

การพัฒนารูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล *

DEVELOPMENT OF ACTIVITY MODELS TO ENCOURAGE THE HUMAN CAPITAL VALUE OF LIFE INSURANCE AGENTS IN THE DIGITAL ERA

เพ็ญพิชา สร้างการนอก*, ภัทรธิดา ผลงาม

Penpicha Sangkannok*, Phatthira Phon-ngam

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

Faculty of Liberal Arts, North Bangkok University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: new-ps@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนารูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล 2) เพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมฯ 3) เพื่อนำรูปแบบกิจกรรมฯ ไปสู่การปฏิบัติ และ 4) เพื่อประเมินผลการใช้รูปแบบกิจกรรมฯ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากร คือ ตัวแทนประกันชีวิตที่สังกัดบริษัทประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งการตลาดปี 2564 สูงสุด 5 อันดับ จำนวน 162,870 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายตามสัดส่วนแต่ละบริษัทได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน เชิงปริมาณการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน และเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก สทนากลุ่ม ระดมความคิดเห็น ใช้รูปแบบกิจกรรมฯ และประเมินผล วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า 1) สภาพการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล 1.1) ภาพรวมมีการจัดกิจกรรมในระดับปานกลาง 1.2) ปัญหาที่พบ ได้แก่ ตัวแทนประกันชีวิตไม่เห็นความสำคัญของการเข้าร่วมกิจกรรม ขาดงบประมาณสนับสนุนการเชิญวิทยากร กิจกรรมไม่สอดคล้องกับความต้องการ ไม่มีการจัดกิจกรรมอย่างเป็นระบบ 1.3) ตัวแทนประกันชีวิตต้องการกิจกรรมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างคุณค่าเพิ่ม ด้านการสร้างคุณค่าความหลากหลาย และด้านการสร้างคุณค่าความคิดสร้างสรรค์ 2) หลังการพัฒนาและวิพากษ์ได้กิจกรรมทั้งหมด 10 กิจกรรม 3) ระยะเวลาใช้รูปแบบกิจกรรมฯ 4 เดือน ตั้งแต่ มีนาคม - มิถุนายน 2566 และ 4) การประเมินผลผู้ที่เกี่ยวข้องพึงพอใจมาก ยอดขายและจำนวนกรมธรรม์เพิ่มสูงขึ้น

คำสำคัญ: รูปแบบ, กิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์, ตัวแทนประกันชีวิต, ยุคดิจิทัล

Abstract

The purpose of this study is 1) to study the present situation, problems and development need of activity models to encourage the human capital value of life insurance agents in the digital era 2) to development of activity models 3) to use activity models and 4) to evaluate the use of activity models. This research is a mixed method of both quantitative and qualitative research. The population is life insurance agents belonging to the top 5 life insurance companies with the highest market share in 2021, numbering 162,870 people. Simple sampling was done

according to the proportion of each company, resulting in a sample size of 400 people and a target group of 30 people. For quantitative research, data were collected using a questionnaire. Data were analyzed using basic statistics. For qualitative research, data were collected using in-depth interviews, group discussions, brainstorming, model test and evaluated. Data were analyzed using content analysis and descriptive analysis. The results of this research found that 1) situation of activity models to encourage the human capital value of life insurance agents in the digital era 1.1) Overall, there are moderate activities. 1.2) Problems encountered include life insurance agents not seeing the importance of participating in activities. Lack of budget to support inviting speakers Activities are not consistent with needs. There is no systematic organization of activities. 1.3) Life insurance agents require the following activities: 3 aspects: Value-added Value diversity and Value creation. 2) After developing activity forms and criticisms, all activities 10 activities. 3) It took 4 months to use the activity models from March to June 2023 4) The evaluation is very satisfied with the relevant personnel, and the sales volume and life insurance policy have increased.

Keywords: Type, Activity to encourage the human capital value, Life Insurance Agent, Digital Era

บทนำ

เมื่อประเทศไทยเข้าสู่ยุคดิจิทัล 4.0 ที่เป็ญยุคที่มีความก้าวหน้าอย่างครบถ้วน และมีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น เพื่อลดบทบาทของมนุษย์ โดยเทคโนโลยีสามารถทำให้อุปกรณ์ต่าง ๆ สื่อสารระหว่างกัน และทำงานได้อย่างอัตโนมัติ (ราชูช ปญญาวชิโร, 2561) ส่งผลให้ทุกอย่างถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อรองรับพฤติกรรม ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจมากขึ้น ดิจิทัลจึงถือเป็นเทคโนโลยีอย่างหนึ่ง ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการดำรงชีวิตของมนุษย์และเป็นเครื่องมือในการสร้างโอกาส สร้างอาชีพ สร้างรายได้ กระตุ้นให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2565)

สำหรับธุรกิจประกันชีวิตที่มีความเกี่ยวข้องกับคนในสังคมเป็นอย่างมากได้มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานมากขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตของธุรกิจในยุคดิจิทัลเช่นเดียวกับธุรกิจต่าง ๆ (พชร อารยะการกุล, 2563) เนื่องจากธุรกิจประกันชีวิตเป็นหนึ่งในสถาบันการเงินที่มีบทบาทต่อสังคม ทั้งในด้านการออมเงิน การบริหารความเสี่ยง การแบ่งเบาภาระของสังคมและลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการ สงเคราะห์จากภาครัฐ ทำให้สังคมมีหลักประกันความปลอดภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุและความเสียหายจากการเจ็บป่วย หรือเสียชีวิตเกิดขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.), 2556) ทั้งนี้ องค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างมากและเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนธุรกิจประกันชีวิตที่สำคัญ คือทรัพยากรมนุษย์ ที่เรียกว่า ตัวแทนประกันชีวิต ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างลูกค้าและบริษัทประกัน โดยตัวแทนประกันชีวิตมีหน้าที่ให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและความรู้ คำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการเงินและการดำเนินชีวิตแก่ลูกค้า ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตต้องเรียนรู้ ฝึกฝน เพิ่มเติมทักษะความรู้ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา พร้อมทั้งให้บริการตามหน้าที่ภายใต้กฎระเบียบและจริยธรรมที่ดีของตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลของธุรกิจประกันชีวิต ส่งผลให้ตัวแทนประกันชีวิตจำเป็นต้องเรียนรู้การใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำมาใช้ในการให้บริการและนำเสนอข้อมูลให้กับลูกค้า รวมถึงทักษะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับยุคสมัย

สำหรับปัญหาของตัวแทนประกันชีวิตที่พบในธุรกิจประกันชีวิต สามารถแบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปัญหาด้านทักษะความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพโดยตรง ส่งผลให้ลูกค้าได้รับผลประโยชน์ไม่ตรงตามต้องการ หรือสูญเสียผลประโยชน์ตามที่ควรจะได้รับ (สุทธิพล ทวีชัยการ, 2561) รวมถึงตัวแทนประกันชีวิตที่ขาดทักษะความรู้เพิ่มเติมที่เท่าทันกับยุคสมัย ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าบางกลุ่มหรือขาดความคล่องตัวในการทำงาน ปัญหาด้านสังคมในการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดี จากการขาดทักษะในการปรับตัวให้สามารถเข้าร่วมสังคมกับผู้อื่นและผู้ร่วมอาชีพได้ ปัญหาด้านการแสดงออก บุคลิกภาพ ทักษะการสื่อสาร ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงาน เป็นต้น (กนกกาญจน์ สุประดิษฐ์, 2557)

จากปัญหาที่กล่าวมา จึงเห็นถึงความจำเป็นของการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล โดยบูรณาการวิธีการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนประกอบด้วย ตัวแทนประกันชีวิตในทุกระดับชั้น เจ้าหน้าที่ระดับบริหารบริษัทประกันชีวิต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งที่ผ่านมายังไม่มีรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรมที่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลจากการพัฒนารูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตนั้น จะทำให้ตัวแทนประกันชีวิตมีทักษะความสามารถ ในการประกอบวิชาชีพการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีความคงอยู่ในวิชาชีพ ตัวแทนประกันชีวิตที่ยาวนานขึ้น และเพื่อส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิตให้มีความมั่นคง และเป็นสถาบันการเงินที่สำคัญในการสนับสนุนทางเศรษฐกิจของประเทศได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหา และความต้องการในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล
2. เพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล
3. เพื่อนำรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัลไปสู่การปฏิบัติ
4. เพื่อประเมินผลการใช้รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสนทนากลุ่ม และการระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วม วิธีการวิจัยตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มเป้าหมาย

ประชากร คือ ตัวแทนประกันชีวิตสังกัดบริษัทประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด 5 อันดับ ปี 2564 ดังนี้ 1) บริษัท เอไอเอ ประกันชีวิต จำกัด 2) บริษัท เอฟดับบลิวดีประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) 3) บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) 4) บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) 5) บริษัท กรุงไทยแอ็กซ่าประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จำนวนรวมทั้งสิ้น 162,870 คน (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง ใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรยามาเน่ (Yamane, T. , 1973) ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 โดยคำนวณจากจำนวนตัวแทนประกันชีวิตทั้ง 5 บริษัท ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้สัมภาษณ์เจาะลึก คือ ตัวแทนประกันชีวิตที่สังกัดบริษัทประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด 5 อันดับ โดยคัดเลือกแบบเจาะจง ใช้เกณฑ์ประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป บริษัทละ 4 คน รวมเป็นจำนวน 20 คน

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้สนทนากลุ่ม คือ ตัวแทนประกันชีวิตที่สังกัดบริษัทประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด 5 อันดับ โดยคัดเลือกแบบเจาะจง ใช้เกณฑ์ประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 5 ปี โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มในระดับตัวแทนประกันชีวิตและระดับหัวหน้าตัวแทนประกันชีวิต กลุ่มละ 10 คน รวมเป็นจำนวน 20 คน

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการประชุมระดมความคิดเห็น คือ ตัวแทนประกันชีวิตที่สังกัดบริษัทประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด 5 อันดับ รวมทั้งภาคีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวแทนจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ตัวแทนจากสมาคมประกันชีวิต นักวิชาการด้านการประกัน ตัวแทนประกันชีวิตและหัวหน้าตัวแทนประกันชีวิต รวมเป็นจำนวน 30 คน

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล เป็นตัวแทนประกันชีวิตที่สังกัด บริษัท เอฟดับบลิวดีประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ที่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ จำนวน 30 คน (Burns, N., & Grove, S.K., 2005)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม เพื่อสอบถามเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล ลักษณะเครื่องมือเป็นคำถามปลายปิดให้เลือกตอบ มีทั้งหมด 3 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคล สภาพปัจจุบัน และปัญหาในการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล

เชิงคุณภาพ ใช้ประเด็นสัมภาษณ์ ซึ่งผ่านการตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ในด้านที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ประเด็นสัมภาษณ์เจาะลึก ประเด็นการสนทนากลุ่ม และประเด็นประชุมระดมความคิดเห็น

การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้นำเค้าโครงวิทยานิพนธ์เสนอต่อคณะกรรมการจริยธรรมของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย นอร์ทเทรนท์ รหัสดังโครงการ LA 1/2565 ได้พิทักษ์สิทธิกลุ่มเป้าหมายในการตอบรับหรือปฏิเสธในการเข้าร่วม การวิจัย โดยให้กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ตัดสินใจในการเข้าร่วมการวิจัยด้วยตนเอง กลุ่มเป้าหมายสามารถออกจาก การวิจัยได้ตลอดเวลาระหว่างการเข้าร่วมการวิจัย ข้อมูลทุกอย่างที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะนำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น เมื่อกลุ่มเป้าหมายยินดียินยอมเข้าร่วมการวิจัย ผู้วิจัยให้กลุ่มเป้าหมายลงนามในเอกสาร ใบยินยอม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถาม จำนวน 38 ข้อ โดยศึกษาจากเอกสาร งานวิจัย รวมถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสร้างคุณค่าของทุนมนุษย์ เพื่อนำไปสร้างข้อคำถามให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ แล้วนำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาความเข้าใจและการใช้ภาษาเพื่อความถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น ถัดมานำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องในด้านภาษาและความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทดลอง (Try Out) กับตัวแทนประกันชีวิตที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อโดยวิธีการหาค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างคะแนนรายข้อและคะแนนรวมทั้งหมด (Item - total - Correlation) ผลการวิเคราะห์ได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง 0.24 - 0.57 และได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งหมดโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ที่ 0.89

เชิงคุณภาพ นำประเด็นสัมภาษณ์เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องของแบบคำถามด้านภาษาและเนื้อหา แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเพื่อให้ครอบคลุมเรื่องที่ต้องการศึกษา และนำประเด็นสัมภาษณ์ไปทดลอง (Try Out) กับตัวแทนประกันชีวิตที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง โดยการให้ตัวแทนประกันชีวิตอ่านเพื่อตรวจสอบความเข้าใจในข้อคำถาม ถ้าพบว่าไม่เข้าใจคำถาม ให้ปรับปรุงแก้ไขใหม่จนเข้าใจ



การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมี การเก็บรวบรวมข้อมูล 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการจัดกิจกรรมฯ โดยใช้แบบสอบถามและการ สัมภาษณ์เจาะลึกและสนทนากลุ่ม
2. สร้างรูปแบบกิจกรรมฯ โดยการจัดประชุมระดมความคิดเห็น
3. นำรูปแบบกิจกรรมฯ ไปสู่การปฏิบัติ เป็นการลงมือปฏิบัติจริง โดยใช้ Action learning และ ใช้เวลาในการปฏิบัติ 4 เดือน (มีนาคม - มิถุนายน 2566) โดยความร่วมมือของบริษัท เอฟดับบลิวดีประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
4. ประเมินผลการใช้รูปแบบกิจกรรมฯ โดยการประเมิน Outputs และ Outcomes

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยการลงรหัสและบันทึกข้อมูลใน โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติพื้นฐานซึ่งประกอบด้วย ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการวิเคราะห์ระดับสภาพปัจจุบันและปัญหาในการจัดกิจกรรม โดยการรวมคะแนน ทุกข้อในแต่ละด้าน แล้วหาค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลผลของจอห์น (John w. Best, 1995) เป็น คะแนนระดับปฏิบัติ/ปัญหารายข้อโดยการหาค่าเฉลี่ยในข้อนั้น ๆ แล้วเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลผลของ จอห์น ดับเบิลยู เบส ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง มีระดับปฏิบัติ / ปัญหา มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง มีระดับปฏิบัติ / ปัญหา มาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง มีระดับปฏิบัติ / ปัญหา ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง มีระดับปฏิบัติ / ปัญหา น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง มีระดับปฏิบัติ / ปัญหา น้อยที่สุด

2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและพรรณนาเชิงวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยได้ทำการ วิเคราะห์ในเบื้องต้นพร้อม ๆ กับการเก็บข้อมูล ในแต่ละครั้งที่ทำการเก็บข้อมูลจะบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดแล้ว นำมาจัดหมวดหมู่ แยกประเภทและวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดหรือทฤษฎีเพื่อหาข้อสรุปแล้วนำเสนอรายงาน ผลการวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันในการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุค ดิจิทัล โดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน คือ การสร้างคุณค่าเพิ่ม การสร้างคุณค่าความหลากหลาย และการสร้างคุณค่า ความคิดสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สภาพการจัดกิจกรรมทั้ง 3 ด้าน n= 400

สภาพการจัดกิจกรรม	$\bar{X}$	SD	ระดับการจัดกิจกรรม
1. กิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าเพิ่ม	3.55	0.94	มาก
2. กิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าความหลากหลาย	2.49	1.05	น้อย
3. กิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าความคิดสร้างสรรค์	2.92	1.02	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	2.99	1.00	ปานกลาง

สำหรับปัญหาในการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล พบว่า โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านเครื่องมืออุปกรณ์และด้านการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัญหาในการจัดกิจกรรมทั้ง 4 ด้าน

n = 400

ปัญหาในการจัดกิจกรรม	$\bar{x}$	SD	ระดับปัญหา
1. ด้านบุคลากร	3.52	0.88	มาก
2. ด้านงบประมาณ	3.52	0.83	มาก
3. ด้านเครื่องมืออุปกรณ์	3.42	0.86	ปานกลาง
4. ด้านการบริหารจัดการ	3.54	0.88	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.50	0.86	มาก

สำหรับความต้องการในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิต ในยุคดิจิทัลนั้น พบว่าตัวแทนประกันชีวิตต้องการกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าเพิ่ม เกี่ยวกับการใช้เครือข่ายออนไลน์ การส่งเสริมทักษะด้านการพูด ทักษะความรู้การเป็นที่ปรึกษาการเงิน การใช้โปรแกรมการเงินต่าง ๆ รวมถึงการสร้าง Personal Branding สำหรับกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าความหลากหลาย เกี่ยวกับกิจกรรมด้านโหราศาสตร์ ศาสตร์ตัวเลข การส่งเสริมบุคลิกภาพ การดูแลสุขภาพ การออกแบบ การตัดต่อรูปภาพ การสร้างสรรค์สื่อ และกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าความคิดสร้างสรรค์ เกี่ยวกับการประกวดสื่อด้านการขายต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ตัวแทนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถพัฒนาการขายใหม่ ๆ ได้

2. ผลการพัฒนารูปแบบกิจกรรมฯ หลังการพัฒนารูปแบบกิจกรรมและการวิพากษ์ได้กิจกรรมทั้งหมด 10 กิจกรรม แบ่งตามแต่ละรูปแบบดังนี้

2.1 รูปแบบกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าเพิ่ม ได้แก่ 1) กิจกรรมเสริมทักษะการพูดและการนำเสนอในยุคดิจิทัล 2) กิจกรรมเสริมทักษะความรู้การเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน 3) กิจกรรมเข้าค่ายพัฒนา Mindset 4) กิจกรรมส่งเสริมการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านแพลตฟอร์ม TIKTOK

2.2 รูปแบบกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าความหลากหลาย ได้แก่ 1) กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล 2) กิจกรรมเสริมสร้างบุคลิกภาพ 3) กิจกรรมเสริมความรู้ด้านศาสตร์ตัวเลข

2.3 รูปแบบกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ 1) กิจกรรมประกวดคลิปวิดีโอสั้นสำหรับการขาย 2) กิจกรรมประกวดสโลแกนการขาย 3) กิจกรรมประกวดการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล

3. ผลการนำรูปแบบกิจกรรมฯ ไปสู่การปฏิบัติ ในตัวแทนประกันชีวิตที่สังกัด บริษัท เอฟดับบลิวดีประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จำนวน 30 คน พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตมีความรู้ มีทักษะด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ ทักษะการพูดการนำเสนอในยุคดิจิทัลเพื่อให้เข้าใจถึงหลักการและวิธีในการสื่อสารที่ถูกต้อง ทักษะความรู้การเป็นที่ปรึกษาทางการเงินที่เป็นแนวในการพัฒนาในสายอาชีพ การเข้าค่ายพัฒนา Mindset เพื่อให้ตัวแทนมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเท่าทันยุคสมัย การพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อการแสดงออกที่น่าเชื่อถือ ได้ความรู้แนวใหม่อย่างศาสตร์ตัวเลข รวมถึงทักษะการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถใช้ในการสร้างสรรค์สื่อ การขายได้ และได้รับการกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์จากการเข้าร่วมประกวดต่าง ๆ

4. ผลการประเมินผลการใช้รูปแบบกิจกรรมฯ พบว่า ผู้บริหารบริษัทประกัน หัวหน้าตัวแทนประกันชีวิต ตัวแทนประกันชีวิตที่เข้าร่วมกิจกรรม พึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างมาก โดยตัวแทนประกันชีวิตที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับการพัฒนาทักษะต่าง ๆ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และเกิดผลลัพธ์ด้านเบี้ยประกันและจำนวนกรมธรรม์ที่ลูกค้าทำการซื้อประกันชีวิตเพิ่มขึ้น เมื่อทำการสรุปผลงานหลังการใช้รูปแบบ กิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัลพบว่า ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม - กรกฎาคม 2566 มีการเพิ่มขึ้นของ

ยอดเบี้ยประกันจำนวน 1,472,447.00, 543,904.00 และ 719,699.00 บาท ตามลำดับ และมีจำนวนกรมธรรม์เพิ่มขึ้นจำนวน 67, 56 และ 44 กรมธรรม์ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยขอเสนอข้อค้นพบที่สำคัญซึ่งได้จากการวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหา และความต้องการในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัล ประเด็นการอภิปราย 1.1) สภาพปัจจุบันในการจัดกิจกรรมฯ พบว่าบริษัทประกันให้ความสำคัญกับการเพิ่มความสามารถในการขาย กิจกรรมที่จัดขึ้นส่วนใหญ่จึงเกี่ยวข้องกับการขายโดยตรงและมีการจัดขึ้นเป็นประจำ เช่น การอบรมความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ การใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการขาย สำหรับกิจกรรมเสริมทักษะความรู้ในด้านอื่น ๆ มีการจัดกิจกรรมน้อย หลายกิจกรรมไม่เคยจัดขึ้นมาก่อน ผลการศึกษาสอดคล้องกับ อิตารัตน์ เวชประสิทธิ์ และคณะ ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาทีมงานประกันชีวิตพบว่า องค์กรให้ความสำคัญด้านการส่งต่อความสำเร็จจากรุ่นสู่รุ่น ด้วยการสร้างทักษะ ความรู้ ความสามารถ (Skill) การพัฒนาเรื่องทักษะเพื่อเพิ่มเติมความรู้ ความสามารถงานขาย เพิ่มช่องทางการขาย การติดต่อสื่อสารทั้งลูกค้าและเพื่อนร่วมทีม (อิตารัตน์ เวชประสิทธิ์ และคณะ, 2565) 1.2) สภาพปัญหาในการจัดกิจกรรมฯ พบว่าตัวแทนประกันชีวิตไม่เห็นความสำคัญของการเข้าร่วมกิจกรรมฯ เป็นปัญหามากที่สุด ซึ่งเกิดจากตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลงานต่ำ และมีข้อจำกัดด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ทักษะในการทำงาน ผลการศึกษาสอดคล้องกับ ศิริภรณ์ พุทธิรักษ์ และคณะ เรื่อง ผลสัมฤทธิ์ในการประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตในสังกัดสำนักงานตัวแทน บริษัท เอไอเอ จำกัด พบว่า ผลสัมฤทธิ์ในการประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตในสังกัดสำนักงานตัวแทน บริษัท เอไอเอ จำกัด สาขากรุงเทพมหานคร มีความแตกต่างกัน เมื่อเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตแตกต่างกัน (ศิริภรณ์ พุทธิรักษ์ และคณะ, 2563) สำหรับปัญหาที่เกิดจากกิจกรรม ไม่สามารถนำไปใช้ได้จริง กิจกรรมที่จัดอยู่มีจำนวนมาก ไม่เป็นหมวดหมู่และไม่มีระบบที่ชัดเจน เป็นปัญหาสำคัญต่อการจัดกิจกรรมด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของฐิตพัฒน์ สดางค์จันทร์ และภัทรธิรา ผลงาม เรื่องการพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2 พบว่า การจัดกิจกรรมต่าง ๆ การเรียนรู้ส่วนใหญ่ไม่มีการสำรวจปัญหาและความต้องการของผู้เรียน บุคลากรมีภาระงานจากหน่วยบังคับบัญชามากเกินไปทำให้การจัดกิจกรรมไม่ต่อเนื่อง ไม่มีรูปแบบการจัดกิจกรรมที่ชัดเจน (ฐิตพัฒน์ สดางค์จันทร์ และภัทรธิรา ผลงาม, 2560) 1.3) ความต้องการในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมฯ พบว่า ตัวแทนประกันชีวิตต้องการกิจกรรมที่มีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหาและรูปแบบการจัดกิจกรรม โดยตัวแทนประกันชีวิตส่วนใหญ่ให้ความเห็นตรงกันว่า ตัวแทนประกันชีวิตควรมีความรู้รอบด้าน สอดคล้องกับผลการศึกษาของปริยาภัทร์ สมใจ และคณะ เรื่องการพัฒนาสมรรถนะพนักงานขายโดยใช้โปรแกรมการฝึกอบรมผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์บริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมนมพาสเจอร์ไรส์ พบว่าพนักงานขายจะต้องมีการพัฒนาศักยภาพ ความคิด วิสัยทัศน์ เทคโนโลยี ไอที กระบวนการทำงาน ขั้นตอนการปฏิบัติงานที่จำเป็นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อการแข่งขันในด้านต่าง ๆ ในยุคไร้พรมแดนที่มีเพิ่มมากขึ้น (ปริยาภัทร์ สมใจ และคณะ, 2562)

2. การพัฒนารูปแบบกิจกรรมฯ ประเด็นการอภิปราย 2.1) กิจกรรมส่งเสริมการสร้างคุณค่าเพิ่ม ได้แก่ กิจกรรมเสริมทักษะการถ่ายทอดการพูดและการนำเสนอในยุคดิจิทัล กิจกรรมเสริมทักษะความรู้การเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน กิจกรรมเข้าค่ายพัฒนา Mindset กิจกรรมส่งเสริมการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TIKTOK เป็นการเพิ่มทักษะที่ต้องการตามความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลงในการทำงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของวัฒนลักษณ์ เวชประสิทธิ์ และคณะ ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาสมรรถนะตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา สำนักงานตัวแทน บริษัท ไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขา

นวลจันทร์ กรุงเทพมหานคร พบว่า แนวทางการพัฒนาสมรรถนะตัวแทนประกันชีวิตเพื่อเพิ่มสมรรถนะหลักและสมรรถนะในหน้าที่ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาบุคลิกภาพ การวางแผนการเงิน ทักษะการขาย การเปิดใจ การนำเสนอ การบริการหลังการขาย และด้านทัศนคติที่เกี่ยวกับการเข้าค่ายปฏิบัติธรรม การรับฟังวิทยากรที่ประสบความสำเร็จ (วัฒนลักษณ์ เวชประสิทธิ์ และคณะ, 2562) 2.2) กิจกรรมส่งเสริมการสร้างคุณค่าความหลากหลาย ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ กิจกรรมเสริมสร้างบุคลิกภาพ กิจกรรมเสริมความรู้ด้านศาสตร์ตัวเลข เป็นการเพิ่มทักษะให้มีความหลากหลายในการทำงานมากขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนไป ผลการศึกษาสอดคล้องของ ญัฐนรี ดำรงเลาพันธ์ และกรวรรณ กฤตวรกาญจน์ เรื่องปัจจัยด้านการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจของตัวแทนขายประกันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การโน้มน้าวของตัวแทนขายประกันให้ประชาชนตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ต้องใช้กลวิธีการสื่อสารที่ประกอบด้วย การแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ ตามกระบวนการของเหตุผล ความรู้สึกและอารมณ์ร่วม ทางเลือกทั้งด้านดีและด้านเสีย และการสร้างความสุขให้แก่ผู้รับสาร (ญัฐนรี ดำรงเลาพันธ์ และกรวรรณ กฤตวรกาญจน์, 2565) 2.3) กิจกรรมส่งเสริมการสร้างคุณค่าความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ กิจกรรมประกวดคลิปวิดีโอสั้นสำหรับการขาย กิจกรรมประกวดสโลแกนการขาย กิจกรรมประกวดการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เป็นการเพิ่มทักษะในการขายประกันในด้านความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน ให้เกิดวิธีการใหม่ ๆ อย่างสร้างสรรค์ ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของจิตพัฒน์ สดางค์จันทร์ และภัทริรา ผลงาม เรื่องการพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2 ได้กล่าวถึงทักษะที่จำเป็นแห่งศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย ทักษะด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม ได้แก่ ความริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การแก้ปัญหา การสื่อสารและการร่วมมือ ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี (จิตพัฒน์ สดางค์จันทร์ และภัทริรา ผลงาม, 2560)

3. การนำรูปแบบกิจกรรมฯ ไปสู่การปฏิบัติ ประเด็นการอภิปราย 3.1) กิจกรรมส่งเสริมการสร้างคุณค่าเพิ่ม ได้แก่ กิจกรรมเสริมทักษะการถ่ายทอดการพูดและการนำเสนอในยุคดิจิทัล เพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตพัฒนาทักษะการพูดและการนำเสนอในยุคดิจิทัลอย่างเข้าใจและมีการสื่อสารที่เป็นระบบ รู้จักองค์ประกอบและสาระสำคัญในการสื่อสาร กิจกรรมเสริมทักษะความรู้การเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน เพื่อให้ความรู้และข้อมูลด้านการเป็นที่ปรึกษาทางการเงินสำหรับวางแผนการเงินส่วนบุคคล กิจกรรมเข้าค่ายพัฒนา Mindset เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติและสร้างมุมมองที่ดีในอาชีพการทำงาน กิจกรรมส่งเสริมการสร้างสรรคสื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TIKTOK เพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตมีทักษะการสร้างสรรคสื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hsieh, S. ที่ระบุว่า สมรรถนะมีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงการปฏิบัติงานและการพัฒนาคุณภาพบุคลากรโดยเฉพาะในบรรยากาศยุคโลกาภิวัตน์ที่ธุรกิจต้องการผู้ปฏิบัติที่มีความรู้ ทักษะและทัศนคติที่สามารถเผชิญหน้ากับความหลากหลายและความซับซ้อนของการดำเนินธุรกิจแนวใหม่เพื่อให้ประสบความสำเร็จ (Hsieh, S., et al, 2012) 3.2) กิจกรรมส่งเสริมการสร้างคุณค่าความหลากหลาย ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตมีทักษะความรู้ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลและใช้เป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารและเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น กิจกรรมเสริมสร้างบุคลิกภาพ เพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตพัฒนาบุคลิกภาพให้ดีขึ้น เสริมสร้างความมั่นใจและส่งเสริมภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น กิจกรรมเสริมความรู้ด้านศาสตร์ตัวเลข เพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตได้รับความรู้ด้านศาสตร์ตัวเลข ทำให้เข้าถึงสังคมและวัฒนธรรมของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Jay B. Barney ที่สรุปได้ว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในทักษะต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ ทำให้พนักงานมีความรู้ ซึ่งแต่ละคนมีความแตกต่างกันเนื่องจากความรู้ที่สะสมมาบวกกับทัศนคติในการใช้ชีวิตและประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละบุคคล ตลอดจน

รูปแบบและวิธีการทำงานที่แตกต่างกันไป ซึ่งองค์ประกอบทั้งสองจะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (Barney, Jay B., 1991) 3.3) กิจกรรมส่งเสริมการสร้างคุณค่าความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ กิจกรรมประกวดคลิปวิดีโอสั้น เพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตได้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลงาน ได้ฝึกทักษะการตัดต่อวิดีโอการสร้างสรรค์เนื้อหาภาพเคลื่อนไหว กิจกรรมประกวดสโลแกนการขายเพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตได้ฝึกการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ในการนำเสนอการขาย ส่งเสริมความกล้าแสดงออก มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และความสำเร็จทางอารมณ์ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน กิจกรรมประกวดการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตได้สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเป็นส่วนหนึ่งในการสร้าง Personal Branding สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุดารัตน์ อธิธรรมธาดา กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และกระบวนการคิดโดยสนับสนุนให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดสร้างสรรค์และแสดงศักยภาพในการทำงานอย่างเต็มที่ ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อผลประกอบการขององค์กรนั้น ๆ (สุดารัตน์ อธิธรรมธาดา, 2557)

4. การประเมินผลการใช้รูปแบบกิจกรรมฯ พบว่ากิจกรรมมีความเหมาะสมกับยุคดิจิทัล ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และปรับมุมมองแนวคิดการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตให้มีทัศนคติที่ดี สามารถเพิ่มผลผลิตในการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และการนำความรู้จากกิจกรรมไปปรับใช้ ส่งผลดีต่อลูกค้า ตัวแทนประกันชีวิตและบริษัท สามารถสร้างยอดขายให้เพิ่มมากขึ้นได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Huse, E. F., & Cummings, T. G. กล่าวว่า บุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้องค์กรมีการบริหารจัดการที่ดีนั้น ต้องได้รับการพัฒนาสมรรถนะในการทำงานเพื่อให้มีการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เพื่อเพิ่มพูนขวัญและกำลังใจของบุคลากร ตลอดจนเป็นแรงจูงใจแก่บุคลากรในการทำงานให้สอดคล้องระหว่างความพึงพอใจในงานของบุคลากรกับประสิทธิภาพขององค์กร โดยคุณภาพชีวิตการทำงานจะส่งผลต่อองค์กรในการเพิ่มผลผลิตขององค์กร (Huse, E. F., & Cummings, T. G., 1985) ทั้งนี้เมื่อทำการสรุปผลงานหลังการนำรูปแบบกิจกรรมฯ ไปสู่การปฏิบัติ ตัวแทนประกันชีวิตที่เข้าร่วมกิจกรรมมีผลงานรวม ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม - กรกฎาคม 2566 ทั้งในด้านเบี้ยประกันและจำนวนกรมธรรม์เพิ่มมากขึ้น

องค์ความรู้ใหม่

รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าทุนมนุษย์ของตัวแทนประกันชีวิตในยุคดิจิทัลทั้ง 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการสร้างคุณค่าเพิ่ม เป็นการเพิ่มทักษะต่าง ๆ ให้เพิ่มขึ้น ได้แก่ ทักษะความรู้การใช้เทคโนโลยี และเพิ่มทักษะที่ต้องการตามความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลงในการทำงาน
2. ด้านการสร้างคุณค่าความหลากหลาย เป็นการเพิ่มทักษะให้มีความหลากหลายในการทำงานมากขึ้น ซึ่งจำเป็นต่อการปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนไป
3. ด้านการสร้างคุณค่าความคิดสร้างสรรค์ เป็นการเพิ่มทักษะในการขายประกันในด้านความคิดสร้างสรรค์ ในการทำงานที่มีวิธีการใหม่ ๆ อย่างสร้างสรรค์

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการ พบว่ากิจกรรมที่บริษัทจัดเป็นส่วนใหญ่มุ่งเกี่ยวข้องกับการขายโดยตรง ส่วนกิจกรรมเสริมความรู้ในเรื่องอื่น ๆ มีการจัดกิจกรรมน้อย หลายกิจกรรมไม่เคยถูกจัดมาก่อน ส่วนปัญหาที่พบ คือ ตัวแทนประกันชีวิตไม่เห็นความสำคัญของการเข้าร่วมกิจกรรม ขาดงบประมาณสนับสนุนในการเชิญวิทยากรจากภายนอก กิจกรรมไม่สอดคล้องกับความต้องการของตัวแทนประกันชีวิต และไม่มี การจัดกิจกรรมอย่างเป็นระบบ โดยตัวแทนประกันชีวิตต้องการกิจกรรมใหม่ ๆ ที่สร้างองค์ความรู้ที่หลากหลาย และได้ความสนุกแตกต่างจากกิจกรรมรูปแบบเดิม ๆ ทั้งนี้หลังการพัฒนารูปแบบกิจกรรมและการวิพากษ์ได้

กิจกรรม 3 รูปแบบ รวมทั้งหมด 10 กิจกรรม ดังนี้ 1) รูปแบบกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าเพิ่ม ได้แก่ กิจกรรมเสริมทักษะการพูดและการนำเสนอในยุคดิจิทัล กิจกรรมเสริมทักษะความรู้การเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน กิจกรรมเข้าค่ายพัฒนา Mindset กิจกรรมส่งเสริมการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านแพลตฟอร์ม TIKTOK 2) รูปแบบกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าความหลากหลาย ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล กิจกรรมเสริมสร้างบุคลิกภาพ กิจกรรมเสริมความรู้ด้านศาสตร์ตัวเลข 3) รูปแบบกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ กิจกรรมประกวดคลิปวิดีโอสั้นสำหรับการขาย กิจกรรมประกวดสโลแกนการขาย กิจกรรมประกวดการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล โดยกิจกรรมทั้งหมดใช้ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม 4 เดือน ตั้งแต่มกราคม - มิถุนายน 2566 ซึ่งผลการประเมินของผู้ที่เกี่ยวข้องพึงพอใจมาก ยอดขายและจำนวนกรรมธรรม์เพิ่มสูงขึ้น สำหรับการวิจัยต่อไปควรศึกษาถึงเรื่องคุณวุฒิวิชาชีพของอาชีพตัวแทนประกันชีวิตและการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อให้สอดคล้องกับการรองรับลูกค้าต่างชาติที่มาจากการเปิดตลาดเสรี โดยนำมาผสมผสานกับรูปแบบกิจกรรมที่ได้จากงานวิจัยนี้ เพื่อนำไปใช้ในการต่อยอด สร้างแผนการพัฒนาอาชีพตัวแทนประกันชีวิตให้มีความชัดเจน เพื่อใช้เป็นกฎเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กนกกาญจน์ สุประดิษฐ์. (2557). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตของบริษัท กรุงเทพ-แอกซ่า ประกันชีวิต (มหาชน). ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิตพัฒน์ สดาศักดิ์จันทร์ และภัทรธิดา ผลงาม. (2560). การพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 11(1), 343-365.
- ณัฐนรี ดำรงเลาพันธ์ และกรวรรณ กฤตวรกาญจน์. (2565). ปัจจัยด้านการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจของตัวแทนขายประกันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 10(2), 151-171.
- ธิดารัตน์ เวชประสิทธิ์ และคณะ. (2565). แนวทางการพัฒนาทีมงานประกันชีวิต : กรณีศึกษาบริษัท XXX. วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง, 11(3), 18-26.
- ปรียาภัทร์ สมใจ และคณะ. (2562). การพัฒนาสมรรถนะพนักงานขายโดยใช้โปรแกรมการฝึกอบรมผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์บริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมนมพาสเจอร์ไรส์. วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 9(1), 88-102.
- พชร อารยะการกุล. (2563). Bluebik แนะนำธุรกิจประกันเร่งสร้างสรรค์นวัตกรรมในยุคดิจิทัลและสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ. เรียกใช้เมื่อ 25 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.mitihoon.com/2020/08/03/190604>.
- ราชวูธ ปัญญาชีโร. (2561). การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ตามหลักสัปปุริสธรรม 7 โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา จังหวัดขอนแก่น. ใน วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- วัฒนลักษณ์ เวชประสิทธิ์ และคณะ. (2562). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษาสำนักงานตัวแทน บริษัท กรุงเทพ-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) สาขานวลจันทร์ กรุงเทพมหานคร. วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ, 5(2), 92-106.
- ศิริภรณ์ พุทธรักษ์ และคณะ. (2563). ผลสัมฤทธิ์ในการประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตในสังกัดสำนักงานตัวแทน บริษัท เอไอเอ จำกัด. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์สถาบันรัชต์ภาคย์, 3(2), 221-234.

- สมาคมประกันชีวิตไทย. (2565). รายงานสถิติธุรกิจประกันชีวิต. เรียกใช้เมื่อ 6 กรกฎาคม 2565 จาก <https://www.tlaa.org>.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.). (2566). บริษัทประกันชีวิต. เรียกใช้เมื่อ 4 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.oic.or.th/th/consumer>.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2565). แผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ระยะที่ 2 ปี 2566-2570. เรียกใช้เมื่อ 16 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.dep.or.th/th/master-plan-digital-economy/master-plan-for-digital-economy-66-67>.
- สุดารัตน์ อธิธรรมธาดา. (2557). ปัจจัยแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และความฉลาดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน วิทยานิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุทธิพล ทวีชัยการ. (2561). คปภ. เน้นพัฒนาคนกลางประกันภัยในเชิงคุณภาพ ดิวข้ามผ่าน “โครงการเพิ่มศักยภาพวิทยากรหลักสูตรตัวแทน/นายหน้าประกันภัย”. เรียกใช้เมื่อ 12 ตุลาคม 2565 จาก <https://gnews.apps.go.th>.
- Barney, Jay B. (1991). Firm resources & sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Burns, N., & Grove, S.K. . (2005). *The Practice of Nursing Research: Conduct, Critique and Utilization*. (5th Edition). Missouri: Elsevier Saunders.
- Hsieh, S., et al . (2012). Analysis on literature review of comlietency. *Exhibition literature and analysis. International Business Dand Economic*, 2(2012), 25-50.
- Huse, E. F., & Cummings, T. G. (1985). *Organization Development and Change*. New York: West Publishing Company.
- John w. Best. (1995). *Research in Education*. Prentice-Hall: New Dalhi.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd Ed). New York: Harper and Row Publications.