อยที่สุด จึงจำเป็นที่จะต้องแสวงหาข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อการตัดสินใจในการพัฒนาระบบการต่าง ๆ ของระบบสื่อสาร (Communication System) เพื่อให้ได้มาซึ่ง Information มากมายและมีประสิทธิภาพสูง ระบบการให้ได้ว่าซึ่งสารสนเทศและการนำไปใช้ โดยอาศัยเทคโนโลยีต่าง ๆ

(Information and Communications Technology : ICT) นั่นเอง ดังนั้น คนในยุคใหม่ที่จะอยู่ในสังคมโลกเทคโนโลยีเหล่านี้ได้อย่างกลมกลืน จึงจำเป็นต้องมีทักษะพื้นฐานที่เพียงพอในด้าน ICT การเริ่มต้นพัฒนาตนในเวลาที่เหมาะสม ควรจะเริ่มต้นในวัยเรียน โรงเรียนจึงจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมให้แก่แก่นักเรียนให้มีทักษะพื้นฐานเพียงพอที่จะเรียนรู้พัฒนาความรู้และทักษะได้ด้วยตนเอง ในการจัดการศึกษามุ่งหวังให้การจัดการศึกษาให้แก่แก่นักเรียนที่จบการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีคุณสมบัติอย่างชัดเจน ดังนี้

1. เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้และมีทักษะกระบวนการเรียนรู้
2. เป็นผู้ที่มีทักษะกระบวนการคิดหรือคิดเป็น คิดวิเคราะห์ สร้างองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเอง
3. เป็นผู้ที่มีทักษะการดำรงชีวิตในสังคมยุคใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ

จากที่กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีความสำคัญต่อการจัดการศึกษาและการทำงานในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิรูปการศึกษาและการทำงาน มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการปฏิรูปการบริหารจัดการ มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิรูปการเรียนรู้ การประยุกต์ใช้ในการทำงานที่ต้องจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาปัญญา ทักษะและความเชี่ยวชาญ ทำให้สามารถแสวงหาข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสม ทักษะทางด้าน ICT จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายขีดความสามารถในการเรียนรู้และการทำงานในอนาคตต่อไป

2.2 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการขาย

นิตยา กริพัฒน์ (2556) การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการทางธุรกิจของระบบสารสนเทศ แบ่งออกเป็นระบบย่อย 4 ระบบ ดังนี้

1. ระบบระเบียบข้อมูลในกิจการ คือ ระบบระเบียบข้อมูลพื้นฐานในองค์กรซึ่งนำมาใช้กับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยสามารถนำสารสนเทศที่ได้จากระบบมาใช้ร่วมกับสารสนเทศจากภายนอกองค์กรเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด จำแนกได้ 2 ระบบย่อย ดังนี้

- 1.1 ระบบสารสนเทศทางการขาย คือ ระบบที่พัฒนาขึ้นด้วยความมุ่งหวังที่จะทราบยอดขายของธุรกิจในช่วงเวลาหนึ่ง โดยจะต้องเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบสารสนเทศอื่น เช่น ระบบสารสนเทศทางการผลิตในส่วนของคุณภาพสินค้าคงคลังและข้อมูลอื่นๆทางการ

ผลิต ระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในส่วนประวัติการซื้อและรับชำระเงินของลูกค้า ระบบโลจิสติกส์ในส่วนการรับสินค้าเข้าและการส่งสินค้า ขาออก เป็นต้น ซึ่งต้องมีการประมวลผลใบสั่งขาย และการออกรายงานการขายเพื่อใช้ในการตัดสินใจต่อไป

1.2 ระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์ คือ ระบบที่ถูกพัฒนาขึ้นใช้งานด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนการขายสินค้า การบริการหลังการขาย ตลอดจนประวัติการติดต่อกับลูกค้า และมุ่งหวังที่จะใช้ระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานบริการให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด และกลับมาซื้อซ้ำในอนาคต เพื่อสร้างยอดขายที่เพิ่มขึ้นแก่ธุรกิจ

2. ระบบอัจฉริยะทางการตลาด

คือ ระบบที่พัฒนาขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข่าวกรองทางการตลาด ซึ่งก็คือ สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่งและสภาพแวดล้อมทางการตลาดด้านการแข่งขัน เทคโนโลยี ลูกค้า เศรษฐกิจ และสังคม โดยมีเป้าหมายของการนำข่าวกรองทางการตลาดที่เก็บรวบรวมได้มาใช้ตัดสินใจทางกลยุทธ์ และประเมินสถานการณ์ทางการแข่งขัน อีกทั้งยังมีการแจ้งข้อมูลล่วงหน้าเกี่ยวกับโอกาส และอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจ

ผู้เก็บรวบรวมข่าวกรองทางการตลาด คือ พนักงานขาย ผู้จัดจำหน่ายและลูกค้า นั่นเอง นอกจากนี้ยังอาจมีการซื้อข่าวกรองจากบริษัทวิจัยตลาดภายนอกองค์การ หรืออาจได้มาโดยการตรวจสอบหลักฐานทางวัตถุ การเก็บเศษขยะที่คู่แข่งทิ้งแล้ว เอกสารทางราชการ การค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต หรือจากรายงานประจำปีของคู่แข่ง จึงนับว่าการได้มาซึ่งข่าวกรองทางการตลาดเป็นเรื่องที่ยากมากแต่การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทำได้ยากกว่า

3. ระบบวิจัยการตลาด เป็นสิ่งที่สามารถเชื่อมโยงลูกค้าและสาธารณชนให้เข้ากับองค์การ โดยผ่านการใช้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งมีการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปใช้ เพื่อบรรลุและกำหนดถึงโอกาสทางการตลาดสำหรับการสร้างปรับปรุง และประเมินผลการดำเนินการทางการตลาด การควบคุมปฏิบัติการทางการตลาด และการปรับปรุงความเข้าใจในกระบวนการทางการตลาด สถานการณ์ที่ชี้ให้ธุรกิจเห็นว่าควรมีการวิจัยตลาด มีดังนี้

- 3.1 ธุรกิจขาดสารสนเทศ ที่ใช้ประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ
- 3.2 ธุรกิจเกิดข้อขัดแย้งระหว่างนโยบาย วัตถุประสงค์และกลยุทธ์
- 3.3 ธุรกิจต้องการทราบผลลัพธ์ของแผนการตลาดที่กำลังนำมาใช้
- 3.4 ธุรกิจกำลังพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับราคาใหม่ หรือเจาะตลาดใหม่

ระบบวิจัยการตลาด คือ ระบบที่พัฒนาขึ้น เพื่อใช้สนับสนุนงานด้านการวิจัยการตลาด โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต้องการศึกษาอย่างเป็นทางการในสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งเริ่มตั้งแต่ การศึกษาศักยภาพของตลาดและส่วนแบ่งตลาด การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า และ พฤติกรรมการซื้อ การกำหนดราคา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสาร การตลาด และอื่นๆอีกมากมาย

ในทางปฏิบัติจะต้องอาศัยโปรแกรมวิจัยตลาดเข้าช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าที่มี ศักยภาพในการซื้อจากการที่ลูกค้าเข้าเยี่ยมชมงานนิทรรศการและแสดงสินค้าของธุรกิจ โดยเน้นถึง แหล่งที่อยู่และความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนผู้เข้าชมงานให้เป็นลูกค้า ที่แท้จริง ในบางครั้งอาจใช้นักวิทยาศาสตร์ดำเนินการวัดกิจกรรมทางสมองจากปฏิกิริยาลูกค้าต่อ ผลิตภัณฑ์และการโฆษณาผลิตภัณฑ์ หลังจากนั้นจึงเก็บรวบรวมข้อมูลไว้เพื่อการวิเคราะห์ นอกจากนี้ยังสามารถใช้โปรแกรมวิจัยการตลาดเพื่อพยากรณ์อุปสงค์ของตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เช่น ความต้องการซื้อรถยนต์หรือบริการต่างๆ เป็นต้น เพื่อช่วยงานด้านการจัดการวัตถุดิบและวัสดุ สิ้นเปลืองอย่างเหมาะสม และในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนวิถีทางการวิจัยตลาด และช่วย ลดต้นทุนการวิจัยอย่างมหาศาล โดยใช้ระบบแม่ข่ายทางอินเทอร์เน็ตเพื่อจัดประชุมงานวิจัยกลุ่ม ย่อย มีการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลด้านวิจัย โดยผู้เข้าชมเว็บไซต์ จะได้รับคุณค่ากลับไปอย่างมหาศาล นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ใช้เว็บไซต์ในการโฆษณาและ การค้าออนไลน์อีกด้วย โดยบริษัทอาจจะว่าจ้างพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อประสานงานบุคคล อื่นทางห้องคุย (Chat Room) โดยเน้นถึงข้อมูลอ้างอิงตลอดจนคำแนะนำสำหรับสินค้าและบริการ โดยผู้เข้าชมไม่รู้ตัวว่ากำลังติดต่อกับตัวแทนโฆษณาอยู่

ในกระบวนการทางธุรกิจของระบบวิจัยการตลาด เริ่มตั้งแต่การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก เครื่องมือวิจัยหลายรูปแบบ เช่น มีการรวบรวมข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ หรือแบบสังเกต เป็นต้น นักวิจัยจะเป็นผู้รวบรวมและตรวจสอบก่อนนำข้อมูลเข้าสู่ระบบผ่าน โปรแกรมวิจัยตลาด โดยใช้ข้อมูลจากแฟ้มลูกค้าและชาวกรองเข้าร่วมด้วย และจัดเก็บข้อมูลไว้ที่ แฟ้มวิจัยตลาด จากนั้นโปรแกรมจะทำการวิเคราะห์ และออกรายงานด้านวิจัยการตลาดต่างๆและ ในบางครั้งยังอาจต้องใช้ข้อมูลจากแฟ้มวิจัยตลาดร่วมกับโปรแกรมสนับสนุนการตัดสินใจเฉพาะเรื่อง เพื่อออกรายงานเพื่อการตัดสินใจตามที่ต้องการ

4. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด

คอตเลอร์ ได้นิยามไว้ว่า ระบบสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด หมายถึง การนำซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์มาใช้เก็บข้อมูล วางระบบโดยการประสานกันของเครื่องมือทางสถิติ ตัวแบบ และเทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถเก็บรวบรวม แปลความหมาย สารสนเทศทางการตลาด รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานของการดำเนินการด้านการตลาด ตัวแบบการตัดสินใจทางการตลาด ดังนี้

4.1 แบรินด์เอด (Brandaid) คือ ตัวแบบของส่วนประสมทางการตลาดที่มีความยืดหยุ่น ที่มุ่งเน้นความสำคัญไปที่สินค้าอุปโภคบริโภคสำเร็จรูป ซึ่งประกอบด้วยตัวแบบย่อยของการโฆษณา การกำหนดราคา และการแข่งขัน

4.2 คอลแพลน (Callplan) คือ ตัวแบบที่กำหนดจำนวนการเยี่ยมเยียนลูกค้าของแต่ละช่วงเวลาตลอดจนกำหนดเวลาการเดินทางและเวลาที่ใช้ในการขาย

4.3 ดีเทลเลอร์ (Detailer) คือ ตัวแบบที่ช่วยกำหนดการติดต่อลูกค้า รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ควรนำเสนอ ถูกพัฒนาขึ้นใช้สำหรับตัวแทนจำหน่ายยา ติดต่อกับแพทย์โดยเฉพาะ

4.4 จีโไลน์ (Geoline) คือ ตัวแบบที่ช่วยออกแบบอาณาเขตการขายและบริการ โดยแต่ละอาณาเขตจะต้องมีการทำงานเท่าเทียมกันและประกอบด้วยพื้นที่ซึ่งอยู่ติดกัน

4.5 เมดิแอค (Mediac) คือ ตัวแบบที่ช่วยนักโฆษณาซื้อสื่อโฆษณาตลอดปี โดยการวางโครงร่างประมาณศักยภาพการขาย ผลตอบแทน และตารางเวลา

4.6 โพรโมเตอร์ (Promoter) คือ ตัวแบบประเมินผลการส่งเสริมการขาย

4.7 แอดแคด (Adcad) คือ ตัวแบบที่แนะนำการใช้รูปแบบการโฆษณา ให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางการตลาด ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ตลาดเป้าหมาย และการแข่งขัน

ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล และ เจษฎาพร ยุทธนวิบูลย์ชัย (2550) ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีการจัดการความรู้ในโลกดิจิทัล หน่วยงานต่าง ๆ นิยมนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้สำหรับช่วยดำเนินงานด้านต่าง ๆ เพื่อการประมวผลให้ได้สารสนเทศสำหรับการบริหารและตัดสินใจ ดังนั้นเมื่อก้าวถึงคำว่า “ระบบสารสนเทศ” ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นระบบที่นำคอมพิวเตอร์มาใช้ หรือที่เรียกว่า ระบบสารสนเทศอิงคอมพิวเตอร์ (Computer-Based Information Systems หรือ CBIS) ระบบสารสนเทศสามารถจัดแบ่งประเภทได้หลายวิธี ในที่นี้จะขอก้าวถึงประเภทของระบบสารสนเทศที่สำคัญ 3 ประเภท ดังนี้

1. ระบบสารสนเทศจำแนกตามประเภทธุรกิจ

เนื่องมาจากการดำเนินงานขององค์กรมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ระบบสารสนเทศจึงต้องมีการออกแบบให้สอดคล้องและเหมาะสมกับลักษณะงานขององค์กรเหล่านั้น ระบบสารสนเทศที่จำแนกตามประเภทของธุรกิจ โดยทั่วไปจะเป็นระบบสารสนเทศขนาดใหญ่ที่ประกอบด้วยระบบสารสนเทศที่จำแนกตามหน้าที่ย่อย ๆ หลายระบบ ตัวอย่างเช่น ระบบสารสนเทศงานบริหารโรงแรม จะประกอบด้วยระบบสารสนเทศย่อย ได้แก่ ระบบสำรองห้องพัก ระบบบัญชี ระบบจัดการห้องพัก และระบบบริหารงานบุคคล

2. ระบบสารสนเทศจำแนกตามหน้าที่ของงาน

ระบบสารสนเทศประเภทนี้เป็นระบบที่จำแนกตามลักษณะหรือหน้าที่ของงานหลัก ซึ่งแต่ละระบบสามารถประกอบด้วยระบบสารสนเทศย่อย ๆ ที่เป็นกิจกรรมของงานหลัก ตัวอย่างเช่น ระบบสารสนเทศจัดการทรัพยากรมนุษย์ อาจประกอบด้วยระบบย่อย ๆ ได้แก่ ระบบจัดการข้อมูลพนักงาน ระบบการสรรหาและคัดเลือก ระบบฝึกอบรม ระบบประเมินผล และระบบสวัสดิการ เป็นต้น

3. ระบบสารสนเทศจำแนกตามลักษณะการดำเนินงาน

ผู้บริหารในองค์กรระดับที่ต่างกัน (ผู้บริหารระดับปฏิบัติการ ผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารระดับสูง) มีความต้องการในการใช้ระบบสารสนเทศที่ต่างกัน ดังนั้นระบบสารสนเทศจึงได้ถูกออกแบบให้มีความสอดคล้องกับลักษณะงานและระดับของผู้ใช้งานเพื่อให้สอดคล้องกับการนำสารสนเทศไปใช้ประกอบการบริหารและตัดสินใจ

จากที่กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการขายนั้นเป็นการนำซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์มาใช้เก็บข้อมูล วางระบบโดยการประสานกันของเครื่องมือทางสถิติ พัฒนาขึ้นเพื่อค้นหาโอกาสทางการตลาด เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการขายของการทำงานของพนักงาน โดยอยู่ในรูปแบบของการใช้เครื่องมือเคลื่อนที่ที่สามารถใช้เข้าถึงข้อมูลในฐานข้อมูลบริษัทได้อินเทอร์เน็ตและเว็บถือเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังอำนาจมากสำหรับช่องทางการขายและการตลาดรูปแบบใหม่ที่เรากำลังใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

2.3 บทบาทเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขาย

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ IT (Information Technology) ได้รับการยอมรับว่า มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างไม่สามารถปฏิเสธได้ เป็นเครื่องมือที่จำเป็นต่อการส่งเสริมขีดความสามารถในการทำงานขององค์กร เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในด้านการบริหารงาน อย่างเป็นระบบ รวดเร็ว และประหยัดเวลา

คัมภีร์พรรณ จันทรแก้ว (2555) เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นมีลักษณะเด่นคือมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วมาก เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทันสมัยเกิดขึ้นมาเรื่อยๆ ทุกวัน เช่น เราจะเห็นว่ามีการใช้อินเตอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลาย มีการส่งอีเมล มีการท่องเว็บต่างๆ มีการส่งข้อมูลผ่านเว็บ มีการเล่นเกมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต นอกจากอินเทอร์เน็ตแล้ว ยังมีเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับมือถือ เช่น มีการส่งข้อมูลผ่านทางมือถือ มีการดาวน์โหลดข้อมูลต่างๆ รวมทั้งเพลงผ่านมือถือ มีการสืบค้นข้อมูลหรือเล่นเกมผ่านมือถือ เป็นต้น ในทางอุตสาหกรรมก็มีการนำระบบสารสนเทศเข้าไปช่วยเพิ่มผลผลิตในโรงงาน ช่วยควบคุมดูแลเครื่องจักรเพื่อผลิตสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้กระบวนการผลิตเป็นแบบอัตโนมัติ นอกจากนี้มีการนำสารสนเทศไปใช้ในทางด้านธุรกิจเพื่อทำให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพ โดยสามารถดูข้อมูลต่างๆ ได้ทันทีทั้งข้อมูลที่เป็นรายละเอียดและข้อมูลสรุป และช่วยในการสนับสนุนการตัดสินใจ บริษัทที่ทันสมัยทุกบริษัทต้องมีระบบสารสนเทศภายในองค์กร ในยุคต่อไป คอมพิวเตอร์จะมีขนาดเล็กลง มีความเร็วสูงขึ้น และมีหน่วยความจำมากขึ้น และที่สำคัญ ราคาของคอมพิวเตอร์จะถูกลงมาก ดังนั้นคอมพิวเตอร์จะเข้ามามีบทบาทในสังคมของเรามากขึ้น โดยเราจะเรียกสังคมนี้ว่าสังคมยูบิควิตัส (Ubiquitous) คือคอมพิวเตอร์อยู่ทุกหนทุกแห่ง ดังนั้นการจัดการข้อมูลสารสนเทศที่เกิดจากคอมพิวเตอร์เหล่านี้ จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก นอกจากนี้การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศภายในบริษัทก็เป็นสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่ง จะเห็นได้ว่าบริษัทหรือองค์กรใหญ่จำเป็นต้องมีหน่วยงานด้านการจัดการระบบสารสนเทศ ปัจจุบันในโลกของธุรกิจ มีธุรกิจที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศมากมาย ซึ่ง นักธุรกิจที่ร่ำรวยที่สุดก็คือ นักธุรกิจด้านไอที ซึ่งความจริงนี้แสดงให้เห็นว่า ไอทีได้เป็นศาสตร์ที่ได้รับความสนใจและมีความสำคัญมากในสังคมปัจจุบันและต่อไปในอนาคต

เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ในการประกอบกิจการทางด้านเศรษฐกิจ การค้า และการอุตสาหกรรม จำเป็นต้องหาวิธีในการเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสารเข้ามาช่วยทำให้เกิดระบบอัตโนมัติ เราสามารถฝากถอนเงินสดผ่านเครื่องเอทีเอ็มได้ตลอดเวลา ธนาคารสามารถให้บริการได้ดีขึ้น ทำให้การบริการโดยรวมมีประสิทธิภาพ ในระบบการจัดการทุกแห่งต้องใช้ข้อมูลเพื่อการดำเนินการและการตัดสินใจ ระบบธุรกิจจึงใช้เครื่องมือเหล่านี้ช่วยในการทำงาน เช่น ใช้ในระบบจัดเก็บเงินสด จองตั๋วเครื่องบิน เป็นต้น

เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งที่จำเป็น สำหรับการดำเนินการในหน่วยงานต่าง ๆ ปัจจุบันทุกหน่วยงานต่างพัฒนาระบบรวบรวมจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในองค์กรประเทศไทยมีระบบทะเบียนราษฎรที่จัดทำด้วยระบบ ระบบเวชระเบียนในโรงพยาบาล ระบบการจัดเก็บข้อมูลภาษี ในองค์กรทุกระดับเห็นความสำคัญที่จะนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้

เทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวข้องกับคนทุกระดับ พัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ดังจะเห็นได้จาก การพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ การใช้ตารางคำนวณ และใช้อุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมแบบต่าง ๆ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า บทบาทเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขาย มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของการทำงานและเป็นเครื่องมือที่จำเป็นต่อการส่งเสริมขีดความสามารถในการทำงานขององค์กร เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในด้านการบริหารงานอย่างเป็นระบบรวดเร็ว และประหยัดเวลา ทำให้มีขั้นตอนกระบวนการทำงานให้มีความสะดวกและง่ายมากขึ้น

2.4 ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต

ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายการสื่อสารที่ทำให้ส่งข้อมูลกันได้ครั้งละมากๆและมีความเร็วมากขึ้นรวมทั้งมีการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อมาสนับสนุนการพัฒนาความสามารถในการทำงานออกสู่ตลาด ได้ทำให้งานความคิดในการพัฒนาบุคลากรเพื่อสร้างสังคมแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้สามารถเป็นจริงขึ้นมาได้ง่ายขึ้นและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์กรให้เข้าถึงตัวบุคคลได้อย่างทั่วถึง ได้ข้อมูลที่ตรงกัน และประหยัดเวลา ผ่านการสื่อสารหลายแบบ เช่น

- การใช้อีเมล (Email) เพื่อรายงานหรือแลกเปลี่ยนข้อมูล
- การสร้างเว็บไซต์สำหรับพนักงาน (Employees' Portals) เพื่อให้พนักงาน

สามารถศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ ในการทำงาน และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันได้

- การสร้างเว็บเพื่อให้ผู้บริหารสามารถจัดการและบริหารทรัพยากรบุคคลในหน่วยงานได้ (Manager Self Service)
- การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์สำหรับพนักงาน (Employee Call Center)
- การใช้การประชุมทางไกลด้วยวิดีโอ (VDO Conference)
- อื่นๆ

เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) กับการพัฒนาเชิงการตลาด

ท่ามกลางภาวะการแข่งขันสูง องค์กรที่ขาดการเชื่อมโยงข้อมูลกับผู้อื่นจะโดดเดี่ยวและดำเนินธุรกิจได้ลำบาก องค์กรสมัยใหม่จึงต้องใช้ IT ติดตามการเปลี่ยนแปลงของโลก และแสวงหาโอกาสทางการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการหาลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ด้วยการเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งให้มากที่สุด ด้วยสินค้าและบริการด้วยราคาที่เป็นมิตรและคุณภาพดีเท่าที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงการให้บริการที่รวดเร็ว ซึ่งในปัจจุบัน IT ได้เอื้อประโยชน์ให้แต่ละองค์กรสามารถทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business) ได้ เช่น การซื้อขายสินค้าและทำธุรกรรมผ่านเว็บไซต์ หรือ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) รวมถึงช่วยเสริมกลยุทธ์ในการแข่งขันทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ การกระจายสินค้าหรือส่งมอบสินค้าตามกำหนด การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การจัดการทรัพยากรบุคคล การวางแผนการผลิต การวิจัยและพัฒนา เป็นต้น ดังนั้นจึงควรมีการนำเอา IT ไปใช้เพื่อช่วยในการพัฒนาองค์กร สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และคาดการณ์ได้ยากอย่างปัจจุบัน อย่างไรก็ตามความสำเร็จขึ้นอยู่กับความพร้อมของปัจจัยภายในองค์กรหลายด้าน ได้แก่ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ข้อมูลและสารสนเทศ ฐานข้อมูล ระบบเครือข่ายการสื่อสาร ความซับซ้อนของกระบวนการทำงาน บุคลากรที่ทำงานเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ และที่สำคัญคือผู้ใช้ต้องยอมรับ จึงจะใช้งาน IT ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

พลพฐ ปิยวรรณ และ สุภาพร เริงเยี่ยม (2552) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสร้างมูลค่าทางธุรกิจ อะไรคือปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสร้างมูลค่าทางธุรกิจให้แก่องค์กรนั้น ๆ คำว่า “business value” หรือมูลค่าทางธุรกิจ และ “added value” หรือการเพิ่มมูลค่า เป็นคำที่คุ้นหู ได้ยินบ่อยขึ้นเรื่อย ๆ อะไรคือมูลค่าทางธุรกิจ การที่กิจการหนึ่งลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นจำนวนเงิน

มหาวิทยาลัยยอมทำให้เกิดประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งอย่างแน่นอน มูลค่าทางธุรกิจต้องเกิดขึ้นแน่ ๆ แต่จะคุ้มทุนที่ลงไปหรือไม่ ปัจจุบันคำว่ามูลค่าทางธุรกิจมีความหมายที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น มูลค่าทางธุรกิจถูกผูกโยงเข้ากับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์หลักขององค์กรอย่างแน่นแฟ้นขึ้น วิสัยทัศน์ต้องชัดเจนก่อนจึงจะสามารถระบุพันธกิจ และวัตถุประสงค์หลักขององค์กรอย่างแน่นแฟ้นขึ้น วิสัยทัศน์ต้องชัดเจนก่อนจึงจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้ สิ่งใดก็ตามที่ไม่ได้ส่งผลหรือมีส่วนผลักดันให้องค์กรมุ่งสู่วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ถือว่าเป็นการลงทุนที่ไม่ได้สร้างมูลค่าทางธุรกิจ

ทฤษฎีแผนและกลยุทธ์ตลาด

องอาจ ปทะวานิช (2557) หมายถึงกระบวนการทางสังคมและการบริหาร ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของเขาจากการสร้าง การเสนอ และการแลกเปลี่ยน ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น (Kotler.1997 : 9) จากความหมายนี้ประเด็นสำคัญคือ

1. กระบวนการทางสังคมและการบริหาร
2. ต้องมีวัตถุประสงค์ของการตลาด คือ ทำให้บุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับการตอบสนอง

ความต้องการ

3. เครื่องมือที่ใช้คือ การสร้าง การเสนอ และการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น

แผนการตลาด (Marketing Plan) เป็นเอกสารที่อธิบายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ กลยุทธ์การตลาด และโปรแกรมการตลาด หรือหมายถึง เครื่องมือส่วนกลางสำหรับอำนวยความสะดวก การประสานงาน ความพยายามทางการตลาด

Stanton and Fultrell (1987) การวางแผนการตลาด (Marketing planning) หมายถึง การกำหนดจุดมุ่งหมายและ กลยุทธ์ในการใช้ความพยายามทางการตลาดขององค์กร งานในการวางแผนการตลาดก็คือ การเตรียมการที่จะดำเนินการตามขั้นตอนการบริหารตลาดอย่างไร

โปรแกรมการตลาด (Marketing Program) หมายถึง แผนงานที่มีความสมบูรณ์ที่รวม นโยบาย กลยุทธ์ และวิธีการปฏิบัติงานเพื่อตอบคำถามว่า

1. จะทำอะไร
2. ใครเป็นคนทำ
3. จะทำเมื่อไร
4. จะสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายเท่าใด โปรแกรมการตลาดเป็นส่วนหนึ่งของแผนการตลาด

การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด (Marketing situation analysis)

1. สรุปประวัติของบริษัทและสรุปแผนการตลาดของบริษัท (Company Background and executive summary) หัวข้อนี้จะสรุปความเป็นมาของบริษัท สรุปข้อเท็จจริงและข้อเสนอแนะที่สำคัญให้ฝ่ายบริหารระดับสูงได้รับรู้ถึงข้อมูลที่สำคัญของแผนอย่างรวดเร็ว

2. การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน (Analyzing current marketing) เป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด ผลิตภัณฑ์ การแข่งขัน การจัดหาหน่วย และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ การกำหนดและการวิจัยตลาดเป้าหมายเพื่อค้นหาถึงลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อคาดคะเนงบกำไรขาดทุน รวมทั้งคาดคะเนความเป็นไปได้ทางการตลาด

3. การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านตลาด SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต

3.1 การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุกๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธี18 ปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงาน

ก. จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั่นเองว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

ข. จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั้นๆ เองว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั้นๆ เองว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

3.2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตราผู้หนึ่งสี่ของ

ประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึง กรรมวิธีใหม่ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ

ก. โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินงานขององค์กรในระดับมหภาค และองค์กรสามารถขจัดข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นด้วย

ข. อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจะต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบดังกล่าว

จากที่กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย คือการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์กรให้เข้าถึงตัวบุคคลได้อย่างทั่วถึง ได้ข้อมูลที่ตรงกัน และประหยัดเวลา โดยผ่านการสื่อสารหลายแบบ เช่น การใช้อีเมล การสร้างเว็บไซต์สำหรับพนักงาน การใช้การประชุมทางไกลด้วยวิดีโอ ดังนั้นจึงควรมีการนำเอา IT ไปใช้เพื่อช่วยในการพัฒนาองค์กร สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

3. ประวัติความเป็นมา วิสัยทัศน์ พันธกิจ ปรัชญา ของบริษัท เอไอเอ ประเทศไทย จำกัด

3.1 ประวัติและความเป็นมาของ บริษัท เอไอเอ จำกัด

บริษัท เอไอเอ จำกัด (2559) เอไอเอ ก่อตั้งและให้บริการประกันภัยครั้งแรกที่นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน เมื่อปี พ.ศ. 2462 เมื่อกว่า 90 ปีที่ผ่านมา โดยใช้ชื่อ บริษัท อินเทอร์เน็ตแซชชั่นแนล แอสซัวร์ันส์หรืออินแทสโก กลุ่มบริษัทเอไอเอ และบริษัทในเครือ (รวมเรียกว่า “เอไอเอ” หรือ “กลุ่มบริษัทเอไอเอ”) เป็นกลุ่มบริษัทประกันชีวิตที่ใหญ่ที่สุดในผู้นำตลาดภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (ยกเว้นประเทศญี่ปุ่น) ซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และมีการบริหารจัดการอย่างอิสระ ในด้านเบี้ยประกันภัยรับจากรุรกิจประกันชีวิตและเป็นผู้นำตลาดโดยส่วนใหญ่ในภูมิภาคโดยมีสินทรัพย์รวม ณ 30 พฤศจิกายน 2555 ที่ 134,439 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

มีบริษัทในเครือและสำนักงานสาขาใน 17 ประเทศทั่วเอเชียแปซิฟิก ทั้งในประเทศไทย ยองกง ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย จีน เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ใต้หวัน เวียดนาม นิวซีแลนด์ มาเก๊า และบรูไน และเป็นผู้ถือหุ้น 97% ในบริษัทในเครือในประเทศศรีลังกา และถือหุ้นร่วมทุน 26% ในประเทศอินเดีย อีกทั้งยังมีสำนักงานผู้แทนในประเทศพม่า

เอไอเอ ประเทศไทย ดำเนินธุรกิจประกันชีวิตมานานกว่า 78 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2481 และเป็นหนึ่งในสมาชิกของกลุ่มบริษัทเอไอเอ นอกจากธุรกิจประกันชีวิตแล้ว เอไอเอ ประเทศไทย ยังให้บริการประกันภัยอุบัติเหตุและสุขภาพ ประกันสินเชื่อ ประกันภัยกลุ่ม และบริการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กลุ่มบริษัทเอไอเอเป็นบริษัทประกันชีวิตชั้นนำในภูมิภาคเอเชียที่มีรากฐานอยู่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มานานกว่า 90 ปี โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าบุคคลและลูกค้าองค์กรทั้งในด้านการประกันชีวิต การวางแผนทางการเงินในวัยเกษียณ การประกันภัยอุบัติเหตุและสุขภาพ รวมทั้งการบริหารสินทรัพย์ ผ่านเครือข่ายตัวแทนกว่า 320,000 คนและพนักงานกว่า 23,500 คนใน 15 ประเทศ โดยให้บริการลูกค้ากว่า 23 ล้านคนทั่วภูมิภาค มุ่งมั่นนำเสนอความคุ้มครองทางการเงิน ความมั่นคง และความอุ่นใจในอนาคตแก่ลูกค้าผู้ถือกรมธรรม์ ในฐานะบริษัทประกันชีวิต เอไอเอ ตระหนักดีว่าชีวิตนั้นเป็นสิ่งไม่อาจคาดเดา อันประกอบด้วยช่วงเวลาแห่งความสุขสลับกับจังหวะชีวิตที่อาจเกิดเหตุไม่คาดฝัน โดยแต่ละคนล้วนมีเส้นทางชีวิตที่แตกต่างกันไป และนี่คือเหตุผลที่ เอไอเอ เริ่มต้นทุกกระบวนการของเราจากความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค เอไอเอ มีส่วนร่วมทุกซ່ວ່งร่วมสุขกับลูกค้าอย่างแท้จริง เราจึงมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้อย่างตรงใจ ผ่านผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและสุขภาพ รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อการวางแผนทางการเงินที่ครอบคลุมความต้องการในแต่ละช่วงชีวิตเราเชื่อมั่นว่า เอไอเอ คือบริษัทประกันชีวิตที่เข้าใจชีวิต เข้าใจคุณ ที่แท้จริง (The real life company) (บริษัท เอไอเอ ประเทศไทย จำกัด)

กลุ่มบริษัท เอไอเอ มุ่งมั่นนำเสนอความคุ้มครองทางการเงิน ความมั่นคง และความอุ่นใจในอนาคตแก่ลูกค้าผู้ถือกรมธรรม์ ในฐานะบริษัทประกันชีวิต เอไอเอ ตระหนักดีว่าชีวิตนั้นเป็นสิ่งไม่อาจคาดเดา อันประกอบด้วยช่วงเวลาแห่งความสุขสลับกับจังหวะชีวิตที่อาจเกิดเหตุไม่คาดฝัน โดยแต่ละคนล้วนมีเส้นทางชีวิตที่แตกต่างกันไป และนี่คือเหตุผลที่ เอไอเอ เริ่มต้นทุกกระบวนการของเราจากความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค เอไอเอ มีส่วนร่วมทุกซ່ວ່งร่วมสุขกับลูกค้าอย่างแท้จริง เราจึงมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้อย่างตรงใจ ผ่านผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและสุขภาพ รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อการวางแผน

ทางการเงินที่ครอบคลุมความต้องการในแต่ละช่วงชีวิต นี่คือเหตุผลที่เราเชื่อมั่นว่า เอไอเอ คือ บริษัทประกันชีวิตที่เข้าใจชีวิต เข้าใจคุณ ที่แท้จริง (The real life company)

กลุ่มบริษัทเอไอเอนำเสนอมลิตภัณฑ์ในการออมเงินและความคุ้มครองชีวิตแก่ลูกค้าบุคคลผ่านผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ทั้งการวางแผนทางการเงินในวัยเกษียณ การประกันชีวิต และการประกันภัยอุบัติเหตุและสุขภาพ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทเอไอเอยังให้บริการลูกค้าองค์กรผ่านผลิตภัณฑ์สวัสดิการพนักงาน ประกันสินเชื่อ และให้บริการเป็นผู้จัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพผ่านเครือข่ายตัวแทนและพนักงานทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยเอไอเอมีลูกค้าที่ถือครองกรมธรรม์ประกันชีวิตรายบุคคลที่มีผลบังคับมากกว่า 25 ล้านกรมธรรม์ และเป็นสมาชิกกรมธรรม์ประกันกลุ่มมากกว่า 13 ล้านคน กลุ่มบริษัทเอไอเอจดทะเบียนในกระดานหุ้นหลักของตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง ภายใต้รหัสหลักทรัพย์ 1299 สำหรับ American Depositary Receipts (ระดับ 1) มีการซื้อขายหลักทรัพย์นอกตลาดหลักทรัพย์ (Over-the-Counter) ภายใต้สัญลักษณ์ AAGIY

“เราเข้าใจดีว่าชีวิตคนเราไม่แน่นอนและพร้อมจะเป็นกองทุนให้คุณตลอดทุกช่วงชีวิต ด้วยรากฐานการเงินอันเข้มแข็งและประสบการณ์อันกว้างขวาง”

3.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ปรัชญา ของ บริษัท เอไอเอ จำกัด

วิสัยทัศน์ กลุ่มบริษัทเอไอเอมีวิสัยทัศน์ในการเป็นบริษัทประกันชีวิตที่ยอดเยี่ยมที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

พันธกิจ ของเราคือการเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของภูมิภาค

ปรัชญา การดำเนินธุรกิจ การทำสิ่งที่ ถูกต้อง ด้วยวิธีการที่ ถูกต้อง ด้วยคนที่ เหมาะสมจะนำมาซึ่ง ผลลัพธ์ ที่ถูกต้อง

3.3 เหตุการณ์สำคัญ 70 + ปี มองย้อนเหตุการณ์น่าจดจำ

ปี พุทธศักราช 2481 ขยายธุรกิจเข้ามาในประเทศไทยโดยรับประกันทั้งประกันชีวิตและประกันวินาศภัย

ปี พุทธศักราช 2484 เกิดสงครามมหาเอเชียบูรพาส่งผลให้เอไอเอต้องหยุดกิจการ

ปี พุทธศักราช 2491 อินแทสโก เปลี่ยนชื่อเป็นอเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล แอสซิวรันส์ จำกัดหรือเอไอเอ

ปี พุทธศักราช 2492 เอไอเอ กลับเข้ามาดำเนินกิจการในประเทศไทยอีกครั้งที่อาคารยับอินชอย ถ.มหาพฤฒาราม

ปี พุทธศักราช 2495 เอไอเอ ยกฐานะขึ้นเป็นเอไอเอ สาขาประเทศไทย พร้อมย้ายสำนักงานไปที่อาคารมานิดา ถ.เจริญกรุง

ปี พุทธศักราช 2507 ก่อสร้างอาคารสำนักงานของตนเองขึ้นเป็นครั้งแรกคือ อาคารเอไอเอ หรือ เอไอเอ บิลด์ดิ้งในปัจจุบัน ขนาดพื้นที่ 1 ไร่ ตั้งอยู่บนถนนสุรวงศ์ตัดกับเดโช เขตบางรัก กรุงเทพฯ โดยมีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการ ในวันที่ 11 กรกฎาคม 2509 โดย ฯพณฯ รองนายกรัฐมนตรี กรมหมื่นนราธิปพงษ์ประพันธ์ เสด็จเป็นประธานในพิธี

ปี พุทธศักราช 2515 จัดตั้งแผนกฝึกอบรมตัวแทน ทำหน้าที่ฝึกอบรมและเตรียมความพร้อมให้ตัวแทน

ปี พุทธศักราช 2529 ก่อสร้างอาคารสำนักงานเพิ่มอีก 1 แห่งคืออาคาร เอไอเอที หรือเอไอเอ ทาวเวอร์ ซึ่งในปัจจุบันสูง 20 ชั้นบนพื้นที่ 5 ไร่ ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกับอาคารเอไอเอ บิลด์ดิ้ง เพื่อรองรับการขยายธุรกิจ

ปี พุทธศักราช 2540 จัดตั้งศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Center) เพื่อให้บริการแบบครบวงจรแก่ลูกค้าที่ต้องการติดต่อกับเอไอเอโดยตรง

ปี พุทธศักราช 2545 เปิดศูนย์ฝึกอบรมเอไอเอ บนพื้นที่ 3,400 ตารางเมตรบนอาคารสาทร ซิตี้ทาวเวอร์ ถนนสาทร กรุงเทพฯ

ปี พุทธศักราช 2553 เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวรันส์ จำกัด ประเทศไทย เป็น บริษัท เอไอเอ จำกัด

ปี พุทธศักราช 2557 เปิดตัวตึกเอไอเอ แคปิตอล เซ็นเตอร์ โครงการขนาดใหญ่สำหรับการลงทุนธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของเอไอเอ ประเทศไทย

3.4 บริษัทในเครือ 18 ประเทศทั่วเอเชียแปซิฟิก

เราบริหารงาน ใน 18 ประเทศ เอไอเอ ก่อตั้งขึ้นในเอเชีย สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ใน เอเชีย และมุ่งมั่นทำธุรกิจทั้งหมดในเอเชีย เอไอเอ มีสำนักงานผู้แทนในพม่าและกัมพูชา

- | | | |
|-------------------|----------------------|--------------------|
| 1. จีน 2462 | 2. ฮองกง 2474 | 3. สิงคโปร์ 2474 |
| 4. ไทย 2481 | 5. ฟิลิปปินส์ 2490 | 6. มาเลเซีย 2491 |
| 7. บรูไน 2500 | 8. ออสเตรเลีย 2515 | 9. นิวซีแลนด์ 2524 |
| 10. มาเก๊า 2525 | 11. อินโดนีเซีย 2527 | 12. เกาหลี 2530 |
| 13. ไต้หวัน 2533 | 14. เวียดนาม 2543 | 15. อินเดีย 2544 |
| 16. ศรีลังกา 2555 | 17. พม่า 2556 | 18. กัมพูชา 2558 |

* เอไอเอ มีสำนักงานผู้แทนในพม่าและกัมพูชา

3.5 รางวัลและเกียรติประวัติ ความภูมิใจในฐานะผู้นำธุรกิจประกันชีวิต กับความสำเร็จ
ล่าสุด ริเริ่มจัดกิจกรรมวันทำดีร่วมกัน หรือ AIA Sharing A Life กิจกรรมเพื่อสังคมที่ยิ่งใหญ่ที่สุด
ในประวัติศาสตร์เอไอเอ ประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2558

- ปฏิทินอิสลาม เอไอเอ ชนะเลิศ รางวัลสุริยศศิธร รางวัลชนะเลิศ ประเภททั่วไป ชนิด
แขวน ในการประกวดรางวัลสุริยศศิธร ครั้งที่ 35 จากสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย

- รางวัลประกันชีวิตที่น่าเชื่อถือที่สุดจากนิตยสาร BRANDAGE
รางวัลประกันชีวิตที่น่าเชื่อถือที่สุด จากผู้ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวเอง (Purchase-
Decision)และเป็นผู้บริโภคสินค้าเอง (Consumer) จากนิตยสาร BrandAge ติดต่อกันเป็นปีที่ 13

- รางวัลชนะเลิศแบรนด์ยอดเยี่ยมอันดับ 1 ในกลุ่มประกันชีวิตจากนิตยสาร
MARKETEER ได้รับรางวัลจากนิตยสาร Marketeer ติดต่อกัน 4 ปี
ตัวแทนประกันชีวิต เอไอเอ ประเทศไทย 873 ได้รับรางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติครั้งที่ 32
(32ND THAILAND NATIONAL QUALITY AWARDS : 32ND TNQA)

- รางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติครั้งที่ 32 (32nd Thailand National
Quality Awards : 32nd TNQA) ซึ่งเป็นรางวัลอันทรงเกียรติของอาชีพตัวแทนประกันชีวิตที่
สมาคมประกันชีวิตไทยจัดขึ้น

ตัวแทนประกันชีวิตของ เอไอเอ ประเทศไทย จำนวน 10 คน เข้ารับรางวัล “ตัวแทนประกัน
ชีวิตคุณภาพดีเด่น ประจำปี 2557” ซึ่งนับเป็นจำนวนสูงสุดจากจำนวนตัวแทนประกันชีวิตที่ได้รับ
รางวัลทั้งหมด 15 คน ในงานมอบรางวัลประกันภัยดีเด่นครบวงจร

จัดขึ้นโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย
(คปภ.)

- รางวัลองค์กรต้นแบบสร้างเสริมสุขภาพระดับทอง
จากคณะกรรมการเครือข่ายคนไทยไร้พุง ราชวิทยาลัยอายุรแพทย์แห่งประเทศไทย ใน
พระบรมราชูปถัมภ์ โดยการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส)

- เอไอเอ สาทร ทาวเวอร์ ได้รับรางวัล BEST COMMERCIAL DEVELOPMENT AWARD
(อสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ยอดเยี่ยม) จากงาน THAILAND PROPERTY AWARDS

- เอไอเอ สาทร ทาวเวอร์ ได้รับรางวัล BEST GREEN DEVELOPMENT AWARD
(โครงการอาคารสีเขียวยอดเยี่ยม) จากงาน THAILAND PROPERTY AWARDS 2015

- เอไอเอ สาทร ทาวเวอร์ ได้รับรางวัล BEST OFFICE ARCHITECTURAL DESIGN AWARD (อาคารสำนักงานที่มีสถาปัตยกรรมยอดเยี่ยม) จากงาน THAILAND PROPERTY AWARDS 2015
- เอไอเอ สาทร ทาวเวอร์ ได้รับรางวัล BEST OFFICE DEVELOPMENT AWARD (อาคารสำนักงานยอดเยี่ยม) จากงาน THAILAND PROPERTY AWARDS 2015
- คุณศรัณยา เทียนถาวร ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณ“บุคคลคุณภาพแห่งปี 2015” จากมูลนิธิสภาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (มสวท.)
- รางวัลประกาศเกียรติคุณศูนย์รับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค (CALL CENTER) ดีเด่น จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี (สคบ.) โดยได้รับรางวัลนี้ติดต่อกันเป็นปีที่ 2
- รางวัลบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมดีเด่นจากสภาหอการค้าอเมริกันในประเทศไทย (AMCHAM) ระดับซิลเวอร์ (จากการที่ได้รับรางวัลนี้มาติดต่อกัน 4 ปี) สภาหอการค้าอเมริกันในประเทศไทย
- เอไอเอ สาทร ทาวเวอร์ ได้รับรางวัล “HIGHLY COMMENDED BEST COMMERCIAL DEVELOPMENT (SOUTH EAST ASIA)” จากงาน THE SOUTH EAST ASIA PROPERTY AWARDS (SEAPA) 2015
- เอไอเอ สาทร ทาวเวอร์ ได้รับรางวัล “HIGHLY COMMENDED BEST GREEN DEVELOPMENT (SOUTH EAST ASIA)” จากงาน THE SOUTH EAST ASIA PROPERTY AWARDS (SEAPA) 2015
- THAILAND'S MOST ADMIREDCOMPANY บริษัทประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในประเด็นภาพลักษณ์แบรนด์ของกิจการ (IMAGE OF BRANDS OWNED) จากนิตยสาร THE COMPANY
- THAILAND'S MOST ADMIREDBRAND รางวัลประกันชีวิตที่น่าเชื่อถือที่สุด จากผู้ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวเอง (PURCHASE-DECISION) และเป็นผู้บริโภคสินค้าเอง (CONSUMER) จากนิตยสาร BRANDAGE
- รางวัลชนะเลิศแบรนด์ยอดเยี่ยมอันดับ 1 ในกลุ่มประกันชีวิตจากนิตยสาร MARKETEEER
- รางวัลสุริยศศิธร ครั้งที่ 33 รองชนะเลิศปฏิทินดีเด่น ประจำปี 2556 ชนิดแขวน ประเภทจรรโลงสังคมและสภาวะแวดล้อมในปัจจุบัน

- รางวัลสุริยาศศิธร ครั้งที่ 33 รองชนะเลิศปฏิทินดีเด่น ประจำปี 2556 ชนิดแขวน ประเภท จรรโลงสังคมและสภาวะแวดล้อมในปัจจุบัน จากสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย ด้วย ผลงานปฏิทินชุด “วิจิตรศิลป์วิถีมุสลิม” ปฏิทินฮีจญะเราะฮ์ศักราชอิสลาม 1434/2556 พร้อม ตารางเวลาละหมาดประจำวัน

- รางวัล MOST TRUSTED BRAND จากนิตยสาร READER'S DIGEST ASIA

รางวัล Most Trusted Brand จากนิตยสาร Reader's Digest Asia พิจารณาจากความ แข็งแกร่งทางการเงินและบริการที่เป็นเลิศ มีนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ที่ตรงใจ

- ประกาศนียบัตร รับรองว่ามีระบบป้องกันการทุจริตจากแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชน ไทยในการต่อต้านการทุจริต จากพีทซ์ เรทติ้งส์ ประเทศไทย AAA (THA)

เป็นบริษัทประกันเดียวที่ได้รับการจัดอันดับความแข็งแกร่งทางการเงินภายในประเทศ (National Insurer Financial Strength) ในระดับสูงสุดที่ AAA(thai) และแนวโน้มมีเสถียรภาพ จากพีทซ์ เรทติ้งส์ ประเทศไทย

- รางวัล สถาบันการเงินยอดเยี่ยม (BEST FINANCIAL SERVICES COMPANY AWARD) จากหอการค้าเนเธอร์แลนด์-ไทย และหอการค้าเบลเยียม/ลักเซมเบิร์ก-ไทย

- รางวัล สถาบันการเงินยอดเยี่ยม (Best Financial Services Company Award) จาก หอการค้าเนเธอร์แลนด์-ไทย และหอการค้าเบลเยียม/ลักเซมเบิร์ก-ไทย โดยพิจารณาจาก 5 ปัจจัย ได้แก่ การริเริ่มนวัตกรรมใหม่, ความรับผิดชอบต่อสังคม, การอบรมและพัฒนาบุคลากร, การ ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศไทยกับกลุ่มประเทศเบเนลักซ์ และความสำเร็จทาง ธุรกิจในภาพรวม

- รางวัล THE MOST POWERFUL BRAND OF THAILAND 2012 (สุดยอดแบรนด์ทรง พลังแห่งประเทศไทย) อันดับที่ 1 ของหมวดบริษัทประกันชีวิต จากการวิจัยของคณะ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- รางวัล The Most Powerful Brand of Thailand 2012 (สุดยอดแบรนด์ทรงพลังแห่ง ประเทศไทย) อันดับที่ 1 ของหมวดบริษัทประกันชีวิต จากการวิจัยของคณะพาณิชยศาสตร์และ การบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยประเมินคุณค่าของแบรนด์ผลิตภัณฑ์ (Brand Valuation) ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย ความตระหนักในแบรนด์ (Awareness) ความชื่นชอบ (Favorable) ความ แตกต่าง (Difference) ด้านภาพลักษณ์ และการใช้ผลิตภัณฑ์ (Usage)

- รางวัล AMCHAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY EXCELLENCE RECOGNITION (บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมดีเด่น) จากสภาหอการค้าอเมริกันในประเทศไทย (AMCHAM)

- รางวัลบริษัทประกันชีวิตที่มีการบริหารงานดีเด่นอันดับ 1 ประจำปี 2554 ในงานมอบรางวัลประกันภัยดีเด่นครบวงจรประจำปี 2555 (PRIME MINISTER'S INSURANCE AWARDS 2012)

- รางวัลบริษัทประกันชีวิตที่มีการบริหารงานดีเด่นอันดับ 1 ประจำปี 2554 ในงานมอบรางวัลประกันภัยดีเด่นครบวงจรประจำปี 2555 (Prime Minister's Insurance Awards 2012) แสดงให้เห็นว่า เอไอเอ มีความมั่นคงทางการเงิน มีการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการให้บริการลูกค้าและประชาชนอย่างรวดเร็วและโปร่งใส มีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการสนับสนุนการดำเนินงานตามกรอบแผนแม่บทการพัฒนาการประกันภัยตลอดจนมีการส่งเสริม สนับสนุนและมีส่วนร่วมในสาธารณประโยชน์โดยรวมอย่างเป็นรูปธรรม

ปี พ.ศ. 2557

- ปฏิทินอิสลาม เอไอเอ ชนะเลิศ รางวัลสุริยศศิธร

- รางวัลชนะเลิศ ประเภททั่วไป ชนิดแขวน ในการประกวดรางวัลสุริยศศิธร ครั้งที่ 34 จากสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย

- รางวัลชนะเลิศแบรนด์ยอดเยี่ยมอันดับ 1 ในกลุ่มประกันชีวิตจากนิตยสาร MARKETEEER รางวัลประกันชีวิตที่น่าเชื่อถือที่สุดจากนิตยสาร BRANDAGE

- รางวัลประกันชีวิตที่น่าเชื่อถือที่สุด จากผู้ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวเอง (Purchase-Decision) และเป็นผู้บริโภคสินค้าเอง (Consumer) จากนิตยสาร BrandAge ติดต่อกันเป็นปีที่ 12 จากฟิฟท์ เทรตติ้งส์ ประเทศไทย AAA (THA)

เป็นบริษัทประกันเดียวที่ได้รับการจัดอันดับความแข็งแกร่งทางการเงินภายในประเทศ (National Insurer Financial Strength) ในระดับสูงสุดที่ AAA(tha) และแนวโน้มมีเสถียรภาพจากฟิฟท์ เทรตติ้งส์ ประเทศไทย

- รางวัล ครอบครัวเดียวกัน ปี 2557 ประเภท พันธมิตรองค์กรดีเด่น จากโรงพยาบาลธนบุรี 2

- รางวัลประกาศเกียรติคุณศูนย์รับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค (CALL CENTER) ดีเด่น

- รางวัลประกาศเกียรติคุณศูนย์รับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค (Call Center) ดีเด่น จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี (สคบ.)

3.6 รางวัลนวัตกรรมดีเด่น

กลุ่มบริษัทเอไอเอ

- รางวัลแบรนด์ที่แข็งแกร่งและทรงพลังที่สุดในประเทศไทยประจำปี 2557 ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเครื่องมือประเมินคุณค่าแบรนด์ผลิตภัณฑ์เพื่อจัดอันดับแบรนด์ผลิตภัณฑ์” ขึ้นเพื่อสำรวจถึงแบรนด์ที่แข็งแกร่งและทรงพลังที่สุดในประเทศไทย ปี 2014 (The Most Powerful Brands of Thailand 2014) โดยเอไอเอ ได้รับการจัดอันดับนี้ต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 2

- รางวัลบริษัทประกันชีวิตที่มีการบริหารงานดีเด่น อันดับ 2 ประจำปี 2556 ในงานมอบรางวัลประกันภัยดีเด่น ครบวงจรประจำปี 2556 (PRIME MINISTER'S INSURANCE AWARDS 2014)

รางวัลบริษัทประกันชีวิตที่มีการบริหารงานดีเด่นอันดับ 1 ประจำปี 2556 ในงานมอบรางวัลประกันภัยดีเด่นครบวงจรประจำปี 2556 (Prime Minister's Insurance Awards 2013) แสดงให้เห็นว่า เอไอเอ มีความมั่นคงทางการเงิน มีการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการให้บริการลูกค้าและประชาชนอย่างรวดเร็วและโปร่งใส มีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการสนับสนุนการดำเนินงานตามกรอบแผนแม่บทการพัฒนาการประกันภัยตลอดจนมีการส่งเสริม สนับสนุนและมีส่วนร่วมในสาธารณประโยชน์โดยรวมอย่างเป็นรูปธรรม

- รางวัลอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ยอดเยี่ยม รางวัลดีเด่น ด้านนวัตกรรมในการออกแบบสถาปัตยกรรมยอดเยี่ยมจากงาน THAILAND PROPERTY AWARDS 2014

- ม.ล. จิรเศรษฐ์ สุขสวัสดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท เอไอเอ ประเทศไทย ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณ “บุคคลคุณภาพแห่งปี 2014” โดยเป็นบุคคลตัวอย่างในภาคธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต จากมูลนิธิสภาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (มสวท.) มูลนิธิสภาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (มสวท.)

- รางวัลอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ยอดเยี่ยม รางวัลดีเด่น THE SOUTH EAST ASIA PROPERTY AWARDS (SEAPA) 2014

- รางวัลบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมดีเด่นจากสภาหอการค้าอเมริกันในประเทศไทย (AMCHAM) สภาหอการค้าอเมริกันในประเทศไทย

3.7 เอไอเอ สปอนเซอร์สโมสรฟุตบอล ท็อตแน่ม ฮ็อตสเปอร์

จากความสำเร็จของ เอไอเอ ในการเป็นผู้สนับสนุนโลโก้บนหน้าอกเสื้อของทีมสโมสรฟุตบอลพรีเมียร์ลีก อังกฤษ ท็อตแน่ม ฮ็อตสเปอร์ ในฤดูกาล 2556/2557 เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2557 กลุ่มบริษัท เอไอเอ จำกัด ได้ประกาศเป็นผู้สนับสนุนระยะยาวกับทีมสโมสรฟุตบอล ท็อตแน่ม ฮ็อตสเปอร์ อีกครั้ง โดยแบรนด์เอไอเอจะอยู่บนหน้าอกเสื้อของ ผู้เล่นทุกคนของทีมสโมสรดังกล่าวในการแข่งขันฟุตบอลทุกนัดจนหมดฤดูกาลในปี 2561/2562

การสนับสนุนของเอไอเอช่วยตอกย้ำความมุ่งมั่นในการเป็นองค์กรที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้คนอย่างลึกซึ้ง จากการตระหนักถึงความจำเป็นในการมีส่วนร่วมสนับสนุนด้านกีฬาเพื่อส่งเสริมไลฟ์สไตล์ด้านสุขภาพ ตลอดจนถึงแรงจูงใจพิเศษของสุดยอดนักกีฬาระดับอาชีพที่สามารถเป็นแบบอย่างได้เป็นอย่างดี ดังนั้น เอไอเอ และสโมสรฟุตบอล ท็อตแน่ม ฮ็อตสเปอร์ จึงได้ประกาศโปรแกรมการฝึกอบรมฟุตบอลสำหรับเยาวชนในประเทศต่างๆ ในเอเชียตลอดปี 2557 โดยผู้ฝึกสอนของสโมสรฟุตบอล ท็อตแน่ม ฮ็อตสเปอร์ จะเดินทางไปให้ความรู้และอบรมด้านฟุตบอลแก่เยาวชนที่ด้อยโอกาส เพื่อร่วมกันพัฒนาความสนใจ และการเล่นฟุตบอล ซึ่งการเล่นฟุตบอลจะช่วยสอนและขัดเกลาเยาวชนให้รู้จักคุณค่าของทีมเวิร์ค หรือการทำงานร่วมกันเป็นทีม เห็นผลดีอย่างเด่นชัดนอกเหนือจากการเล่นฟุตบอลในสนาม

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 งานวิจัยภายในประเทศ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการขาย พบว่ามีวิจัยในประเทศและต่างประเทศที่สำคัญดังนี้

ปณิตดา คุรุกิจกาจร (2542) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จในอาชีพในแต่ละด้าน โดยการแจกแบบสอบถาม

ผลการวิจัยปรากฏผลดังนี้ ตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จในอาชีพมีเพศต่างกัน อายุต่างกัน และสถานภาพสมรสต่างกัน มีคุณลักษณะด้านการพัฒนาตนในด้านการทำงาน ด้านวิจารณ์ญาณ ด้านการสื่อสารให้ผู้อื่นคล้อยตาม และด้านความเชื่อมั่นในตนเองไม่แตกต่างจากตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จในอาชีพที่มีระดับการศึกษาต่างกัน และประสบการณ์ด้านการขายประกันชีวิตต่างกัน มีคุณลักษณะด้านการสื่อสารให้ผู้อื่นคล้อยตามและคุณลักษณะด้านการพัฒนาตนในด้านการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

นภาพกรณ์ ศันสนะพงษ์ปรีชา (2542) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยบางประการที่ส่งผลความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต” วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ที่สนใจในอาชีพตัวแทนได้ใช้ผลการศึกษาเพื่อข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาเข้ามาศึกษาอาชีพตัวแทนประกันชีวิตรวมถึงผู้ที่สำเร็จในอาชีพนี้

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงอยู่ในอาชีพ ได้แก่ ความอิสระในการประกอบอาชีพ และการมีรายได้ที่ขึ้นอยู่กับความสามารถเป็นสำคัญ และยังคงประกอบอาชีพนี้ต่อไปในอนาคต ผู้ที่เข้าสู่อาชีพส่วนใหญ่จะมีเวลาในอาชีพสั้น บริษัทจึงต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนาตัวแทนใหม่อยู่เสมอในระยะเวลายาว

กาญจนา ศรีหมอก (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคารในจังหวัดชัยนาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการทำประกันชีวิต และปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจให้พนักงานธนาคารซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อตลาดประกันชีวิต โดยสุ่มตัวอย่างจากพนักงานธนาคารในจังหวัดชัยนาท จำนวน 150 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการใช้แบบจำลองโลจิสต์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความน่าจะเป็นสูงสุด

จากการศึกษาพบว่า พนักงานธนาคารในจังหวัดชัยนาทที่เลือกทำประกันชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 70.59 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 44.71 มีสถานภาพสมรสร้อยละ 72.94 มีจำนวนผู้อยู่ในอุปการะเลี้ยงดู 2 คน ร้อยละ 42.35 มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 35.29 มีหนี้สินต่ำกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 25.88 มีเงินออม 100,001-500,000 บาท ร้อยละ 30.59 ส่วนใหญ่ไม่มีการทำประกันชีวิตมาก่อน ร้อยละ 71.76 เลือกทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ร้อยละ 67.06 ส่วนใหญ่ซื้อเป็นของตัวเอง 1 กรมธรรม์ ชื่อให้สมาชิกในครอบครัวอีก 1 กรมธรรม์ เลือกกรมธรรม์ที่ให้ความคุ้มครอง 16-20 ปี ร้อยละ 50.59 ถูกแนะนำหรือชักชวนโดยตัวแทนประกันชีวิต ร้อยละ 43.53 และทำสัญญาประกันชีวิตด้วยตัวเอง ร้อยละ 88.24 สำหรับเหตุผลที่ กลุ่มตัวอย่าง เลือกทำประกันชีวิตส่วนใหญ่ให้ความสำคัญว่าเป็นการสร้างหลักประกันความมั่นคงให้แก่ชีวิตและครอบครัวมากที่สุด รองลงมาคือต้องการออมเพื่ออนาคต ต้องการความคุ้มครองที่มั่นคง เชื่อมั่นในความมั่นคงของบริษัท และเบี้ยประกันสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ ตามลำดับ

กิตติพงษ์ ปาลี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตในจังหวัดเชียงใหม่” โดยทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือกรมธรรม์ประกันชีวิต

และศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิตจากการสุ่มตัวอย่าง อย่างมีระบบ 400 คน ใช้แบบจำลองโลจิสติกในการศึกษาและทำการประมาณค่าพารามิเตอร์โดยใช้ เทคนิคการวิเคราะห์ความน่าจะเป็นสูงสุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองโลจิสติก พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือกรรมธรรม์ประกันชีวิต ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ภาวะหนี้สิน และจำนวนผู้ที่อยู่ในความอุปการะ ในการทดสอบความเที่ยงตรงในการพยากรณ์นั้น พบว่า แบบจำลองโลจิสติกสามารถพยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 92.75

สมควร วีระอาชากุล (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิต:กรณีศึกษาบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด ภาคตะวันออก 1 ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมมีระดับปัญหาและอุปสรรคมาก โดยในด้านการขายประกันชีวิต พบว่ามีระดับปัญหาและอุปสรรคมากเป็นอันดับแรก เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเสนอขายประกันชีวิตในเรื่องตัวแทนขายประกันชีวิตต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องในการขายประกันชีวิตด้วยตนเอง มีระดับปัญหาและอุปสรรคมากเป็นอันดับแรก ด้านการทำสัญญาประกันชีวิต ในเรื่องเนื้อหาการฝึกอบรมให้ความรู้กับตัวแทนประกันชีวิต ตามหลักสูตรที่บริษัท กำหนดขึ้นในด้านการทำสัญญาประกันชีวิตไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน มีระดับปัญหาและอุปสรรคมากเป็นอันดับแรก ด้านการบริการหลังการขาย ในเรื่องความไม่สะดวกในเรื่องการขอรับเงินสินไหมชดเชยรายวัน กรณีเข้ารับการรักษาตัวเป็นผู้ป่วยใน มีระดับปัญหาและอุปสรรคมาก เป็นอันดับแรก เมื่อเปรียบเทียบระดับปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิตจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประสบการณ์ ลักษณะงาน และรายได้พบว่าด้านรายได้มีระดับปัญหาและอุปสรรคมากเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะตัวแทนประกันชีวิตที่มีรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาทต่อปี มีระดับปัญหาและอุปสรรคมากเป็นอันดับแรก เห็นควรปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ปัจจุบันเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ด้วยตนเองให้กับตัวแทนประกันชีวิต ทั้งในด้านทักษะการขายประกันชีวิต ด้านการทำสัญญาประกันชีวิต และควรปรับเปลี่ยนวิธีการจ่ายเงินชดเชยรายวันให้สะดวกต่อไป

วาสนา พุ่มพวง (2553) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการสร้างตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ตัวแทนเป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 45 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพอิสระ และมีรายได้ต่อเดือน 20,000-40,000 บาท มีระดับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการสร้างตัวแทนประกันชีวิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.30 เมื่อพิจารณารายด้าน

ลำดับแรกคือด้านบริษัท ในส่วนของความมั่นคงของบริษัท รองลงมาคือด้านสินค้าในส่วนของมีการพัฒนาแบบประกันชีวิตใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ด้านการสรรหาและการอบรมคือ วิทยากรอบรมมีความรู้ความสามารถในเรื่องที่อบรมเป็นอย่างดี, ถ่ายทอดความรู้ได้ดีและสามารถหาเหตุการณ์ในปัจจุบันมาประยุกต์ เข้ากับเรื่องที่อบรมได้เป็นอย่างดี ด้านผู้บังคับบัญชาตามลำดับ ในส่วนของความเอาใจใส่และตั้งใจดีในการทำงาน และลำดับสุดท้ายคือด้านตัวแทน ในส่วนของตัวแทนมีทัศนคติที่ดีต่อการขายประกันชีวิต เมื่อทำการทดสอบสมมติฐาน พบว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ การศึกษาที่ต่างกันของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด มีระดับผลกระทบต่อการสร้างตัวแทนของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนตัวแทนที่มีเพศที่ต่างกัน อายุที่ต่างกัน สถานภาพที่ต่างกัน และรายได้ที่ต่างกันมีผลกระทบต่อการสร้างตัวแทนของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด ไม่แตกต่างกัน

4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

William and Richard (1986) ศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตระหว่างเพศชายและเพศหญิงผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตระหว่างเพศชายและเพศหญิงส่วนมากจะเหมือนกัน แต่มีความแตกต่างใน 2 ประเด็นที่ชัดเจน คือ เพศชายค่อนข้างจะให้ความสำคัญกับเรื่องความยุติธรรมในผลตอบแทนที่ได้รับ โดยจะมองว่าบริษัทประกันชีวิตมีผลกำไรสูงกว่าธุรกิจอื่น ในขณะที่เพศหญิงจะมีทัศนคติกลางๆ ต่อประเด็นนี้ และอีกประเด็นหนึ่งคือ เพศชายไม่ค่อยใส่ใจนักว่าจะได้รับการบริการจากตัวแทนเดิมหรือไม่ ในขณะที่เพศหญิงจะให้ความสำคัญต่อการได้รับบริการต่อเนื่องจากตัวแทนคนเดิมที่ไว้ใจ

Opcin (2002) ศึกษาผลกระทบต่อการประกันสุขภาพของผู้ที่ลาออกก่อนวัยเกษียณอายุ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจมากที่สุด คือ ผลประโยชน์ที่จะได้รับ นั่นคือ เงินที่ได้รับต้องมากกว่าเงินเดือนเมื่อครบวันเกษียณ และเงินตอบแทนจากการประกันสุขภาพกับผลประโยชน์ที่เปลี่ยนแปลงไปมีผลต่อความตัดสินใจที่จะเกษียณเร็วขึ้น ซึ่งผลกระทบเหล่านี้ทำให้เกิดความเป็นไปได้ คาดว่าจะทำให้มีผู้เกษียณอายุเพิ่มมากขึ้นจากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 56 ซึ่งผลกระทบนี้มีความรุนแรงในกลุ่มช่วงอายุ 62-64 ปี

Swamy (2002) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตระยะยาวสำหรับผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อประกันชีวิตในปี 2002 พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทัศนคติ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในระยะยาว โดยปัจจัยด้านความเข้าใจในการทำประกันชีวิตระยะยาวและการลงทุนเพื่อผลประโยชน์หลังวัยเกษียณ ส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบระยะยาว

สูงขึ้น ซึ่งปัจจัยสำคัญคือผลประโยชน์ของการประกันภัยแบบระยะเวลา ทำให้เพิ่มความเป็นไปได้ที่จะซื้อประกันร้อยละ 17 จากปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ

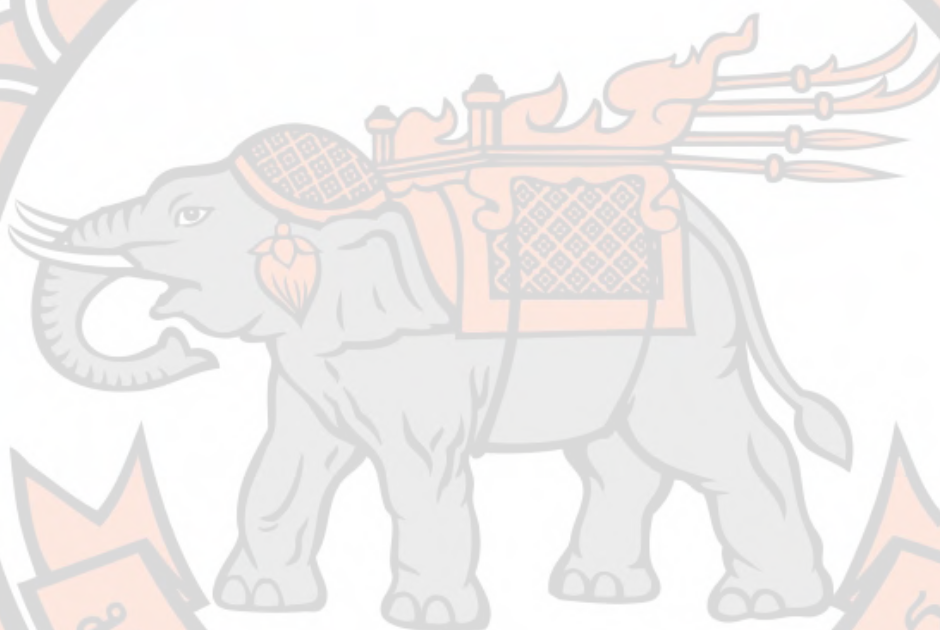
Josa (2005) ได้ศึกษาถึงตลาดของการประกันชีวิตของโลก และปัจจัยแห่งความสำเร็จและความยั่งยืนของบริษัทประกันชีวิต โดยเน้นการศึกษาประกันชีวิตผ่านธนาคาร โดยทำการศึกษารายบริษัทประกันชีวิตทั่วโลกจำนวน 73 บริษัท กระจายไป 23 ประเทศทั่วโลก โดยจากการศึกษาพบว่าอุปสงค์ของการประกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ขนาดของบริษัทประกันชีวิต ความเสี่ยงของบริษัทประกันชีวิต การลดค่าใช้จ่าย การเพิ่มเงินลงทุน ขนาดของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศ ระดับของความเข้มงวดทางด้านกฎหมายภายในประเทศ การเปลี่ยนแปลงของรายได้ประชาชาติ และอัตราเงินเฟ้อในประเทศ ซึ่งปัจจัยภายนอกเหล่านี้มีผลต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคต่อการทำประกันผ่านช่องทางทางการขายของธนาคารพาณิชย์

Fields and Other (2007) ได้ศึกษาถึงรูปแบบของธุรกิจนายหน้าประกันชีวิตผ่านธนาคารประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าประชาชนซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารที่ตนเป็นลูกค้าด้วยเหตุผลคือ 1) ความเชื่อมั่นและสัมพันธ์ภาพกับธนาคาร ในการดูแลเงิน 2) ความสะดวกในการเดินทางและการสื่อสาร 3) การยอมรับในสินค้าทางการเงินได้ง่าย 4) เชื่อถือในทักษะของพนักงานธนาคาร 5) ใช้บริการธนาคารอยู่แล้ว

Rajkumari (2007) ได้ศึกษาเปรียบเทียบการทำประกันชีวิตและประกันภัยผ่านช่องทางจำหน่ายของธนาคารกับผ่านทางบริษัทประกันภัยของผู้บริโภคในเมือง Chennai ประเทศอินเดีย พบว่าคนส่วนใหญ่ตระหนักถึงความสำคัญของการทำประกันชีวิตและประกันภัยแต่สัดส่วนของผู้ทำประกันยังน้อยอยู่ โดยประชาชนยังลังเลที่จะทำประกันชีวิตอันเนื่องมาจากความเชื่อทางสังคมและความเชื่อผิด ๆ จากการศึกษานี้ได้จำแนกแบ่งกลุ่มผู้ศึกษาตามอาชีพและตามอายุพบว่าผู้ที่ทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งคนกลุ่มนี้ยังไม่ให้ความสำคัญกับการทำประกันภัย ในขณะที่อาชีพนักธุรกิจให้ความสำคัญกับการทำประกันภัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำประกันสุขภาพ โดยสาเหตุที่ผู้บริโภคทำประกันชีวิต เพราะต้องการลดหย่อนภาษีเงินได้ ผลตอบแทน การคุ้มครอง และการออมตามลำดับ ซึ่งการทำประกันภัยผ่านช่องทางจำหน่ายของธนาคารในประเทศไทยยังเป็นช่องทางใหม่จากการศึกษามีผู้รับรู้เพียง 22 % โดยการรับรู้ของผู้บริโภคผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มากที่สุด รองลงมาคือรับรู้ผ่านเพื่อน และทางสื่อโฆษณาต่าง ๆ โดยการทำประกันภัยมากที่สุดคือ การทำประกันสุขภาพ การทำประกันภัยบ้านและการทำประกันภัยรถยนต์ตามลำดับ โดยกลุ่มลูกค้าผู้ทำประกันชีวิตผ่านธนาคารนั้นมีความสัมพันธ์น้อยมากกับการเป็นลูกค้าของธนาคารด้านการฝากเงินหรือการกู้เงิน นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ของธนาคารจะไม่มี

ความสัมพันธ์กับผู้ทำประกันชีวิตผ่านธนาคาร กล่าวคือ เมื่อทำประกันแล้วผู้ที่ทำหน้าที่ต่อไปคือ
เจ้าหน้าที่ของบริษัทประกันภัย

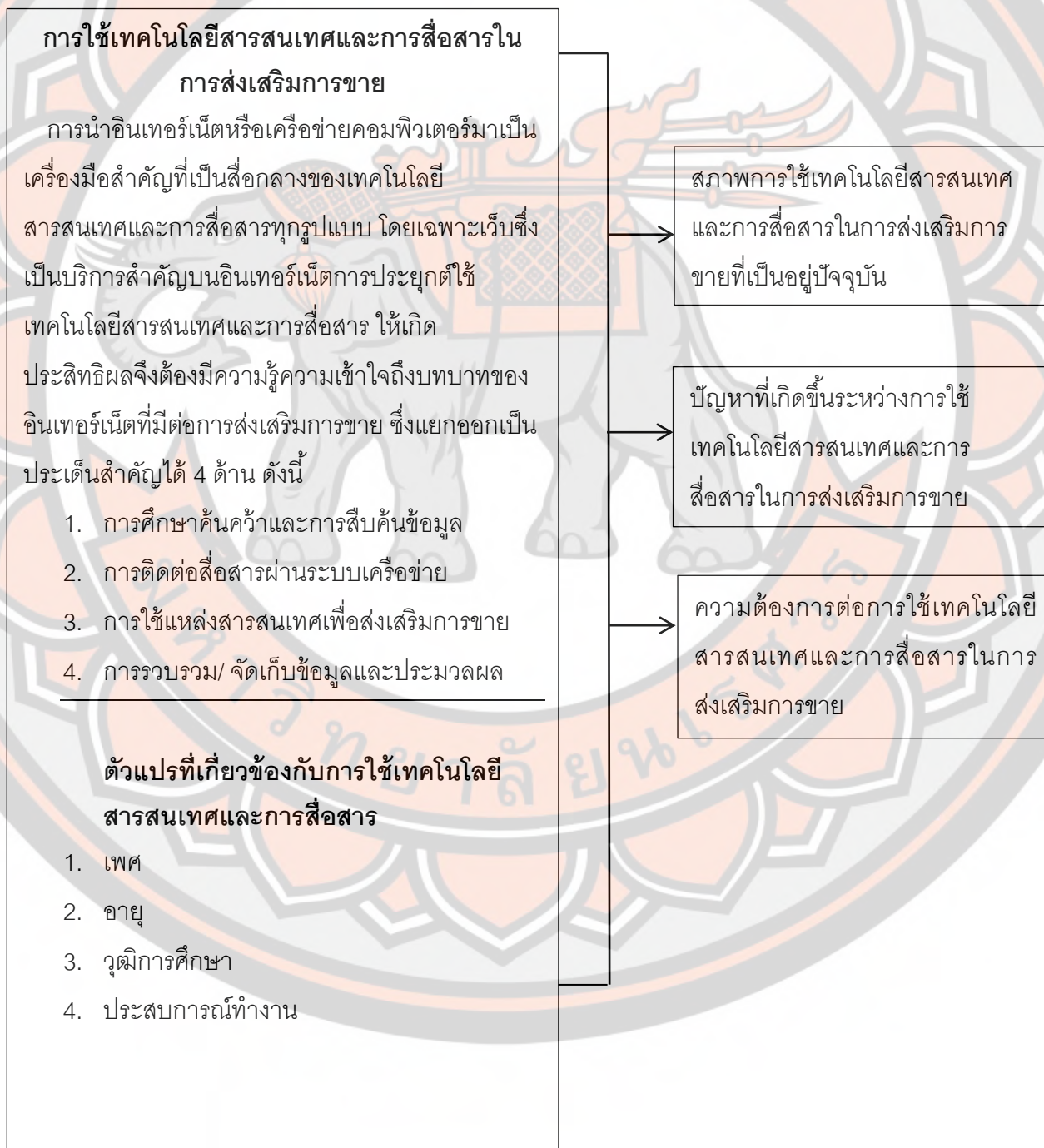
จากการศึกษางานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องการใช้เทคโนโลยี
สารสนเทศและการสื่อสาร ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยแบบสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยได้นำบางส่วนของงานวิจัย
มาประยุกต์ใช้กับแนวคิดและวิธีการในการทำวิจัยให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นต่อไป



การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย สำหรับตัวแทน บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
3. วิธีการสร้างและการประสิทธิภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนประกันชีวิต ระดับผู้จัดการ ระดับหัวหน้าหน่วย และระดับตัวแทน จำนวน 231 คน บริษัท เอไอเอ สาขาตะพานหิน จังหวัดพิจิตร (สำนักงานคุณแสง ทองย้อย)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท เอไอเอ สาขาตะพานหิน จังหวัดพิจิตร (สำนักงานคุณแสง ทองย้อย) ที่มีการปฏิบัติงานต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ ในปี พุทธศักราช 2559 จำนวน 144 คน ที่ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม ถึง 30 กันยายน 2559

ตาราง 1 แสดงจำนวนประชากร ที่สังกัดสำนักงาน เอไอเอ ตะพานหิน จ.พิจิตร

ระดับตำแหน่ง	ประชากร (คน)
1. ผู้จัดการภาคอาวุโส	1
2. ผู้จัดการภาค	3
3. ผู้จัดการ	10
4. ผู้บริหารหน่วย	6
5. ตัวแทน	211
รวม	231
รวมกลุ่มตัวอย่าง	144

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่อง "ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด" โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัทเอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด

2.1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะแบบเป็นการตรวจสอบรายการ (Check list) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน

2.2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัทเอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล, ด้านการติดต่อประสานสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย, ด้านการแหล่งสารสนเทศเพื่อการขาย, ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แสดงการประเมินได้ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง	ระดับสภาพอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง	ระดับสภาพอยู่ในระดับมาก
ระดับ 3 หมายถึง	ระดับสภาพอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง	ระดับสภาพอยู่ในระดับน้อย
ระดับ 1 หมายถึง	ระดับสภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัทเอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด ที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล, ด้านการติดต่อประสานสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย, ด้านการ แหล่งสารสนเทศเพื่อการขาย, ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล โดยลักษณะ แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แสดงการ ประเมินได้ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง	ปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง	ปัญหาอยู่ในระดับมาก
ระดับ 3 หมายถึง	ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง	ปัญหาอยู่ในระดับน้อย
ระดับ 1 หมายถึง	ปัญหาอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน บริษัทเอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด ที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล, ด้านการติดต่อประสานสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย, ด้านการ แหล่งสารสนเทศเพื่อการขาย, ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล โดยลักษณะ แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แสดงการ ประเมินได้ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง	ความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง	ความต้องการอยู่ในระดับมาก
ระดับ 3 หมายถึง	ความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง	ความต้องการอยู่ในระดับน้อย
ระดับ 1 หมายถึง	ความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามลักษณะเป็นข้อคำถามปลายเปิด (Open-ended question) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล, ด้านการติดต่อประสานสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย, ด้านการแหล่งสารสนเทศเพื่อการขาย, ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทเอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด ซึ่งจำเป็นข้อเสนอแนะสำหรับใช้พัฒนาและปรับปรุงดำเนินการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนให้มีประสิทธิภาพต่อไป

3. วิธีการสร้างและหาประสิทธิภาพเครื่องมือ

วิธีการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าตามลำดับ

3.1 ศึกษาเอกสารและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน (กรอบแนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยในการสร้างแบบสอบถาม) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างข้อคำถามให้อยู่ภายใต้แนวความคิดในการวิจัยและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2 สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหา และความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ และแบบสอบถามลักษณะเป็นข้อคำถามปลายเปิด (Open-ended question) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ความถูกต้องของสำนวนภาษาและรับข้อเสนอแนะในการนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยกำหนดคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535)

- | | |
|----|--|
| +1 | เมื่อแน่ใจว่าเนื้อหา มีความสอดคล้อง |
| 0 | เมื่อไม่แน่ใจว่าเนื้อหา มีความสอดคล้อง |
| -1 | เมื่อแน่ใจว่าเนื้อหา ไม่มีความสอดคล้อง |

หลังจากนั้นนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC โดยใช้สูตรคำนวณ
ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

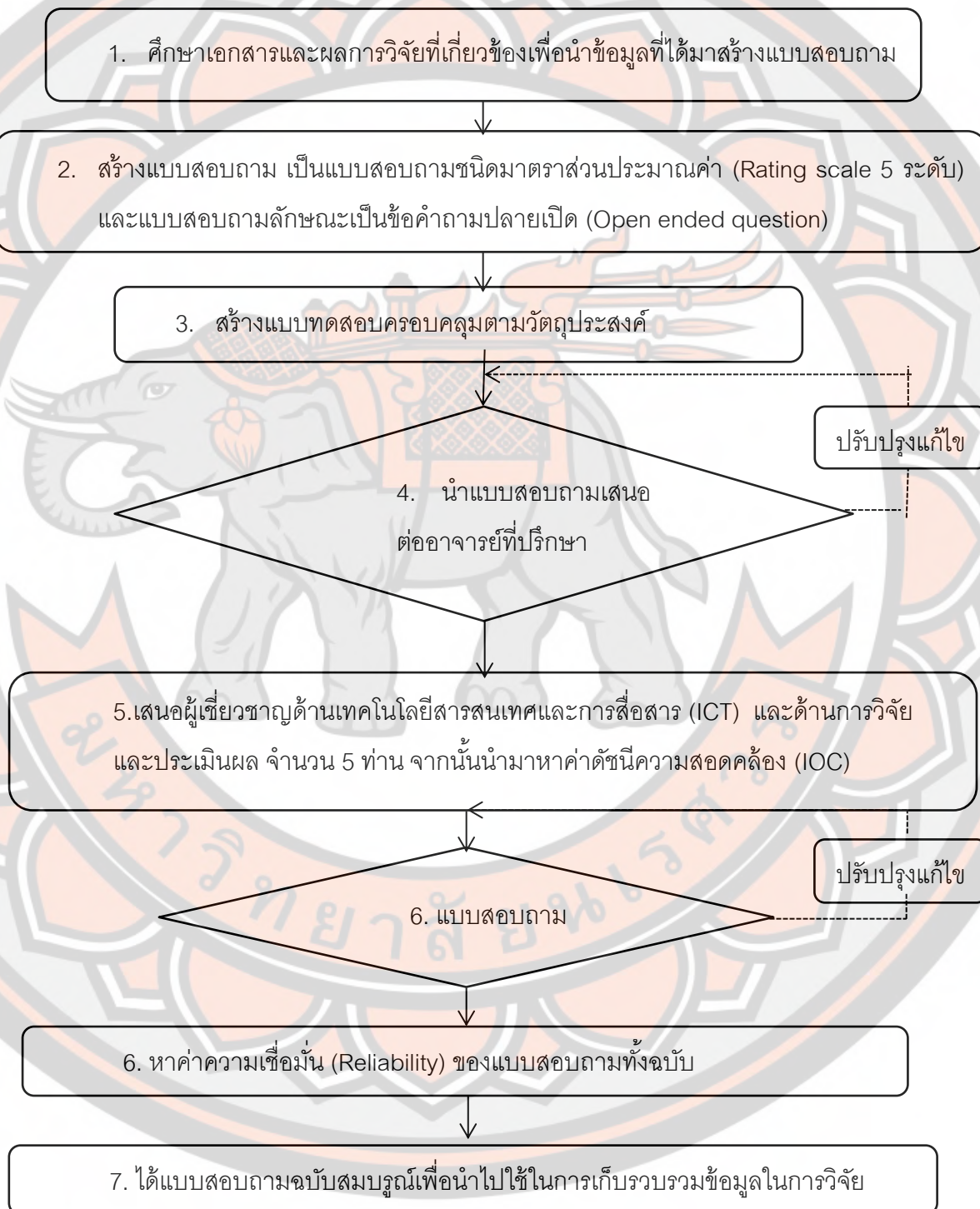
โดย IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้องในความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

3.5 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปดำเนินการแก้ไข

3.6 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มซึ่งไม่ใช่
กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จำนวน
10 คน

3.7 นำแบบสอบถามมาจัดพิมพ์เป็นฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยต่อไป

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามสามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้



ภาพ 2 แสดงขั้นตอนวิธีการสร้างและหาประสิทธิภาพเครื่องมือ

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1 ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้
ทำหนังสือเพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวรเพื่อ
ขอความร่วมมือไปยังเจ้าของสำนักงาน เอไอเอ สาขาตะพานหิน (สำนักงานคุณแสง ทองย้อย) ที่
เป็นต้นสังกัดของผู้ดำเนินการวิจัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลการวิจัย

4.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยจัดส่ง
แบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนผู้ปฏิบัติหน้าที่การทำงานในปัจจุบัน ซึ่งมีทั้งผู้บริหาร
และตัวแทน จำนวน 144 คน

4.2 รวบรวมแบบสอบถามจากตัวแทน นำมาหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน

4.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและ
เขียนผลการวิเคราะห์ สรุปผล อภิปรายผลข้อเสนอแนะต่าง ๆ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้ศึกษาค้นคว้าโปรแกรมสำเร็จรูปด้านการวิจัยทางสถิติ วิเคราะห์ สภาพปัญหาและความ
ต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท
เอไอเอ จำกัด โดยนำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาและคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ นำมา
วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม โดยได้แบบสอบถามคืนมาจำนวน 144 ฉบับ มีความสมบูรณ์ทุก
ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 และทำการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

5.1 ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา
บริษัท เอไอเอ จำกัด วิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ

5.2 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาสภาพปัญหาและความ
ต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายตัวแทนประกันชีวิต
กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard
Deviation) จากมาตราวัดแบบ Rating Scale โดยคำตอบแบ่งเป็น 5 ระดับ กำหนดให้คะแนนดังนี้

5	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับมาก
3	หมายถึง	ระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับน้อย
1	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของในแต่ละข้อคำถาม

4.51 – 5.00	หมายถึง	ระดับสภาพ/ปัญหา/ความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ระดับสภาพ/ปัญหา/ความต้องการอยู่ในระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ระดับสภาพ/ปัญหา/ความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	ระดับสภาพ/ปัญหา/ความต้องการอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	ระดับสภาพ/ปัญหา/ความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

5.3 ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยแยกออกเป็นแต่ละข้อดังนี้

1. ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล
2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการทำงาน
4. ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบเครื่องมือ ได้แก่

1.1 การหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) หาค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด โดยใช้สูตรดังนี้ (Hambleton, R. K, 1980)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้องในความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

2. สูตรของเครชีและมอร์แกน

$$n = \frac{\chi^2 N p (1-p)}{e^2 (N-1) + \chi^2 p (1-p)}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

χ^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($\chi^2 = 3.841$)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด p = 0.5)

2.1 ร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 104)

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}} \times 100$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ

F แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ

N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

2.2 ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 104)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ \bar{x} แทน คะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 104)

โดยคำนวณจากสูตร

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum x^2$ = ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลัง

$(\sum x)^2$ = ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

N = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด



มหาวิทยาลัยนเรศวร

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้า เรื่องการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด ในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทน บริษัท เอไอเอ จังหวัดพิจิตร จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 144 คน และได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการประมวลข้อมูลในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด

1. สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด

ตอนที่ 4 การรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของตัวแทน เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการขาย ด้านการค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขายและด้านการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลและประมวลผล

ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรียงตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด

ผู้วิจัยนำเสนอประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้

1.1 ผลการศึกษาสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้การแจกแจงความและค่าร้อยละดังรายละเอียดตามตาราง 2

ตาราง 2 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	46	31.94
หญิง	98	68.06
รวม	144	100.00
2. อายุ		
น้อยกว่า 25 ปี	19	13.19
26 – 40 ปี	96	66.67
41 – 50 ปี	23	15.97
51 ปีขึ้นไป	6	4.17
รวม	144	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	5	3.47
มัธยมศึกษาตอนต้น	16	11.11
มัธยมศึกษาตอนปลาย	49	34.03
ปริญญาตรี	55	38.19
ปริญญาโท	12	8.33
อื่นๆ ปวช. ปวส.	7	4.86
รวม	144	100.00
4. ประสบการณ์การทำงาน		
น้อยกว่า 1 ปี	46	30.56
2 – 5 ปี	77	53.47
6 – 10 ปี	15	11.81
11 ปีขึ้นไป	6	4.17
รวม	144	100.00

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 144 คนเมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 98 คนคิดเป็นร้อยละ 68.06 และเพศชายจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 31.94 อายุพบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-40 ปี จำนวน 96 คนคิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมามีอายุระหว่าง 41-50 ปีจำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 15.97 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 13.19 วุฒิกการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.19 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 34.03 และจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานระหว่าง 2 – 5 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 53.47 รองลงมาประสบการณ์ในการปฏิบัติงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.56 ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานระหว่าง 6- 10 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.81

1.2 ผลการศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัทเอไอเอ จำกัด ในแต่ละด้าน และโดยรวม ดังรายละเอียดตามตาราง 3 – 7

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด ในแต่ละด้านและโดยรวม

สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการส่งเสริมการขายของตัวแทน	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับสภาพ
1. ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล	3.57	0.93	มาก
2. ด้านการติดต่อประสานสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย	3.50	0.89	มาก
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย	3.52	0.87	มาก
4. ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล	3.55	0.85	มาก
เฉลี่ยรวม	3.54	0.03	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X}) = 3.54 (S.D.) = 0.03 ตัวแทนมีสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล (\bar{X}) = 3.57 (S.D.) = 0.93 ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล (\bar{X}) = 3.55 (S.D.) = 0.85 อยู่

ในระดับมาก และด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย (\bar{X}) = 3.52 (S.D.) = 0.87 ส่วนด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย มีสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย (\bar{X}) = 3.50 (S.D.) = 0.89 อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล เป็นรายข้อ

1.สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับสภาพ
1. สืบค้นข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยใช้โปรแกรมสำหรับการสืบค้น (Search Engine) เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย	3.53	0.97	มาก
2.พัฒนาตนเองให้สร้างองค์ความรู้โดยใช้แหล่งสืบค้นข้อมูลเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	3.56	0.97	มาก
3.เปิดโอกาสให้ตนเองได้ศึกษาค้นคว้าและแสวงหาความรู้จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นการพัฒนายอดขายเพิ่มเติม	3.71	0.88	มาก
4.ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นำเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าได้ไปศึกษาค้นคว้า	3.51	0.87	มาก
เฉลี่ยรวม	3.57	0.93	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X}) = 3.57 (S.D.) = 0.93 เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ 3) เปิดโอกาสให้ตนเองได้ศึกษาค้นคว้าและแสวงหาความรู้จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นการพัฒนายอดขายเพิ่มเติม (\bar{X}) = 3.71 (S.D.) = 0.88 2) พัฒนาตนเองให้สร้างองค์ความรู้โดยใช้แหล่งสืบค้นข้อมูลเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (\bar{X}) = 3.56 (S.D.) = 0.97 1) สืบค้นข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้โปรแกรมสำหรับการสืบค้น (Search Engine) เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย (\bar{X}) = 3.53 (S.D.) = 0.97

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย เป็นรายชื่อ

สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการส่งเสริมการขายของตัวแทน ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับสภาพ
1. ใช้การรับ – ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการทำงาน เช่น การส่งงานผ่านระบบเครือข่าย	3.57	0.82	มาก
2. นำเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่าย อินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าได้ไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม	3.34	0.93	ปานกลาง
3. ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือ ในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่าน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เฟสบุ๊ก	3.63	0.90	มาก
4. ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือ ในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่าน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น ไลน์	3.64	0.75	มาก
5. ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือ ในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสาร ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น WhatsApp	3.31	1.04	ปานกลาง
6. เปิดโอกาสให้ตัวแทนเองเข้าไปตรวจสอบผลการทำงาน ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	3.64	0.92	มาก
7. เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นซักถามข้อสงสัย ร่วมกันอภิปรายประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับแบบประกันผ่าน ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น กระดานข่าว (Web board), กระดานอภิปราย (Forum), บันทึกเล่าเรื่องWeblog/Blog)	3.40	0.77	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.50	0.89	ปานกลาง

จากตาราง 5 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$ (S.D.) = 0.89) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ข้อ 4. ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น ไลน์ (\bar{X}) = 3.64 (S.D.) = 0.75 และ ข้อ 6 เปิดโอกาสให้ตัวแทนเองเข้าไปตรวจสอบผลการดำเนินงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (\bar{X}) = 3.64 (S.D.) = 0.92 ข้อ 3. ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เฟสบุ๊ก (\bar{X}) = 3.63 (S.D.) = 0.90

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน ทัศนศึกษาบริษัท เอไอเอ จำกัด ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย เป็นรายข้อ

สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับสภาพ
ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศในการส่งเสริมการขาย			
1. ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในค้นคว้าข้อมูลและเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการส่งเสริมการขาย	3.59	0.81	มาก
2. เตรียมความพร้อมโดยศึกษาค้นคว้าเว็บไซต์ที่จะนำมาใช้เป็นแหล่งสารสนเทศด้วยตัวของท่านเองก่อนนำไปเสนอแนะการขายให้กับลูกค้า	3.58	0.90	มาก
3. นำสื่อในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์มาใช้ประกอบกิจกรรมการขาย	3.44	0.89	ปานกลาง
4. แนะนำรายชื่อเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อการขายและการทำงานให้กับตัวแทนใช้ศึกษาค้นคว้า	3.45	0.86	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.52	0.87	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการขาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X}) = 3.52 (S.D.) = 0.87 เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ 1. ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในค้นคว้าข้อมูลและเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อนำมา

ประกอบการส่งเสริมการขาย (\bar{X}) = 3.59 (S.D.) = 0.81 ข้อ 2. เตรียมความพร้อมโดยศึกษาค้นคว้าเว็บไซต์ที่จะนำมาใช้เป็นแหล่งสารสนเทศด้วยตัวของท่านเองก่อนนำไปเสนอแนะการขายให้กับลูกค้า (\bar{X} = 3.58 S.D.) = 0.90 และอยู่ในระดับปานกลางมี 2 ข้อ คือ ข้อ 4.แนะนำรายชื่อเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อการขายและการทำงานให้กับตัวแทนใช้ศึกษาค้นคว้า (\bar{X} = 3.45 (S.D.) = 0.86

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน วิทยาลัยการศึกษาศรีวิชัย เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล เป็นรายข้อ

สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับสภาพ
1. ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการตรวจผลงานและประเมินผลงานของตัวท่านเอง	3.49	0.98	ปานกลาง
2. ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือจัดเก็บข้อมูลและยอดการขายในการทำงาน	3.53	0.85	มาก
3. จัดระบบรายชื่อเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งสารสนเทศเพื่อสะดวกในการศึกษาค้นคว้าในครั้งต่อไป	3.40	0.79	ปานกลาง
4. รวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและอยู่ในสภาพพร้อมใช้อยู่เสมอ	3.65	0.80	มาก
5. รวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงานโดยใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูป	3.58	0.80	มาก
6. มีความรู้ความสามารถในการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	3.56	0.86	มาก
7. ประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	3.61	0.81	มาก
เฉลี่ยรวม	3.55	0.85	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$ (S.D.) = 0.85) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ข้อ 7.ประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.65$ S.D.) = 0.80 ข้อ 4 รวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและอยู่ในสภาพพร้อมใช้อยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.61$ (S.D.) = 0.81 ข้อ 5.รวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงาน โดยใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูป ($\bar{X} = 3.58$, S.D.) = 0.80

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด ในแต่ละด้านและรวมดังรายละเอียดตามตาราง 8 - 12

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด ในแต่ละด้านและโดยรวม

ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับปัญหา
1. ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล	3.03	1.05	ปานกลาง
2. ด้านการติดต่อประสานสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย	3.25	1.05	ปานกลาง
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการขาย	3.25	0.95	ปานกลาง
4. ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล	3.22	0.96	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.19	0.06	ปานกลาง

ตาราง 8 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 0.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ตัวแทนมีปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในแต่ละด้านภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยแยกออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล ($\bar{X} = 3.03$, S.D. = 1.05) ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ($\bar{X} = 3.25$,

S.D. = 1.05) ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการขาย (\bar{X} = 3.25, S.D. = 0.95) และ ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล (\bar{X} = 3.22, S.D. = 0.96)

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน ทัศนศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล เป็นรายข้อ

ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับปัญหา
1.ไม่ทราบถึงวิธีการสืบค้นข้อมูลที่ต้องการ	2.85	1.09	ปานกลาง
2.ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากการสืบค้นข้อมูล	3.01	1.07	ปานกลาง
3.ข้อมูลที่สืบค้นได้ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาข้อมูลที่ล้ำสมัย	3.03	0.99	ปานกลาง
4.แหล่งข้อมูลขาดความน่าเชื่อถือไม่สามารถอ้างอิงได้	3.02	1.18	ปานกลาง
5.ไม่พบข้อมูลที่ต้องการ	2.94	1.02	ปานกลาง
6.ไม่มีเวลาเพียงพอสำหรับการสืบค้นข้อมูล	3.33	0.88	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.03	1.05	ปานกลาง

จากตาราง 9 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.03 , S.D. = 1.05) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ข้อ 6 ไม่มีเวลาเพียงพอสำหรับการสืบค้นข้อมูล (\bar{X} = 3.33, S.D. = 0.88) ข้อ 3 ข้อมูลที่สืบค้นได้ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาข้อมูลที่ล้ำสมัย (\bar{X} = 3.03, S.D. = 0.99) ข้อ 4 แหล่งข้อมูลขาดความน่าเชื่อถือไม่สามารถอ้างอิงได้ (\bar{X} = 3.02, S.D. = 1.18)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน วิทยาลัยศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายเป็นรายชื่อ

ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการส่งเสริมการขายของตัวแทน ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับสภาพ
1.ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากการติดต่อ สื่อสารผ่านระบบเครือข่าย	3.11	1.07	ปานกลาง
2.ไม่ทราบที่อยู่ (e-mail Address) ของผู้ที่ต้องการสื่อสาร	3.05	1.08	ปานกลาง
3.ความล่าช้าของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	3.49	1.04	ปานกลาง
4.มีการสนทนากันในเรื่องที่ไม่น่าสนใจหรือเป็นเรื่องไร้สาระ	3.42	1.06	ปานกลาง
5.ไม่มีความชำนาญในทักษะการพิมพ์ข้อความสื่อสาร	3.16	0.91	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.25	1.05	ปานกลาง

จากตาราง 10 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย ด้านด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.05) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ข้อ 3. ความล่าช้าของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 1.04) ข้อ 4. มีการสนทนากันในเรื่องที่ไม่น่าสนใจหรือเป็นเรื่องไร้สาระ ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 1.06) ข้อ 5. ไม่มีความชำนาญในทักษะการพิมพ์ข้อความสื่อสาร ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.91)

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย เป็นรายข้อ

ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับสภาพ
1.ขาดทักษะในการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ถูกต้อง	3.14	0.89	ปานกลาง
2.ขาดทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร	3.25	0.98	ปานกลาง
3.ขาดทักษะในการสืบค้น / ค้นหา / เข้าถึงแหล่งสารสนเทศ	3.15	0.87	ปานกลาง
4.ไม่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์	3.45	0.93	ปานกลาง
5.ขาดทักษะในการนำเสนอแหล่งสารสนเทศที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์	3.38	0.90	ปานกลาง
6.ไม่ทราบว่าสารสนเทศที่ต้องการใช้อยู่ที่แหล่งสารสนเทศใด	3.28	0.83	ปานกลาง
7.แหล่งสารสนเทศไม่ถูกต้องและไม่น่าเชื่อถือ	3.03	1.01	ปานกลาง
8.ตัวแทนขาดแรงจูงใจในการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการทำงาน	3.33	1.12	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.25	0.95	ปานกลาง

จากตาราง 11 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.95) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ข้อ 4. ไม่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์ ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.93) ข้อ 5.ขาดทักษะในการนำเสนอแหล่งสารสนเทศที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์ ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.90) และข้อ 8. ตัวแทนขาดแรงจูงใจในการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการทำงาน ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 1.12)

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน ทัศนศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล เป็นรายชื่อ

ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการส่งเสริมการขายของตัวแทน ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับปัญหา
1.ขาดความรู้ ความสามารถในการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล	3.34	0.89	ปานกลาง
2.ขาดความชำนาญในการใช้โปรแกรมประยุกต์หรือ โปรแกรมสำเร็จรูปในการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล	3.08	1.05	ปานกลาง
3.ไม่ทราบถึงขั้นตอนและวิธีการดำเนินการในการประกาศผล การทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	3.24	0.92	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.22	0.96	ปานกลาง

จากตาราง 13 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} 3.22, S.D. = 0.96) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรกคือ ข้อ 1.ขาดความรู้ ความสามารถในการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล (\bar{X} = 3.34, S.D. = 0.89) ข้อ 3. ไม่ทราบถึงขั้นตอนและวิธีการดำเนินการในการประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (\bar{X} = 3.24 ,S.D. = 0.92) และข้อ 2. ขาดความชำนาญในการใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูปในการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล (\bar{X} = 3.08, S.D. = 1.05) และ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัทเอไอเอ จำกัด ในแต่ละด้าน และรวมด้งรายละเอียดตามตาราง 13-17

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ในแต่ละด้านและโดยรวม

ความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับความต้องการ
1. ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล	3.93	0.95	มาก
2. ด้านการติดต่อประสานสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย	3.87	0.92	มาก
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการขาย	4.12	0.86	มาก
4. ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล	4.14	0.88	มาก
เฉลี่ยรวม	4.02	0.04	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ตัวแทนมีความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ ข้อ 1. ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล (\bar{X}) = 3.93, S.D. = 0.95) ข้อ 2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการขาย (\bar{X} = 3.87, S.D. = 0.92) ข้อ 3 ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการขาย (\bar{X}) = 4.12, S.D. = 0.86) ส่วนข้อ 4 ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล (\bar{X} = 4.14, S.D. = 0.88)

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการต่อการ
ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน วิทยาลัยศึกษา
บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล เป็นรายชื่อ

ความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการส่งเสริมการขายของตัวแทน ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับความต้องการ
1. สืบค้นข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้โปรแกรม สำหรับการ สืบค้น (Search Engine) เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ ในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย	3.76	0.93	มาก
2. ต้องการให้ทีมพัฒนาเปิดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อพัฒนาตนเอง ให้สร้างองค์ความรู้โดยใช้แหล่งสืบค้นข้อมูล เพื่อใช้ในการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	3.99	0.96	มาก
3. มีความประสงค์ให้หน่วยงานจัดบริการและให้คำแนะนำ เกี่ยวกับการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลเพื่อเป็น แหล่งการเรียนรู้ในการขาย	3.99	0.97	มาก
4. ต้องการให้หน่วยงานเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ตัวแทนได้ไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม	3.99	0.90	มาก
เฉลี่ยรวม	3.93	0.95	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
และการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลโดยภาพรวมอยู่ใน
ระดับมาก (\bar{X}) = 3.93 (S.D.) = 0.95 เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ข้อ
2. ต้องการให้ทีมพัฒนาเปิดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อพัฒนาตนเองให้สร้างองค์ความรู้โดยใช้แหล่ง
สืบค้นข้อมูลเพื่อใช้ในการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (\bar{X} = 3.99, S.D. = 0.96) ข้อ 3.
มีความประสงค์ให้หน่วยงานจัดบริการและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล
เพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้ในการขาย (\bar{X} = 3.99, S.D. = 0.97) และข้อ 4. ต้องการให้หน่วยงาน

เสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ตัวแทนได้ไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม ($\bar{X} = 3.99, S.D. = 0.90$)

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย เป็นรายชื่อ

ความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับความต้องการ
1. ท่านต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, Line, WhatsApp	3.85	0.82	มาก
2. ท่านต้องการให้ตัวแทนประกันชีวิตได้แสดงความคิดเห็น ชักถามข้อสงสัย ร่วมกันอภิปรายประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับแบบประกันผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น กระดานข่าว (Web board), กระดานอภิปราย (Forum), บันทึกเล่าเรื่อง (Weblog/Blog)	3.63	0.90	มาก
3. ต้องการให้การรับ - ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการทำงาน เช่น การส่งงานผ่านระบบเครือข่าย	3.72	0.89	มาก
4. สนใจให้หน่วยงานเปิดอบรมการใช้โปรแกรมการขายผ่านระบบเครือข่าย	4.05	0.95	มาก
5. ต้องการให้จัดอบรมและส่งเสริมความรู้ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญ	4.08	0.92	มาก
เฉลี่ยรวม	3.87	0.92	มาก

จากตาราง 15 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.92) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ข้อ 5. ต้องการให้จัดอบรมและส่งเสริมความรู้ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.92) ข้อ 4. สนใจให้หน่วยงานเปิดอบรมการใช้โปรแกรมการขายผ่านระบบเครือข่าย ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.95) และข้อ 1. ท่านต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เฟสบุ๊ก, ไลน์, WhatsApp ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.82)

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย เป็นรายข้อ

ความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับความต้องการ
1. ต้องการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในค้นคว้าข้อมูลและ เข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการส่งเสริมการขาย	4.08	0.89	มาก
2. ต้องการนำสื่อในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์มาใช้ประกอบกิจกรรมการส่งเสริมการขาย	4.14	0.85	มาก
3. ต้องการให้แนะนำรายชื่อเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อการขายและการทำงาน ให้กับตัวแทนได้นำไปใช้	4.08	0.88	มาก
4. ควรมีการแนะนำแหล่งสารสนเทศ วิธีการใช้ วิธีการสืบค้นสารสนเทศเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้เข้าถึงแหล่งจัดเก็บไว้บริการ	4.17	0.79	มาก
5. ต้องการให้มีผู้เชี่ยวชาญมาเสนอแนะถึงวิธีการใช้และเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ	4.12	0.87	มาก
เฉลี่ยรวม	4.12	0.86	มาก

จากตาราง 16 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการขาย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.86) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ข้อ 4. ควรมีการแนะนำแหล่งสารสนเทศ วิธีการใช้ วิธีการสืบค้นสารสนเทศ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ เข้าถึงแหล่งจัดเก็บไว้บริการ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.79) ข้อ 2. ต้องการนำสื่อในรูปแบบมัลติมีเดีย จากเว็บไซต์มาใช้ประกอบกิจกรรมการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.85) และข้อ 5. ต้องการให้มีผู้เชี่ยวชาญมาเสนอแนะถึงวิธีการใช้และเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.87)

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทน ทัศนศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล เป็นรายข้อ

ความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการส่งเสริมการขายของตัวแทน ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับความต้องการ
1.มีความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็น เครื่องมือในการตรวจผลงานและประเมินผลงานของตัวเอง	4.14	0.85	มาก
2.ต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือ จัดเก็บข้อมูลและยอดขายในการทำงาน	4.17	0.84	มาก
3.ต้องการจัดระบบรายชื่อเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งสารสนเทศ เพื่อสะดวกในการศึกษาค้นคว้าในครั้งต่อไป	4.15	0.88	มาก
4.ต้องการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและ อยู่ในสภาพพร้อมให้อยู่เสมอ	4.16	0.86	มาก
5.ต้องการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงาน โดยใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูป	4.14	0.87	มาก
6.ต้องการให้ประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	4.05	0.97	มาก
เฉลี่ยรวม	4.14	0.88	มาก

จากตาราง 17 พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต มีความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในการส่งเสริมการขาย ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.88) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ข้อ 2. ต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือจัดเก็บข้อมูลและยอดขายในการทำงาน ($\bar{X} = 4.17$, S.D.) = 0.84) ข้อ 4. ต้องการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและอยู่ในสภาพพร้อมใช้อยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.86) และข้อ 3. ต้องการจัดระบบรายชื่อเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งสารสนเทศเพื่อสะดวกในการศึกษาค้นคว้าในครั้งต่อไป ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.88)

ตอนที่ 4 ผลการรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของตัวแทน เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการขาย ด้านการค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการทำงานและด้านการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลและประมวลผล

1. ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล
 - ต้องการให้หน่วยงานจัดการอบรมเพื่อการสืบค้นข้อมูลในการขายได้อย่างรวดเร็ว
2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย
 - ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตทำให้เข้าระบบการทำงานได้ค่อนข้างช้า
 - ต้องการให้เพิ่มความเร็วในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของโปรแกรมที่ใช้
 - ต้องการให้จัดอบรมและส่งเสริมความรู้ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อเพิ่มทักษะและความเชี่ยวชาญและชำนาญ
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย
 - ควรมีการอบรมและส่งเสริมการใช้แหล่งสารสนเทศที่มีประโยชน์ต่อการขาย
 - ต้องการให้มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่สามารถเข้าถึงการทำงานที่ทันสมัยและการใช้งานที่ง่ายขึ้น
4. ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล
 - ต้องการโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการจัดเก็บข้อมูล ประมวลผลในการทำงานของแต่ละคนเพื่อจะได้ง่ายในการเปิดดูข้อมูลของแต่ละคน

บทที่ 5

บทสรุป

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการให้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร
2. เพื่อศึกษาปัญหาการให้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร
3. เพื่อศึกษาความต้องการต่อการให้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 144 คน คือ ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) และได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการประมวลข้อมูลในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติตามลำดับ

การวิเคราะห์ผลการศึกษา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา สำหรับการอธิบายผลการศึกษาจากสถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาค้นคว้า เรื่อง การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการให้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนบริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 144 คน โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน สรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร โดยวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1.1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ตัวแทนบริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 68.06 และ เพศชาย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.94 อายุพบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-40 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.97 มี ส่วน วุฒิมัธยมศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.19 รองลงมา จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 34.03 ประสพการณ์ในการปฏิบัติงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานระหว่าง 2 – 5 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 53.47 รองลงมา ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.56

1.2 สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิตโดยภาพรวมของตัวแทนจะมีสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สภาพรายด้านอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล ($\bar{X} = 3.57$) ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล ($\bar{X} = 3.55$) ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.52$) ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ($\bar{X} = 3.50$)

2. ผลการศึกษาปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร

2.1 ผลการศึกษาปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิตโดยภาพรวมของตัวแทนจะมีปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัญหารายด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ($\bar{X} = 3.25$) ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.25$) ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล ($\bar{X} = 3.22$) ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล ($\bar{X} = 3.03$)

3. ผลการศึกษาความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร

3.1 ผลการศึกษาความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิตโดยภาพรวมของตัวแทนจะมีความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความต้องการรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล ($\bar{X} = 4.14$) ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 4.12$) ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล ($\bar{X} = 3.93$) ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ($\bar{X} = 3.87$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร มีประเด็นสำคัญที่ควรอภิปรายอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ดังนี้

1.1 สภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต บริษัท เอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.06 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกกาญจน์ สุประดิษฐ์ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต ของบริษัทกรุงเทพ-เอกซ์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ตัวแทนประกันชีวิตโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนระดับการศึกษาจบระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38.19 อายุระหว่าง 26-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.00 และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ระหว่าง 2 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 77 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทร์ถนอม ธรรมจักร (2551) ศึกษาเรื่อง สภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการในการพัฒนาด้านICT เพื่อการบริหารในสำนักงาน ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชน

1.2 ผลการศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ดังนี้

1.2.1 ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เปิดโอกาสให้ตนเองได้ศึกษาค้นคว้าและแสวงหาความรู้จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นการพัฒนายอดขายเพิ่มเติม ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ัญญา มาศ ดุษฎี (2553) การศึกษาสภาพ ปัญหาและความคาดหวังต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเรียนการสอนของอาจารย์ โรงเรียนสารสนเทศน์บางบอน พบว่า เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้าและแสวงหาความรู้จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นเนื้อหาประกอบการเรียนการสอนเพิ่มเติม พัฒนาตนเองให้สร้างองค์ความรู้โดยใช้แหล่งสืบค้นข้อมูลเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สืบค้นข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้โปรแกรมสำหรับการสืบค้น (Search Engine) เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นำเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าได้ไปศึกษา

1.2.2 ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น ไลน์ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาเปิดโอกาสให้ตัวท่านเองเข้าไปตรวจสอบผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เฟสบุ๊ก ใช้การรับ – ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการทำงาน เช่น การส่งงานผ่านระบบเครือข่าย เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นซักถามข้อสงสัย ร่วมกันอภิปรายประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับแบบประกันผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น กระดานข่าว (Web board), กระดานอภิปราย (Forum), บันทึกเล่าเรื่องWeblog/Blog) นำเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าได้ไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น WhatsApp ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิติมา เพชรทรัพย์ (2546) ศึกษาเรื่อง สภาพ ปัญหา และความต้องการการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสามัญศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า สภาพการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการใช้

อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา มากที่สุด คือ ใช้ในการหาความรู้เพิ่มเติมนอกจากตำรา รองลงมาคือ ทำรายงานส่งอาจารย์ โดยใช้ข้อมูลที่สืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ต และน้อยที่สุดคือ ใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ในการส่งการบ้าน

1.2.3 ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการค้นคว้าข้อมูลและเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการส่งเสริมการขาย และเตรียมความพร้อมโดยศึกษาค้นคว้าเว็บไซต์ที่จะนำมาใช้เป็นแหล่งสารสนเทศด้วยตัวของตัวเอง ก่อนนำไปเสนอแนะการขายให้กับลูกค้า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ บุญชาติ ทัพภิกรณ์ อ่างอิง ชนัญญา พรหมฝ่าย (2546 : 20) กล่าวว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือค้นคว้าและเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ ซึ่งเป็นศักยภาพสำคัญที่คนส่วนใหญ่มองเห็นว่าอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ในการใช้เพื่อการค้นคว้าข้อมูลและการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศขนาดใหญ่ และสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายรูปแบบ ส่วนการนำสื่อในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์มาใช้ ประกอบกิจกรรมการขาย แนะนำรายชื่อเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อการขายและการทำงานให้กับตัวแทนใช้ศึกษาค้นคว้า ล้วนเป็นการส่งเสริมศักยภาพของตัวแทนประกันชีวิตทั้งสิ้น

1.2.4 ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและอยู่ในสภาพพร้อมใช้อยู่เสมอ มีระดับค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศน์วรรณ ยางกลาง (2548: 72) ศึกษาเรื่อง สภาพ ปัญหาและความต้องการในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโรงเรียนในพื้นที่ จังหวัดนครราชสีมา พบว่า สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เกี่ยวกับการส่งงานของนักเรียนและตรวจงานของครูผู้สอนผ่านคอมพิวเตอร์อยู่ในระดับน้อย ส่วนปัญหาเกี่ยวกับการใช้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บ รวบรวมข้อมูลเป็นปัจจุบัน และอยู่ในสภาพพร้อมใช้มากอันดับแรก คือการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน ส่วนความรู้ความสามารถในการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงาน โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและและประมวลผลการทำงาน โดยใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูป ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือจัดเก็บข้อมูลและยอดการขายในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขสวรรค์ พรเทวา (2549) การศึกษา สภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษาในเทศบาลนครหลวงเวียงจันทน์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า สภาพการใช้เทคโนโลยี

สารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการศึกษา มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดทำเอกสารทั่วไป การเก็บรวบรวมและรักษาข้อมูล ตลอดจนทั้งการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง การนำเสนอข้อมูลและการสืบค้นข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์อยู่ในระดับรองลงมา ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารคือความรู้ความสามารถของบุคลากรในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลข่าวสารไม่ครบถ้วน ขาดสาระสำคัญ และการสืบค้นข้อมูล จากระบบคอมพิวเตอร์/ระบบเครือข่าย ทางด้านการตรวจผลงานและประเมินผลงาน ของตัวท่านเองและประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือจัดเก็บข้อมูลและยอดการขายในการทำงาน ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการ จัดระบบรายชื่อเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งสารสนเทศเพื่อสะดวกในการศึกษาค้นคว้าในครั้งต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริ หิรัญอุทก (2546) สภาพและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของโรงเรียนในโครงการหนึ่งอำเภอหนึ่งโรงเรียนในฝัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของโรงเรียนให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประเมินผล ซึ่งมีการใช้ซอฟต์แวร์ในการประเมินผล เพื่อรองรับการใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

2. ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร

2.1 ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัญหารายข้ออยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ตัวแทนประกันชีวิตไม่มีเวลาเพียงพอสำหรับการสืบค้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติภรณ์ สระแก้ว (2550) ศึกษาเรื่อง สภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการการใช้อินเทอร์เน็ตของพนักงานสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น พบว่า สภาพปัจจุบันของการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อค้นหาข้อมูลและข่าวสารมากที่สุด ค้นหาข้อมูลในการปฏิบัติงาน เพื่อพัฒนาเพิ่มพูนความรู้ ความบันเทิงและนันทนาการ เหตุผลส่วนใหญ่ในการใช้อินเทอร์เน็ต เพราะสามารถสืบค้นข้อมูลได้ตามความต้องการการติดต่อสื่อสารสะดวกรวดเร็ว การบริการส่วนใหญ่ใช้บริการเว็ลด์ไวด์เว็บและมีโฮมเพจหรือเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเอง และปัญหารองลงมาคือการใช้อินเทอร์เน็ตด้านการสืบค้นข้อมูลเพื่อการปฏิบัติ ข้อมูลที่สืบค้นได้ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาข้อมูลที่ล้ำสมัย แหล่งข้อมูลขาดความน่าเชื่อถือไม่สามารถอ้างอิงได้ ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากการสืบค้นข้อมูล และไม่พบข้อมูลที่ต้องการ รวมไปถึงไม่ทราบถึงวิธีการสืบค้นข้อมูลที่ถูกต้อง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารเป็น

อย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประวิทย์ ไชยเจริญ (2544) ศึกษาเรื่อง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทยในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัญหาศูนย์บริการที่เป็นสมาชิกไม่มีบริการข่าวสาร ปัญหาไม่พบข่าวสารที่ต้องการ ปัญหากลุ่มข่าวมีจำนวนมากเกินไป ปัญหาไม่พบเรื่องที่น่าสนใจ และ ปัญหากลุ่มข่าวมีความน่าเชื่อถือน้อย ปัญหาไม่สามารถค้นหากลุ่มสนทนาที่เหมาะสมกับวิชาที่สอน ปัญหาไม่มีความชำนาญในการพิมพ์และปัญหาที่มีการสนทนากันในเรื่องที่ไม่สนใจหรือไร้สาระ

2.2 ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตมีปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ความล่าช้าของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดาพร ปัญญาพฤกษ์ (2546) ศึกษาเรื่อง สภาพ ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเรียนการสอนของครูสังคมศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย สังกัดกรมสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาสำคัญสำหรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเรียนการสอน คือ ความล่าช้าของระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการติดต่อสื่อสารและการค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ส่วนที่มีการสนทนากันในเรื่องที่ไม่น่าสนใจหรือเป็นเรื่องไร้สาระ ไม่มีความชำนาญในทักษะการพิมพ์ข้อความสื่อสาร ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ไม่ทราบที่อยู่ (e-mail Address) ของผู้ที่ต้องการสื่อสาร ซึ่งเป็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ประวิทย์ ไชยเจริญ (2544) ศึกษาเรื่อง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทยในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัญหาไม่พบข้อมูลข่าวสารที่ต้องการ ปัญหากลุ่มข่าวมีจำนวนมากเกินไป ปัญหาไม่พบเรื่องที่น่าสนใจ ปัญหากลุ่มข่าวมีความน่าเชื่อถือน้อย ปัญหาไม่สามารถค้นหากลุ่มการสนทนาที่เหมาะสมกับวิชาที่สอน

2.3 ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์ ขาดทักษะในการนำเสนอแหล่งสารสนเทศที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์ ตัวแทนขาดแรงจูงใจในการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการทำงาน ไม่ทราบว่าสารสนเทศที่ต้องการใช้อยู่ที่แหล่งสารสนเทศใด ขาดทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ขาดทักษะในการสืบค้น / ค้นหา / เข้าถึงแหล่งสารสนเทศ ขาดทักษะในการ

ติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ถูกต้อง ปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ แหล่งสารสนเทศไม่ถูกต้องและไม่น่าเชื่อถือ ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา พักสกุล (2551) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กับสมรรถภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ของบุคลากรครูโรงเรียนนาคประสิทธิ์ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า การใช้มัลติมีเดียต่าง ๆ เป็นเครื่องมือประกอบการเรียนการสอนอยู่ในระดับน้อยที่สุดอาจเป็นเพราะวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการมีจำนวนไม่เพียงพอ และบุคลากรส่วนใหญ่อาจมีความรู้พื้นฐานทางด้านการใช้มัลติมีเดียน้อย แต่การเรียนการสอนในปัจจุบันได้มีการนำมัลติมีเดียมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนการสอนจำนวนมาก

2.4 ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ขาดความรู้ ความสามารถในการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล รวมทั้งไม่ทราบถึงขั้นตอนและวิธีการดำเนินการในการประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นปัญหาทำให้ขาดความชำนาญในการใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูปในการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญศรี แสงทรัพย์ทวี (2546) ศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการในการเสริมสมรรถภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเรียนการสอน คือขาดบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ ซึ่งไปสอดคล้องกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมถึงเรื่องการจัดอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติในการจัดเก็บข้อมูลและประมวลผล เพื่อให้มีความรู้ความชำนาญในการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอย่างแท้จริง

3. ผลการศึกษาความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร

3.1 ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ตัวแทนมีความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ต้องการให้ทีมพัฒนาเปิดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อพัฒนาตนเองให้สร้างองค์ความรู้โดยใช้แหล่งสืบค้นข้อมูล มีความประสงค์ให้หน่วยงานจัดบริการและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลเพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้ในการขาย ต้องการให้หน่วยงานเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ตัวแทนได้ไปศึกษา

ค้นคว้าเพิ่มเติม ในสามหัวข้อมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันมีระดับความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และรองลงมาคือ สืบค้นข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้โปรแกรมสำหรับการสืบค้น (Search Engine) เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย เพื่อใช้ในการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐยา สลัษสม (2544) ศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพและความต้องการในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาของครูในวิทยาลัยเทคนิคที่เป็นศูนย์เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระดับภาค สังกัดกรมอาชีวศึกษา พบว่า ครูส่วนใหญ่ใช้เวลาดาวน์โหลดในการศึกษามากที่สุดและได้รับส่งเสริมสนับสนุนให้มีความรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ตจากการฝึกอบรม และ ทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นความต้องการที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล

3.2 ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ตัวแทนมีความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตต้องการให้จัดอบรมและส่งเสริมความรู้ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญ เป็นความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ สนใจให้หน่วยงานเปิดอบรมการใช้โปรแกรมการขายผ่านระบบเครือข่าย และต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เฟสบุ๊ก, ไลน์, WhatsApp ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุปผชาติ ทัพพิกรณ์ (2546) เสนอแนะว่าการพูดคุยสนทนาและการติดต่อสื่อสารในหลากหลายรูปแบบบนเว็บทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นสิ่งดึงดูดใจ การมีเพื่อนคุยในเนื้อหาสาระที่สนใจตรงกัน ศักยภาพในด้านนี้จึงควรได้รับการพิจารณานำมาประยุกต์เพื่อการเรียนการสอนในสถานศึกษาได้เป็นอย่างดี โดยอาจใช้เป็นเครื่องมือในการสนทนาอภิปรายแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น แล้วบันทึกเก็บเป็นแฟ้มงาน เพื่อสะท้อนให้เพื่อนและครูอาจารย์ได้ข้อมูลจากการสนทนาได้ตอบกันในลักษณะทันทีหรืออภิปรายในประเด็นต่าง ๆ ตามหัวข้อกระทำที่กำหนดขึ้น และความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ต้องการใช้อีเมล – ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการทำงาน เช่น การส่งงานผ่านระบบเครือข่าย และต้องการให้ตัวแทนประกันชีวิตได้แสดงความคิดเห็นซักถามข้อสงสัย ร่วมกันอภิปรายประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับแบบประกันผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น กระดานข่าว (Web board), กระดานอภิปราย (Forum), บันทึกเล่าเรื่อง (Weblog/Blog)

3.3 ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตมีความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

และการสื่อสารในการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อย คือ ควรมีการแนะนำแหล่งสารสนเทศ วิธีการใช้ วิธีการสืบค้นสารสนเทศ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้เข้าถึงแหล่งจัดเก็บไว้บริการ รองลงมา ต้องการนำสื่อในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์มาใช้ประกอบกิจกรรมการส่งเสริมการขาย ต้องการให้มีผู้เชี่ยวชาญมาเสนอแนะถึงวิธีการใช้และเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ ต้องการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในค้นคว้าข้อมูลและเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการส่งเสริมการขาย ตามลำดับความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ต้องการให้แนะนำรายชื่อเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อการขายและการทำงานให้กับตัวแทนได้นำไปใช้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลยวัฒน์ สันติพิทักษ์ (2549) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและคุณลักษณะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของโรงเรียนโครงการหนึ่งอำเภอหนึ่งโรงเรียนในฝัน สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาพังงา พบว่า โรงเรียนควรมีการส่งเสริมให้มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์ให้เพียงพอต่อความต้องการ ควรสนับสนุนให้บุคลากรได้เข้ารับการอบรม พัฒนาการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการจัดการเรียนรู้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณวรรณ กิตติมดุง (2542) ศึกษาเรื่อง ความต้องการพัฒนาสมรรถภาพการใช้คอมพิวเตอร์ของครูสังคมศึกษา โรงเรียนมัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร พบว่า ต้องเสริมสร้างสมรรถภาพต่าง ๆ ของครูด้านความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในการเรียนการสอน ความรู้ในการผลิตนวัตกรรมการสอนที่เหมาะสมกับบทเรียน

3.4 ด้านการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตมีความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อย คือ ต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือจัดเก็บข้อมูลและยอดขายในการทำงาน มีความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ต้องการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและอยู่ในสภาพพร้อมใช้อยู่เสมอ ต้องการจัดระบบรายชื่อเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งสารสนเทศเพื่อสะดวกในการศึกษาค้นคว้าในครั้งต่อไป มีความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการตรวจผลงานและประเมินผลงานของตัวเอง ต้องการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงาน โดยใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูป ตามลำดับ และความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ต้องการให้ประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

จิรพงศ์ นามเกียรติ (2547) ศึกษาเรื่อง สภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียนการสอนในโรงเรียนจำอากาศ พบว่า มีความต้องการผู้ดูแลระบบเครือข่าย เรียกคุณผลการเรียน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัย เรื่อง ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัทเอไอเอ จำกัด จังหวัดพิจิตร ผู้วิจัยข้อเสนอแนะ เพื่อให้เกิดการสร้างตัวแทนประกันชีวิตที่ดี คือ

1. ควรส่งเสริมให้ตัวแทนเป็นผู้มีความเอาใจใส่และตั้งใจในการทำงาน โดยให้วิทยากรอบรม ถ่ายทอดความรู้และสามารถนำเหตุการณ์ในปัจจุบันมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน
2. ควรมีการพัฒนาบุคลากร องค์การ พัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัย โดยการฝึกอบรมให้ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ เพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิต มีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ และพร้อมที่จะก้าวไปสู่สากล ความเป็นมืออาชีพอย่างแท้จริง
3. ควรมีการพัฒนาแบบประกันชีวิตใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา โดยเป็นแบบประกันชีวิตที่มีลักษณะโดดเด่น และเข้าใจง่าย

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. ควรรวบรวมข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถาม เพื่อให้การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลมีลักษณะที่ถูกต้องและครอบคลุมที่สุด
2. ควรมีการเก็บข้อมูลร่วมกับสำนักงานสาขาอื่นร่วมด้วยเพื่อที่จะได้ข้อมูลที่มากขึ้นและหลากหลาย
3. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของตัวแทนประกันชีวิต เพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุงในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร



พระปริยัติธรรม

มหาวิทยาลัยพระปริยัติธรรม

บรรณานุกรม

- กนกกาญจน์ สุประดิษฐ์. (2557). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทกรุงเทพ-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ
- กมลวิทย์ ไสภิกุล.(2545). การเรียนการสอนในสังคมยุคใหม่ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับหลักสูตรอุดมศึกษาในรูปแบบการพัฒนาที่ยั่งยืน. **วารสาร สอว.ประเทศไทย**, 5,2, 139-154.
- กวรรณิการ์ พิมพัส. (2546). **การศึกษาสภาพปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เพื่อโรงเรียนไทย สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 10.** วิทยานิพนธ์ ค.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กฤษณวรรณ กิตติมดง. (2542). **ความต้องการการพัฒนาสมรรถภาพการใช้คอมพิวเตอร์ของครูสังคมศึกษา โรงเรียนมัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ กศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กาญจนา ศรีหมอก.(2549). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำประกันชีวิตของพนักงานธนาคารในจังหวัดชัยนาท.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- กิดานันท์ มลิทอง. (2546). **หนังสือเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อการเรียนรู้อีเรื่อง เทคโนโลยีการศึกษา สื่อการเรียนการสอน.** กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาหนังสือกรมวิชาการ.
- กิดานันท์ มลิทอง. (2548). **ไอซีทีเพื่อการศึกษา.** กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดอรุณการพิมพ์.
- กิตติพงษ์ ปาลี. (2550). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตในจังหวัดเชียงใหม่.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- กิตติมา เพชรมา. (2545). **สภาพ ปัญหา และความต้องการการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาของนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดสุราษฎร์ธานี.** วิทยานิพนธ์ ค.อ.ม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพฯ.

- คัมภีร์พรรณ จันทร์แก้ว. (2555). การจัดการนวัตกรรมและสารสนเทศ. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/425567>.
- จันทร์ถนอม ธรรมจักร. (2551). **สภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการในการพัฒนาด้าน ICT เพื่อการบริหารในสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- จำนง ภูมิพันธ์. (2533). **ศึกษาสภาพและการใช้ไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, มหาสารคาม.
- จิรพงศ์ นามเกียรติ (2547). **สภาพ ปัญหา และความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนในโรงเรียนจ่าอากาศ**. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชญญา มณีชัย.(2 กันยายน 2015). คลังบทความของบล็อก. **เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://ikonnn.blogspot.com/p/information-technology-it-information.html>
- ชนัญญา พรหมฝ่าย (2546). **ตัวแปรที่สัมพันธ์กับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการสอนของครู ช่วงชั้นที่ 3-4 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ ค.ม. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ชัยพจน์ รักราม (2545). จาก IT มาเป็น ICT. **วารสารวิชาการ 5, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**, 13 (1), 1-4
- ชุมพล ศฤงคารศิริ. (2540). **ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สัมพันธ์พาณิชย์.
- ชุลีภรณ์ สระแก้ว (2550). **สภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการ การใช้อินเทอร์เน็ตของพนักงานสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

- ณัฐยา สลับสม (2544). การศึกษาสภาพและความต้องการในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาของครูในวิทยาลัย เทคนิคที่เป็นศูนย์เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระดับภาค สังกัดกรมอาชีวศึกษา. วิทยานิพนธ์ ค.อ.ม., มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- ดลยวัฒน์ สันติพิทักษ์. (2549). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและคุณลักษณะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของโรงเรียนในโครงการหนึ่งอำเภอ หนึ่งโรงเรียนในฝัน สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาพังงา. วิทยานิพนธ์ ค.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, ภูเก็ต.
- ทัศนวรรณ ยางกลาง. (2548). การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโรงเรียนในฝัน จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ ค.อ.ม., มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- ธัญญามาศ ดุษฎี. (2553). การศึกษาสภาพ ปัญหาและความคาดหวังต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเรียนการสอนของอาจารย์ โรงเรียนสาธิตน์วิเทศบางบอน กรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง กศ.ม., มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- นิตยา กริพัฒน์. (2559). การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางการตลาด. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2559. จาก, <https://sites.google.com/site/rayngannid/thekhnology-sarsnthes-kar-tlad>
- นภาพกรณ์ คันสนะพงษ์ปรีชา. (2542). ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยบางประการที่ส่งผลความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- บริษัท เอไอเอ จำกัด. (2559). ประวัติ เอไอเอ จำกัด. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2559. จาก, <http://www.aia.co.th/th/about-aia.html>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). วิธีการสร้างสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุปผชาติ ทัพพิกรณ. (2546). ครูและเด็กไทยได้อะไรจากไอที. วารสารศึกษาปริทัศน์. 18,(1) 107-108.
- บุปผชาติ ทัพพิกรณ. (2551). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนการสอน. โครงการเทคโนโลยีสารสนเทศตามพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.

- ปนัดดา คุรุกิจกาจร. (2542). **คุณลักษณะของตัวแทนประกันชีวิตที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ประวิทย์ ไชยเจริญ. (2544). **การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย ในจังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย.
- พลพฐ ปิยวรรณ และ สุภาพร เชิงเยี่ยม. (2552). **ปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสร้างมูลค่าทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: บริษัทวิทยพัฒน์ จำกัด.
- พลพฐ ปิยวรรณ และ สุภาพร เชิงเยี่ยม (2552). **ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ**. กรุงเทพฯ: บริษัทวิทยพัฒน์ จำกัด.
- เพ็ญจมาศ ศิริกิจวัฒนา. (2547). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บธ.บ., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- เพ็ลล์ แสงทรัพย์ทวี. (2546). **การศึกษาสภาพ ปัญหา และความต้องการในการเสริมสมรรถภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ของครู ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ คม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ภควัฒน์ คูเมือง. (กรกฎาคม 2012). **การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศยุคใหม่ในชีวิตประจำวัน**. สืบค้นวันที่ 15 มีนาคม 2560 จาก <http://phakhawat.blogspot.com/2012/07/blog-post.html>
- รังสรรค์ เพ็งชู (2544:16-17). **อินเทอร์เน็ต : เครือข่ายการเรียนรู้สู่ห้องเรียน**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา.
- วารุณี สุวรรณพิสิทธิ์. (2546). **การสื่อสารระหว่างบุคคลในการสนับสนุนให้เกิดการทำประกันชีวิต**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- วาสนา พุ่มพวง. (2553). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการสร้างตัวแทนประกันชีวิต บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล และ เจษฎาพร ยุทธนวิบูลย์ชัย (2550:29,167-169). **ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีการจัดการความรู้**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

- ศิริ นีรัญอุทก (2546). **สภาพและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของโรงเรียนในโครงการหนึ่งอำเภอหนึ่งโรงเรียนในฝันสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์ ค.ม. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สมควรวีระอาชากุล. (2550). **ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของตัวแทนประกันชีวิต: กรณีศึกษา บริษัทไทยสมุทรประกันชีวิตจำกัด ภาคตะวันออก 1**. ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง วิทยานิพนธ์ ปร.ม., วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี
- สมาคมประกันชีวิตไทย.(2559) **สถิติเบี้ยประกันชีวิตรับเดือนมกราคม ปี 2559**. สืบค้นวันที่ 20 มีนาคม 2559. จาก www.tlaa.org/2012/statistics.php.
- สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. (2536). **ประสิทธิภาพการบริหารโรงเรียนประถมศึกษา ชุดฝึกอบรมด้วยตนเอง**. เล่ม 3, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2543). **ICT for Education นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ, พิมพ์ดี.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2543). **หลากหลายวิธีการใช้ ICT เพื่อการเรียนการสอน**. กรุงเทพฯ : เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.).(2553-2557) **ข้อมูลสถิติประกันชีวิต..สืบค้นวันที่ 17 พฤศจิกายน 2559**: จาก <http://www.oic.or.th>.
- สำนักวิทยบริการและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. (2552). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ**. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, เพชรบุรี.
- สิทธิกร ขุนพิลึก (18 เมษายน 2558). **ระบบสารสนเทศทางการตลาด**. สืบค้นวันที่ 20 พฤษภาคม 2559 ,จาก <http://sittikronkp.blogspot.com/>.
- สุกัญญา พักสกุล. (2551). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกับสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของบุคลากรครูโรงเรียนนาครประสิทธิ์ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- สุขสวรรค์ พรเทวา (2549) . **การศึกษา สภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษาในเทศบาลนครหลวงเวียงจันทน์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

สุชาติดา กี่ระนันท์. (2541). **เทคโนโลยีสารสนเทศสถิติ ข้อมูลในระบบสารสนเทศ.**

กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุดาพร ปัญญาพฤกษ์. (2546). **สภาพ ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเรียนการสอนของครูสังคมศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย สังคมกรรมสัมพันธ์ศึกษา**
กรุงเทพมหานคร.

สุรเทพ ไลหิตกุล (บรรณารักษกร). (2542). **ประกันชีวิต 2001.** กรุงเทพฯ: เดอะ แรปปิด พีรน์ท์

องอาจ ปทะวานิช (2557). **การส่งเสริมการขาย.** (1). กรุงเทพฯ: แสงดาว

อัญชลี ศรีสุข (2546:7). **การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของโรงเรียนอัสสัมชัญลำปาง.**

“วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต การบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภาษาอังกฤษ

Fileds, L. Paige, Donald R. Fraser and James W. kolari. (2007). Is bancassurance a viable model for financial firms? *Journal of Risk & Insurance*. 74(4) pp. 777- 794.

Hambleton, R.K. (1980). **Test score validity and standard-setting methods.** In R.A. Berk (Ed.) *Criterion-referenced measurement: The state of the art* (pp. 80-123).

Josa, S. C. (2005). International financial services. Determinants of bancassurance demand and life insurance consumption. *Journal of Banking & Finance*. pp. 77-79.

Opcin, S. A. (2002). **The effect of retiree health insurance on early retirement.** Unpublished doctoral dissertation, Stanford University. Bibliography. P.63-64. Photocopy.

Rajkumari, M. (2007). A study on customer's preference towards Insurance services and bancassurance. *Journal of Risk & Insurance*. 4(4) P. 49 - 60.

Stanton & Futrell. (1987). **Fundamentals of marketing.** (8th ed.). New York: McGraw – Hill, Inc.

Swamy, N. (2002). **Factor affecting the decision to purchase long-term care insurance.** Unpublished doctoral dissertation. University of Maryland.

William, Jr. Arthur C. and Hein, Richard M. 1986. **Risk Management and Insurance.** New York: McGraw-Hill, Inc.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยพระนคร



ภาคผนวก ก

ตารางแสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan

ตารางแสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan

ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง
10	10	100	80	280	162	800	260	2,800	338
15	14	110	86	290	165	850	265	3,000	341
20	19	120	92	300	169	900	269	3,500	346
25	24	130	97	320	175	950	274	4,000	351
30	28	140	103	340	181	1,000	278	4,500	354
35	32	150	108	360	186	1,100	285	5,000	357
40	36	160	113	380	191	1,200	291	6,000	361
45	40	170	118	400	196	1,300	297	7,000	364
50	44	180	123	420	201	1,400	302	8,000	367
55	48	190	127	440	205	1,500	306	9,000	368
60	52	200	132	460	210	1,600	310	10,000	370
65	56	210	136	480	214	1,700	313	15,000	375
70	59	220	140	500	217	1,800	317	20,000	377
75	63	230	144	550	226	1,900	320	30,000	379
80	66	240	148	600	234	2,000	322	40,000	380
85	70	250	152	650	242	2,200	327	50,000	381
90	73	260	155	700	248	2,400	331	75,000	382
95	76	270	159	750	254	2,600	335	100,000	384

ที่มา: Robert V.Krejcie and Eayrle W. Educational and Psychological Measurement,

1970: 608-609



ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. นางแสง ทองย้อย

ผู้จัดการภาคอาวุโสฝ่ายขาย เจ้าของสำนักงานเอไอเอ สาขาตะพานหิน
อำเภอตะพานหิน จังหวัดพิจิตร

2. ผศ.ดร.ทิพย์รัตน์ สิทธิวงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

3. ผศ.ดร.เอี่ยมพร หลินเจริญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
จังหวัดพิษณุโลก

4. ผศ.ดร.พิชัมพร เอี่ยมไร่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการ
สื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

5. ดร.กอบสุข คงมันัส

อาจารย์ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

ที่ ศธ ๐๕๒๗.๐๒/๑๕๕๐



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๗ เมษายน ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ

เรียน คุณแสง ทองย้อย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครร่างการค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ฉบับ

๒. เครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นางสาวศิริลักษณ์ ชานูวัตร รหัสประจำตัว ๕๖๐๗๓๑๕๒ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมี ดร.พิชญภา ยวงสร้อย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอี่ยมพร หลินเจริญ)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย

โทร ๐-๕๕๙๖-๘๘๓๑

โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๖

๒. นางสาวศิริลักษณ์ ชานูวัตร

โทร ๐๘-๙๕๖๖-๓๘๓๘



ที่ ศธ ๐๕๒๗.๐๒/๑๕๕๑

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๗ เมษายน ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้จัดการภาคอาวุโสฝ่ายขาย บริษัทเอไอเอ สาขาตะพานหิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....๑.....ฉบับ

ด้วย นางสาวศิริลักษณ์ ขานูวัตร์ รหัสประจำตัว ๕๖๐๗๓๑๕๒ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ทำการค้นคว้าอิสระเรื่อง “ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมี ดร.พิชญาภา ยวงสร้อย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่องนี้ จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากหน่วยงานของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการค้นคว้าอิสระ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอี่ยมพร หลินเจริญ)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑.งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย

โทร ๐-๕๕๙๖-๘๘๓๑

โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๖

๒.นางสาวศิริลักษณ์ ขานูวัตร์

โทร ๐๘-๙๕๖๖-๓๘๓๘



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย งานวิชาการ โทร. ๘๘๓๙

ที่ ศธ ๐๕๒๗.๐๒/ว ๑๕๔๙

วันที่ ๗ เมษายน ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพรัตน์ สิทธิวงศ์

ด้วย นางสาวศิริลักษณ์ ชานวรัตน์ รหัสประจำตัว ๕๖๐๗๓๑๕๒ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ทำการค้นคว้าอิสระเรื่อง “ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมี ดร.พิชญภา ยวงสร้อย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอี่ยมพร หลินเจริญ)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยนเรศวร



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย งานวิชาการ โทร. ๘๘๓๙

ที่ ศธ ๐๕๒๗.๐๒/ว ๑๕๔๙

วันที่ ๗ เมษายน ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอื้อมพร หลินเจริญ

ด้วย นางสาวศิริลักษณ์ ขานูวัตร รหัสประจำตัว ๕๖๐๗๓๑๕๒ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ทำการค้นคว้าอิสระเรื่อง “ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรมศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมี ดร.พิชญภา ยวงสร้อย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอื้อมพร หลินเจริญ)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยนเรศวร



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย งานวิชาการ โทร. ๘๘๓๓๙

ที่ ศธ ๐๕๒๗.๐๒/ว ๑๕๔๙

วันที่ ๗ เมษายน ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร

ด้วย นางสาวศิริลักษณ์ ชานูวัตร รหัสประจำตัว ๕๖๐๗๓๑๕๒ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมี ดร.พิชญภา ยวงสร้อย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอี่ยมพร หลินเจริญ)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยนเรศวร



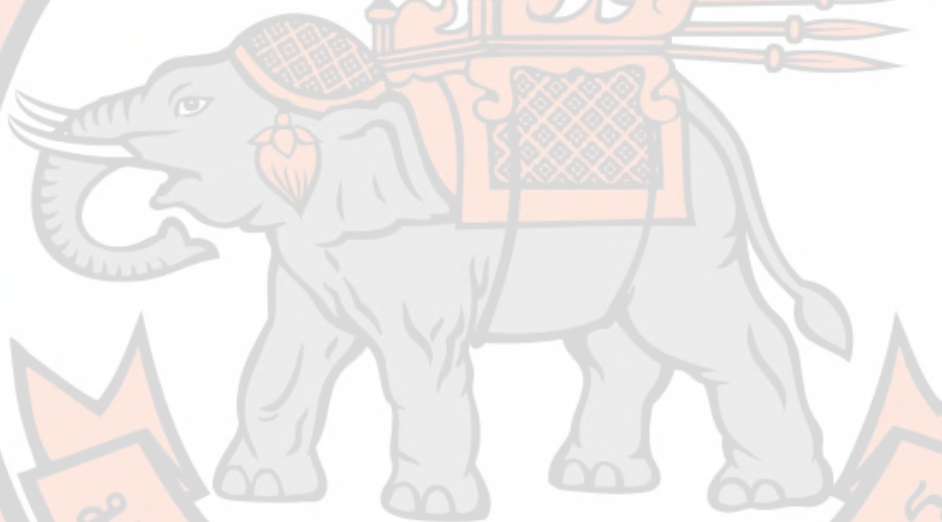
ภาคผนวก ค

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

มหาวิทยาลัยพระนคร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

1. แบบประเมินความเหมาะสมของแบบสอบถาม เรื่อง ศึกษาศาภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด สำหรับผู้เชี่ยวชาญ
2. แบบประเมินของแบบสอบถาม เรื่อง ศึกษาศาภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิตกรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด สำหรับตัวแทนประกันชีวิต



แบบประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของแบบสอบถามประกอบการ
เรื่อง ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการ
สื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด
(สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)

คำชี้แจง

แบบประเมินฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการประเมินคุณภาพแบบสอบถามเรื่อง ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด ของนางสาวศิริลักษณ์ ชานวัตร์ โดยสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญให้แสดงความเห็นพิจารณาว่าสื่อมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แบบประเมินฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด

1.1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด

ตอนที่ 3 ความต้องการต่อใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด โดยแยกออกเป็นประเด็นสำคัญตอนละ 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล
2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการทำงาน
4. ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ข้อ	สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	ระดับความคิดเห็น		
		+1	0	-1
	<input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ ระบุ.....			
4.	ระดับตำแหน่ง <input type="checkbox"/> 1. ตัวแทน <input type="checkbox"/> 2. ผู้บริหารหน่วย <input type="checkbox"/> 3. ผู้จัดการ <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ ระบุ.....			

1.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต ทรูนิศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	สภาพและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น		
		+1	0	-1
1. ด้านการศึกษา ค้นคว้า และสืบค้นข้อมูล				
1	สืบค้นข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้โปรแกรมสำหรับการสืบค้น (Search Engine) เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย			
2	พัฒนาตนเองให้สร้างองค์ความรู้โดยใช้แหล่งสืบค้นข้อมูลเครือข่ายอินเทอร์เน็ต			
3	เปิดโอกาสให้ตนเองได้ศึกษาค้นคว้าและแสวงหาความรู้จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นการพัฒนายอดขายเพิ่มเติม			
4	ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นำเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าได้ไปศึกษาค้นคว้า			
2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย				
5	ใช้การรับ - ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นเครื่องมือในการ			

ข้อ	สภาพและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น		
		+1	0	-1
	ติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการทำงาน เช่น การส่งงานผ่านระบบเครือข่าย			
6	นำเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต			
7	ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เฟสบุ๊ก			
8	ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น ไลน์			
9	ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น WhatsApp			
10	เปิดโอกาสให้ตัวแทนเองเข้าไปตรวจสอบผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต			
11	เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นซักถามข้อสงสัย ร่วมกันอภิปรายประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับแบบประกันผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น กระดานข่าว (Web board), กระดานอภิปราย (Forum), บันทึกเล่าเรื่องWeblog/Blog)			
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการทำงาน				
12	ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในค้นคว้าข้อมูลและเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการส่งเสริมการขาย			
13	เตรียมความพร้อมโดยศึกษาค้นคว้าเว็บไซต์ที่จะนำมาใช้เป็นแหล่งสารสนเทศด้วยตัวของท่านเองก่อนนำไปเสนอแนะการขายให้กับลูกค้า			

ข้อ	สภาพและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น		
		+1	0	-1
14	นำสื่อในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์มาใช้ประกอบกิจกรรมการขาย			
15	แนะนำรายชื่อเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อการขายและการทำงานให้กับตัวแทนใช้ศึกษาค้นคว้า			
4. ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล				
16	ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการตรวจผลงานและประเมินผลงานของตัวเอง			
17	ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือจัดเก็บข้อมูลและยอดการขายในการทำงาน			
18	จัดระบบรายชื่อเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งสารสนเทศเพื่อสะดวกในการศึกษาค้นคว้าในครั้งต่อไป			
19	รวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและอยู่ในสภาพพร้อมใช้อยู่เสมอ			
20	รวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงาน โดยใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูป			
21	มีความรู้ความสามารถในการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร			
22	ประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต			

ตอนที่ 2 ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของ
ตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการ ส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น		
		+1	0	-1
1. ด้านการศึกษา ค้นคว้า และสืบค้นข้อมูล				
1	ไม่ทราบถึงวิธีการสืบค้นข้อมูลที่ถูกต้อง			
2	ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากการสืบค้นข้อมูล			
3	ข้อมูลที่สืบค้นได้ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาข้อมูลที่ล้ำสมัย			
4	ข้อมูลที่สืบค้นได้เป็นภาษาต่างประเทศยากต่อการทำความเข้าใจและนำมาใช้			
5	ไม่พบข้อมูลที่ต้องการค้นคว้า			
6	ไม่มีเวลาเพียงพอสำหรับการสืบค้นข้อมูล			
2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย				
7	ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย			
8	ไม่ทราบที่อยู่ (e-mail Address) ของผู้ที่ต้องการสื่อสาร			
9	ความล่าช้าของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต			
10	มีการสนทนากันในเรื่องที่ไม่น่าสนใจหรือเป็นเรื่องไร้สาระ			
11	ไม่มีความชำนาญในทักษะการพิมพ์ข้อความสื่อสาร			
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการทำงาน				
12	ขาดทักษะในการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ถูกต้อง			
13	ขาดทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร			
14	ขาดทักษะในการสืบค้น / ค้นหา / เข้าถึงแหล่งสารสนเทศ			
15	ไม่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดีย			

ข้อ	ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น		
		+1	0	-1
	จากเว็บไซต์			
16	ขาดทักษะในการนำเสนอแหล่งสารสนเทศที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์			
17	ไม่ทราบว่าสารสนเทศที่ต้องการใช้อยู่ที่แหล่งสารสนเทศใด			
18	แหล่งสารสนเทศไม่ถูกต้องและไม่น่าเชื่อถือ			
19	ขาดแรงจูงใจในการใช้แหล่งสารสนเทศ			
4.ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล				
20	ขาดความรู้ ความสามารถในการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล			
21	ขาดความชำนาญในการใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูปในการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล			
22	ไม่ทราบถึงขั้นตอนและวิธีการดำเนินการในการประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต			

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น		
		+1	0	-1
1. ด้านการศึกษา ค้นคว้า และสืบค้นข้อมูล				
1	สืบค้นข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้โปรแกรมสำหรับการสืบค้น (Search Engine) เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย			
2	ต้องการให้ทีมพัฒนาเปิดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อพัฒนาตนเองให้สร้างองค์ความรู้โดยใช้แหล่งสืบค้นข้อมูลเพื่อใช้ในการทำงานผ่าน			

ข้อ	ความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น		
		+1	0	-1
	ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต			
3	มีความประสงค์ให้หน่วยงานจัดบริการและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลเพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้ในการขาย			
4	ต้องการให้หน่วยงานเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ตัวแทนได้ไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม			
2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย				
5	ต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เฟสบุ๊ก, ไลน์, WhatsApp			
6	ต้องการให้ตัวแทนประกันชีวิตได้แสดงความคิดเห็นซักถามข้อสงสัยร่วมกันอภิปรายประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับแบบประกันผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น กระดานข่าว (Web board), กระดานอภิปราย (Forum), บันทึกเล่าเรื่อง (Weblog/Blog)			
7	ต้องการใช้การรับ - ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการทำงาน เช่น การส่งงานผ่านระบบเครือข่าย			
8	สนใจให้หน่วยงานเปิดอบรมการใช้โปรแกรมการขายผ่านระบบเครือข่าย			
9	ต้องการให้จัดอบรมและส่งเสริมความรู้ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญ			
3	ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อการทำงาน			
10	ต้องการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในค้นคว้าข้อมูลและเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการส่งเสริมการขาย			

ข้อ	ความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต	ระดับความคิดเห็น		
		+1	0	-1
11	ต้องการนำสื่อในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์มาใช้ประกอบกิจกรรมส่งเสริมการขาย			
12	ให้การแนะนำรายชื่อเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อการขายและการทำงานให้กับตัวแทนได้นำไปใช้			
13	ควรมีการแนะนำแหล่งสารสนเทศ วิธีการใช้ วิธีการสืบค้นสารสนเทศ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้เข้าถึงแหล่งจัดเก็บไว้บริการ			
14	ต้องการให้มีผู้เชี่ยวชาญมาเสนอแนะถึงวิธีการใช้และเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ			
4. ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล				
15	มีความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการตรวจผลงานและประเมินผลงานของตัวเอง			
16	ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือจัดเก็บข้อมูลและยอดขายในการทำงาน			
17	จัดระบบรายชื่อเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งสารสนเทศเพื่อสะดวกในการศึกษาค้นคว้าในครั้งต่อไป			
18	รวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและอยู่ในสภาพพร้อมใช้อยู่เสมอ			
19	ต้องการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงาน โดยใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูป			
20	ต้องการให้ประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต			

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีค่าอย่างยิ่งต่อการพัฒนา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์

ลงชื่อ.....ผู้เชี่ยวชาญ

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....





ภาคผนวก ง ตัวอย่างแบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นสำหรับผู้บริหารและตัวแทน บริษัท เอไอเอ จำกัด เกี่ยวกับศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ ประกันชีวิต แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด

1.1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานการณ์ภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้บริหารและตัวแทน จำนวน 4 ข้อ

1.2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต แบ่งออกเป็น 4 ด้าน

ตอนที่ 2 ศึกษาปัญหาระหว่างการที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด

ตอนที่ 3 ความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ จำกัด โดยการกำหนดระดับการประเมินทั้ง 3 ตอน ดังนี้

โดยการกำหนดระดับการประเมินดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง	ระดับสภาพ/ปัญหา/ความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง	ระดับสภาพ/ปัญหา/ความต้องการอยู่ในระดับมาก
ระดับ 3 หมายถึง	ระดับสภาพ/ปัญหา/ความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง	ระดับสภาพ/ปัญหา/ความต้องการอยู่ในระดับน้อย
ระดับ 1 หมายถึง	ระดับสภาพ/ปัญหา/ความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล
2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย
4. ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะสมบูรณ์และมีความน่าเชื่อถือได้ขึ้นอยู่กับคำตอบแบบสอบถาม

ตามสภาพความเป็นจริงและครบทุกข้อ อันจะเป็นประโยชน์ต่อไป

การตอบแบบสอบถามนี้ จะไม่มีผลเสียใด ๆ ต่อการปฏิบัติงานของท่าน ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ และจะใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เท่านั้น

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

.....
(นางสาวศิริลักษณ์ ชานูวัตร์)

นิสิตปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

ระดับ 2 หมายถึง ระดับสภาพอยู่ในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับสภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต ที่ตรงกับสภาพที่เป็นจริงของท่าน

ข้อ	คำถาม	ระดับสภาพ				
		5	4	3	2	1
1. ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล						
1.	สืบค้นข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้โปรแกรมสำหรับการสืบค้น (Search Engine) เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย					
2.	พัฒนาตนเองให้สร้างองค์ความรู้โดยใช้แหล่งสืบค้นข้อมูลเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					
3.	เปิดโอกาสให้ตนเองได้ศึกษาค้นคว้าและแสวงหาความรู้จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นการพัฒนาขยายเพิ่มเติม					
4.	ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นำเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าได้ไปศึกษาค้นคว้า					
2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย						
5.	ท่านใช้การรับ – ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการทำงาน เช่น การส่งงานผ่านระบบเครือข่าย					
6.	นำเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าได้ไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม					
7.	ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้าโดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เฟสบุ๊ก					
8.	ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น ไลน์					

ข้อ	คำถาม	ระดับสภาพ				
		5	4	3	2	1
2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย						
9.	ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น WhatsApp					
10.	เปิดโอกาสให้ตัวท่านเองเข้าไปตรวจสอบผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					
11.	เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นซักถามข้อสงสัย ร่วมกันอภิปรายประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับแบบประกันผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น กระดานข่าว (Web board), กระดานอภิปราย (Forum), บันทึกล่าเรื่องWeblog/Blog)					
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย						
12.	ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในค้นคว้าข้อมูลและเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการส่งเสริมการขาย					
13.	เตรียมความพร้อมโดยศึกษาค้นคว้าเว็บไซต์ที่จะนำมาใช้เป็นแหล่งสารสนเทศด้วยตัวของท่านเองก่อนนำไปเสนอแนะการขายให้กับลูกค้า					
14.	นำสื่อในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์มาใช้ประกอบการกิจกรรมการขาย					
15.	แนะนำรายชื่อเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อการขายและการทำงานให้กับตัวแทนใช้ศึกษาค้นคว้า					
4. ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล						
16.	ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการตรวจผลงานและประเมินผลงานของตัวท่านเอง					
17.	ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือจัดเก็บข้อมูลและยอดการขายในการทำงาน					
18.	จัดระบบรายชื่อเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งสารสนเทศเพื่อสะดวกในการศึกษาค้นคว้าในครั้งต่อไป					
19.	รวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและอยู่ในสภาพพร้อมใช้อยู่เสมอ					

ข้อ	คำถาม	ระดับสภาพ				
		5	4	3	2	1
4. ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล						
20.	รวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงาน โดยใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูป					
21.	มีความรู้ความสามารถในการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร					
22.	ประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					

ตอนที่ 2 ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา บริษัท เอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด โดยการกำหนดระดับการประเมินดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ระดับปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง ระดับปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อยที่สุด

มหาวิทยาลัยนเรศวร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับปัญหาต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต ที่ตรงกับสภาพที่เป็นจริงของท่าน

ข้อ	คำถาม	ระดับปัญหา				
		5	4	3	2	1
1. ด้านการศึกษาค้นคว้าและสืบค้นข้อมูล						
1.	ไม่ทราบถึงวิธีการสืบค้นข้อมูลที่ต้องการ					
2.	ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากการสืบค้นข้อมูล					
3.	ข้อมูลที่สืบค้นได้ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาข้อมูลที่ล้ำสมัย					
4.	ข้อมูลที่สืบค้นได้เป็นภาษาต่างประเทศยากต่อการทำความเข้าใจและนำมาใช้					
5.	ไม่พบข้อมูลที่ต้องการค้นคว้า					
6.	ไม่มีเวลาเพียงพอสำหรับการสืบค้นข้อมูล					
2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย						
7.	ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย					
8.	ไม่ทราบที่อยู่ (e-mail Address) ของผู้ที่ต้องการสื่อสาร					
9.	ความล่าช้าของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					
10.	มีการสนทนากันในเรื่องที่ไม่น่าสนใจหรือเป็นเรื่องไร้สาระ					
11.	ไม่มีความชำนาญในทักษะการพิมพ์ข้อความสื่อสาร					
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย						
12.	ขาดทักษะในการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ถูกต้อง					
13.	ขาดทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร					
14.	ขาดทักษะในการสืบค้น / ค้นหา / เข้าถึงแหล่งสารสนเทศ					
15.	ไม่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์					
16.	ขาดทักษะในการนำเสนอแหล่งสารสนเทศที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์					
17.	ไม่ทราบว่าสารสนเทศที่ต้องการใช้อยู่ที่แหล่งสารสนเทศใด					
18.	แหล่งสารสนเทศไม่ถูกต้องและไม่น่าเชื่อถือ					

ข้อ	คำถาม	ระดับปัญหา				
		5	4	3	2	1
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย						
19.	ขาดแรงจูงใจในการใช้แหล่งสารสนเทศ					
4. ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล						
20.	ขาดความรู้ ความสามารถในการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล					
21.	ขาดความชำนาญในการใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูปในการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล					
22.	ไม่ทราบถึงขั้นตอนและวิธีการดำเนินการในการประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					

ตอนที่ 3 ความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต กรณีสึกษา บริษัท เอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด โดยการกำหนดระดับการประเมินดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง	ระดับความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง	ระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก
ระดับ 3 หมายถึง	ระดับความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง	ระดับความต้องการอยู่ในระดับน้อย
ระดับ 1 หมายถึง	ระดับความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความต้องการต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการขายของตัวแทนประกันชีวิต ที่ตรงกับสภาพที่เป็นจริงของท่าน

ข้อ	คำถาม	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
1. ด้านการศึกษา ค้นคว้า และสืบค้นข้อมูล						
1.	สืบค้นข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้โปรแกรมสำหรับการสืบค้น (Search Engine) เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย					
2.	ต้องการให้ทีมพัฒนาเปิดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อพัฒนาตนเองให้สร้างองค์ความรู้โดยใช้แหล่งสืบค้นข้อมูลเพื่อใช้ในการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					
3.	มีความประสงค์ให้หน่วยงานจัดบริการและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการศึกษา ค้นคว้า และสืบค้นข้อมูลเพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้ในการขาย					
4.	ต้องการให้หน่วยงานเสนอแบบประกันต่าง ๆ เพิ่มเติมไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ตัวแทนได้ไปศึกษา ค้นคว้า เพิ่มเติม					
2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย						
5.	ต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการขายกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เฟสบุ๊ก, ไลน์, WhatsApp					
6.	ต้องการให้ตัวแทนประกันชีวิตได้แสดงความคิดเห็นซักถามข้อสงสัยร่วมกันอภิปรายประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับแบบประกันผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น กระดานข่าว (Web board), กระดานอภิปราย (Forum), บันทึกเล่าเรื่อง (Weblog/Blog)					
7.	ต้องการใช้การรับ - ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการทำงาน เช่น การส่งงานผ่านระบบเครือข่าย					
8.	สนใจให้หน่วยงานเปิดอบรมการใช้โปรแกรมการขายผ่านระบบเครือข่าย					
9.	ต้องการให้จัดอบรมและส่งเสริมความรู้ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญ					

ข้อ	คำถาม	ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย						
10.	ต้องการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในค้นหาข้อมูลและเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการส่งเสริมการขาย					
11.	ต้องการนำสื่อในรูปแบบมัลติมีเดียจากเว็บไซต์มาใช้ประกอบกิจกรรมการส่งเสริมการขาย					
12.	ให้การแนะนำรายชื่อเว็บไซต์ที่จัดทำสื่อการขายและการทำงานให้กับตัวแทนได้นำไปใช้					
13.	ควรมีการแนะนำแหล่งสารสนเทศ วิธีการใช้ วิธีการสืบค้นสารสนเทศ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้เข้าถึงแหล่งจัดเก็บไว้บริการ					
14.	ต้องการให้มีผู้เชี่ยวชาญมาเสนอแนะถึงวิธีการใช้และเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ					
4. ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล						
15.	มีความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการตรวจผลงานและประเมินผลงานของตัวเอง					
16.	ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือจัดเก็บข้อมูลและยอดขายในการทำงาน					
17.	จัดระบบรายชื่อเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งสารสนเทศเพื่อสะดวกในการศึกษา ค้นคว้าในครั้งต่อไป					
18.	รวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและอยู่ในสภาพพร้อมใช้อยู่เสมอ					
19.	ต้องการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงาน โดยใช้โปรแกรมประยุกต์หรือโปรแกรมสำเร็จรูป					
20.	ต้องการให้ประกาศผลการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการศึกษา ค้นคว้า และสืบค้นข้อมูล

.....
.....

2. ด้านการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย

.....
.....

3. ด้านการใช้แหล่งสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขาย

.....
.....

4. ด้านการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและประมวลผล

.....
.....



มหาวิทยาลัยนครสวรรค์



ประวัติผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยพระนคร

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล	ศิริลักษณ์ ชานวรัตน์
วัน เดือน ปี เกิด	2 กันยายน 2523
ที่อยู่ปัจจุบัน	297/1 หมู่ 2 ตำบลวังยาง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
ที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท เอไอเอ จำกัด 143/7-9 ถนนชมภูริระเวท ตำบลตะพานหิน อำเภอตะพานหิน จังหวัดพิจิตร
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	ตัวแทนประกันชีวิต
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ. 2553	บริษัท เอไอเอ จำกัด 143/7-9 ถนนชมภูริระเวท ตำบลตะพานหิน อำเภอตะพานหิน จังหวัดพิจิตร (2553 – ปัจจุบัน)
พ.ศ. 2552	ครูผู้สอนปฐมวัย โรงเรียนบ้านไทยดงยั้ง ตำบลวังยาง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก (2552 - 2557)
พ.ศ. 2551	บริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล แลบบอราทอรีส์ จำกัด (มหาชน)
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2560	กศ.ม. (เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา) มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก
พ.ศ. 2546	ศศ.บ. (อุตสาหกรรมท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร