

ความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

A Study of Needs and the Operations Department Dhipaya of Insurance Public Company Limited.

ปฐมพล จันทน์เสนะ

บทคัดย่อ

การศึกษาดูความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

รูปแบบการวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เน้นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จำนวนกลุ่มตัวอย่างขนาด 186 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม 2 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 1.00 และการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นจากกลุ่มตัวอย่างเสมือนจริงที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ตัวอย่าง ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาสูงกว่า .70 ในทุกด้าน สรุปได้ว่าเป็นแบบสอบถามที่มีคุณภาพ สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณประกอบด้วย สถิติพรรณนา และสถิติอ้างอิงสำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ การทดสอบ Pearson's Correlation Coefficient ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

1) ระดับความต้องการต่อกลยุทธ์ของธุรกิจของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้านกลยุทธ์นวัตกรรม 2) ระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการตลาด (Marketing) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้านดำเนินการและเทคโนโลยี (Operations and Technology) และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) พบว่า กลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงาน ของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ (Key Words) (1) ความต้องการ (2) การดำเนินงาน (3) ฝ่ายกิจการสาขา (4) บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

Abstract

A study of the needs and operations of the branch affairs department The objectives of Dhipaya Insurance Public Company Limited were 1) to study the level of demand and operations of the branch affairs department of Dhipaya Insurance Public Company Limited and 2) to study the relationship between demand and operation. of the Branch Affairs Department of Dhipaya Insurance Public Company Limited This research model It is a survey research focusing on quantitative research. (Quantitative Research) The population used in this study was personnel of branch affairs. Dhipaya Insurance Public Company Limited, a sample size of 186 samples using questionnaires as a data collection tool. The value was 1.00 and confidence was checked from 40 virtual samples that were close to the sample group, which had an alpha coefficient higher than .70 in all aspects. It was concluded that it was a quality questionnaire. Statistics in quantitative data analysis include descriptive statistics and reference statistics for analytical hypothesis testing Pearson's Correlation Coefficient test.

The results of the study can be summarized as follows:

1) The overall level of demand for the business strategy of Dhipaya Insurance Public Company Limited's Branch Affairs Department was at the highest level. The side with the highest average low cost strategy The side with the lowest average In terms of innovation strategy, 2) the overall level of opinion towards the operations of Dhipaya Insurance Public Company Limited's Branch Affairs Department was at the highest level. The side with the highest average Marketing (Marketing) The side with the lowest average Operations and Technology and 3) the relationship between the needs and operations of the Business Department of Dhipaya Insurance Public Company Limited found that the strategy to improve quality and service was related to the operation. of the branch affairs department of Dhipaya Insurance Public Company Limited with a statistically significant level of 0.05.

Key Words (1) Demand (2) Operation (3) Branch Affairs Department (4) Dhipaya Insurance Public Company Limited

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันที่ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิต พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และหลากหลายซึ่งผันแปร ตามสภาพแวดล้อม ปัจจัยทางสังคม และเทคโนโลยีที่เข้าถึงได้แตกต่างกันหลายองค์กัรตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และพยายามปรับตัว โดยมุ่งเน้นการลงทุนในเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองต่อปัจจัยที่เข้ามามีผลกระทบต่อองค์กร อย่างไรก็ตามมององค์กรเหล่านั้น กลับไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่ม

ประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน หรือการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง แท้จริงแล้ว การลงทุนในเทคโนโลยีเป็นเพียงหนึ่งองค์ประกอบย่อยในการปรับตัวของธุรกิจ หลักสำคัญที่องค์การควรคำนึงถึง คือ ลักษณะของธุรกิจ สภาพการแข่งขัน และสมรรถนะขององค์กร เพื่อเตรียมความพร้อมผ่านการลงทุนในเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้บริโภคได้องค์กรอาจพิจารณาขั้นตอนหลักในการปรับตัว (เกสรา ศักดิ์มณีวงศา ,2561)

บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจ ประกันวินาศภัย (Non-Life Insurance): สามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ประกันภัยออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ การประกันอัคคีภัย การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง การประกันภัยรถยนต์ และการประกันภัยเบ็ดเตล็ด แกนกลางของกลุ่มธุรกิจประกันภัยภายใต้ (TIPH) ระบุโครงสร้างกลุ่มธุรกิจ และแผนการดำเนินธุรกิจของ (TIPH) ถูกกำหนดขึ้นเพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของธุรกิจประกันภัย หลังการเกิดขึ้นของวิกฤตโควิด-19 จากนั้น เตรียมเดินทางพัฒนาระบบนิเวศทางธุรกิจ (Business Ecosystem) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกมิติพร้อมยืนยัน โครงสร้างผู้ถือหุ้นที่แข็งแกร่งจะช่วยสนับสนุนความสามารถทางการแข่งขัน และเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มธุรกิจได้ บริษัท ทิพย กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) หรือ (TIPH) ยืนยันว่าภายใต้โครงสร้างกลุ่มธุรกิจของ (TIPH) ธุรกิจหลักยังคงเป็นธุรกิจประกันภัย ที่บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญ และประสบความสำเร็จมาอย่างยาวนาน ในสัดส่วนไม่น้อยกว่า 75 เปอร์เซ็นต์ ของทรัพย์สินรวมของกลุ่มบริษัท โดยมีบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) หรือ (TIP) เป็นบริษัทที่เป็นแกนกลางของกลุ่มภายใต้ (TIPH) โดยที่โครงสร้างธุรกิจประกันภัยของ (TIPH) จะมีการแบ่งแยกและจำกัดความเสี่ยงของแต่ละสายธุรกิจอย่างชัดเจน ประกอบด้วย ธุรกิจประกันวินาศภัยในประเทศไทย (Non-Life Insurance) ธุรกิจประกันชีวิต ในประเทศไทย (Life Assurance) ธุรกิจประกันภัยในต่างประเทศ(International Insurance) และธุรกิจที่สนับสนุนธุรกิจประกันภัย (Insurance Supporting) ขณะที่ธุรกิจอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือกลุ่มประกันภัย อาจกระจายการลงทุนไปในอนาคตในสัดส่วนไม่เกิน 25 เปอร์เซ็นต์ ของทรัพย์สินรวมของกลุ่มบริษัท แต่ต้องเป็นธุรกิจที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของธุรกิจหลัก และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่มธุรกิจของ (TIPH)

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าการจัดโครงสร้างกลุ่มธุรกิจดังกล่าว นอกจากจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความยืดหยุ่นในการจัดการองค์กรให้เหมาะสมกับการประกอบธุรกิจในแต่ละประเภทธุรกิจแล้ว จะช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ที่เกิดจากการพัฒนากลุ่มธุรกิจให้มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน (Specialization) อย่างแท้จริง รวมทั้งจะส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) จากการจัดตั้งหน่วยธุรกิจที่ให้การสนับสนุนกับบริษัทในเครือ (Shared Services) ขึ้นมา โดยเป็นการพัฒนาต่อเนื่องจากหน่วยงานสนับสนุนธุรกิจที่ถือว่าเป็นจุดแข็งที่เป็นข้อได้เปรียบ (Unique Competencies) ของ (TIP) อยู่แล้ว เช่น การให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศการให้บริการสรรหาและพัฒนาบุคลากร หน่วยงานวิจัยและพัฒนา เป็นต้น (บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน),2564)

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยพิจารณา เห็นว่า ความต้องการและการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่มธุรกิจ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นบุคลากรฝ่ายบริหารในกลุ่มพัฒนากิจการสาขา จึงวิเคราะห์ได้ว่าความต้องการและการดำเนินงานต้องเป็นผลมาจากการวิเคราะห์ตลาด และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าในปัจจุบัน (The As-IsMarket & Operational Experience) เป็นภารกิจแรกที่สำคัญ โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจสภาพตลาดการแข่งขัน และปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจ รวมถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุดและจุดที่องค์กรมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Touch Point) เพื่อนำมาวิเคราะห์ และประเมินว่าสิ่งที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันนั้น สิ่งใดเป็นสาเหตุของปัญหา รวมถึงประเด็นปัญหาดังกล่าวสามารถพัฒนาได้อย่างไร การวิเคราะห์กระบวนการ องค์กรควรพิจารณาถึงกระบวนการทำงานในปัจจุบัน เพื่อระบุจุดที่ควรปรับปรุง และปัจจัยที่จะสร้างความประทับใจในทุกช่วงเวลาที่ลูกค้าอยู่ในกระบวนการ ซึ่งสามารถดำเนินการได้ผ่านการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการนั้น และการสร้างแผนงานที่มีขั้นตอนปฏิบัติเพื่อให้องค์กรนำไปปฏิบัติได้จริง (The Practical Roadmap) เมื่อองค์กรมีการประเมินประสิทธิภาพและออกแบบกระบวนการทำงานแล้ว สิ่งสำคัญต่อมาคือการจัดลำดับ หรือเลือกทำการเปลี่ยนแปลง ตามความสำคัญ กล่าวคือแต่ละธุรกิจมีความท้าทายและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงเป็นการยากที่องค์กรจะปรับเปลี่ยนทุกอย่างในช่วงระยะอันสั้น แต่องค์กรควรให้ความสำคัญกับส่วนงานที่เป็นปัจจัยหลักในการเติบโตของธุรกิจ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา “ความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)” เพื่อสำรวจความคิดเห็นบุคลากรของฝ่ายกิจการสาขา ส่งผลต่อการมีวิสัยทัศน์ในการปรับตัวของธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อตลาด และความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป หากองค์กรยังไม่ได้มีการเตรียมความพร้อมในการวิเคราะห์ตลาดและศักยภาพของกระบวนการทำงานขององค์กรอย่างแท้จริง แล้วนำมาวิเคราะห์และออกแบบแผนงานใหม่ที่สามารถผลักดันองค์กรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากกระบวนการทำงานแบบดั้งเดิม สู่กระบวนการทำงานที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์ และการสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อยกระดับธุรกิจให้มีความสามารถในการตอบสนองลูกค้าได้อย่างแท้จริง และยังผลประโยชน์ให้แก่องค์กรธุรกิจแบบยั่งยืนและถาวรสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีที่เป็นฐานความคิด ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ สรุปได้ว่า ความต้องการความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ หมายถึง การที่ผู้วิจัยประยุกต์นำเอาแนวคิดที่ได้ศึกษาวิจัย สู่การพัฒนาการทำงานของภายในองค์กรของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นในเรื่อง ของความเร็ว ประสิทธิภาพและการบริหารต้นทุน รวมไปถึงการระบุและจัดลำดับความสำคัญของการริเริ่มการปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดความพร้อมขององค์กร ซึ่งกลยุทธ์ระดับนี้จะมี ความแตกต่างกันออกไปในแต่ละหน้าที่แตกต่างกัน โดยการวิจัยศึกษาครอบคลุมถึงตัวแปร ดังนี้ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และกลยุทธ์นวัตกรรม ดัดแปลงจาก (Siriwan U. et al. ,2013) 2) แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจในปัจจุบันธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันตลอดเวลา ไม่ว่าจะเดินทางไปไหน การใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูล หรือการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อสื่อสารธุรกิจ ล้วนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องด้วยทั้งสิ้น ธุรกิจได้เข้าไปมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อสังคม โดยการสร้างสินค้า หรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดการจ้างงานหลายตำแหน่ง อีกทั้งธุรกิจยังเสียภาษี จากผลการดำเนินงานให้เป็นงบประมาณในการพัฒนาประเทศ ส่งผลให้เกิดการพัฒนามาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้นในสังคมโดยรวม ดังนั้น การศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจเบื้องต้น จะช่วยเพิ่มและเปลี่ยนแปลงมุมมองให้เข้าใจถึงระบบการดำเนินงานของธุรกิจให้ละเอียดมากขึ้น ในมุมมองของผู้บริหารธุรกิจแทนที่จะเป็นมุมมองของผู้บริโภค เหมือนตลอดเวลาที่ผ่านมา ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงหน้าที่งานทางธุรกิจที่หลากหลาย เช่น งานด้านการตลาด งานด้านการเงิน งานด้านการผลิต งานด้านทรัพยากรมนุษย์ และงานด้านการบริหารจัดการในองค์กรธุรกิจว่ามีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของธุรกิจอย่างไร (นภลัย ธนะวัฒน์,2558) สรุปได้ว่า การดำเนินงานของธุรกิจ คือ กิจกรรมต่าง ๆ ของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ที่ก่อให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการ โดย มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน และมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการประโยชน์หรือ กำไรจากการกระทำกิจกรรมนั้น ธุรกิจ คือ กระบวนการของธุรกิจที่ ประกอบไปด้วยการผลิตสินค้า หรือการให้บริการตามความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งการจำหน่ายสินค้าโดยได้รับกำไรเป็นผลตอบแทน โดยการศึกษา ผู้วิจัยมุ่งศึกษาตัวแปรเกี่ยวกับด้านการจัดการ (Management) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านดำเนินการและเทคโนโลยี (Operations and Technology) และด้านการเงิน (Financing) 3) ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจ ดังนี้

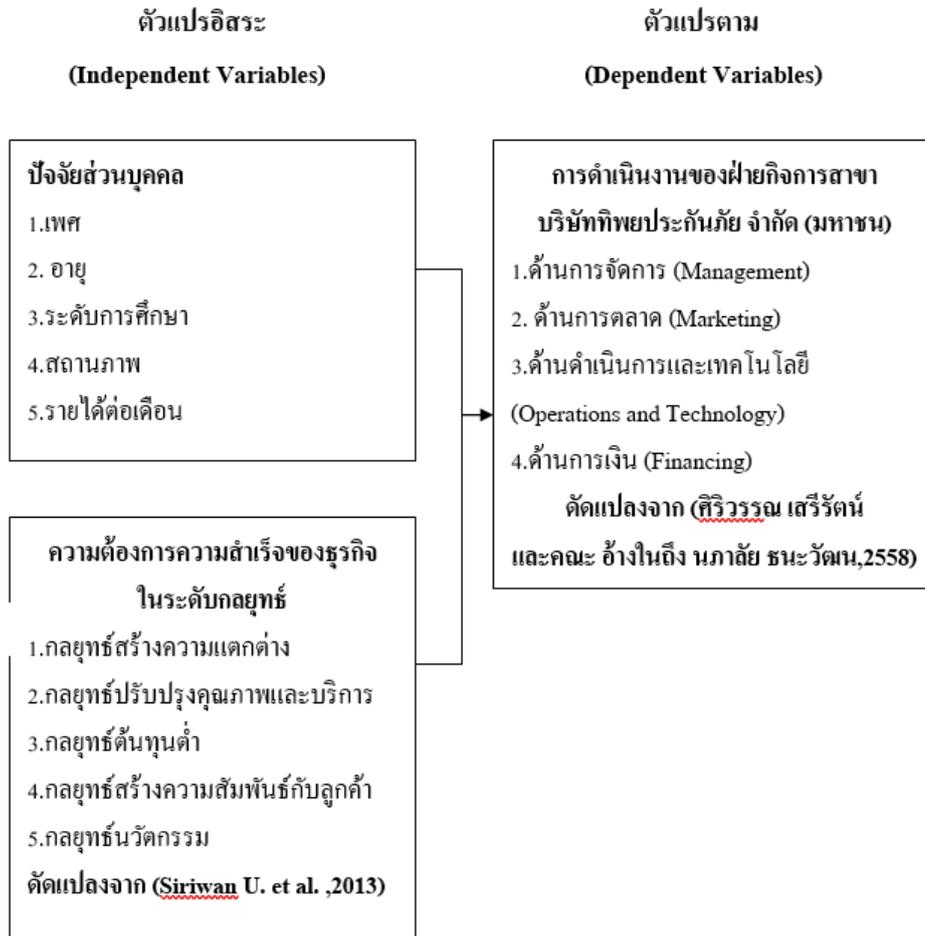
1) ธุรกิจประกันวินาศภัย (Non-Life Insurance): สามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ประกันภัยออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ การประกันอัคคีภัยการประกันภัยทางทะเลและขนส่ง การประกันภัยรถยนต์ และการประกันภัยเบ็ดเตล็ด

2) ธุรกิจการลงทุน: บริษัทฯ สามารถประกอบธุรกิจการลงทุน ตามพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย ภายใต้การควบคุมของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (สำนักงาน คปภ.) โดยนำเงินที่เหลือจากธุรกิจประกันภัยไปลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การฝากเงินกับสถาบันการเงิน ตัวสัญญาใช้เงิน พันธบัตรรัฐบาล และเงินลงทุนในหลักทรัพย์ทั้งระยะสั้น และระยะยาว

และ 4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นริรัตน์ มาทอง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดคุณภาพ การบริการ และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารตามสั่งของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาด และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารตามสั่งของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคุณภาพการบริการไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารตามสั่งของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ชัชณะ เตชคณา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อความสำเร็จระดับสูงที่มีนวัตกรรม ผลของการวิจัย พบว่า ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจในยุคใหม่จะต้องเริ่มด้วยสำนึกของการเป็นผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภค และสร้างคุณค่าให้แก่ทุกภาคส่วนที่มีความสำคัญกับความสำเร็จของธุรกิจ ด้วยการแสวงหานวัตกรรม ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าบริการและการทำธุรกรรม และให้ความสำคัญกับการสร้างตราสินค้าให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง โดยผู้ประกอบการจะต้องมีภาวะผู้นำ สามารถบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นคนเก่ง คนดี มีความสุข และทำงานร่วมกันเป็นหมู่คณะตามหลักของการบูรณาการ และครอบคลุม 10 ประเด็นตามเกณฑ์ของการตัดสินรางวัล จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นผู้วิจัย นำเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ การศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัททิพย์ประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัททิพย์ประกันภัย จำกัด (มหาชน) และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัททิพย์ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้ ความต้องการ มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัททิพย์ประกันภัย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวน แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับ ความต้องการความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ การดำเนินงานของธุรกิจ ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศและต่างประเทศ สิ่งที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น คือ กรอบแนวคิดการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และความต้องการความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ ตัวแปรตาม การดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตลอดจนนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรข้างต้น

รูปแบบการวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เน้นการวิจัย เชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งครอบคลุมทั้งหมด 8 ภาค โดยจำแนกตามโครงสร้างการบริหารของฝ่ายกิจการสาขา โดยผู้วิจัยกำหนดประชากรที่มีช่วงอายุระหว่าง 25-60 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศชาย และเพศหญิง จำนวน 360 คน นำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างขนาด 186 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามมี 4 ส่วน ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ความต้องการความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ การดำเนินงานของธุรกิจ ตลอดจนข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม 2 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC - Index of Item Objective Congruence) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 1.00 และการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นจากกลุ่มตัวอย่างเสมือนจริงที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ตัวอย่าง ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาสูงกว่า .70 ในทุกด้าน สรุปได้ว่าเป็นแบบสอบถามที่มีคุณภาพ

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณประกอบด้วย สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ สำหรับตัวแปรเชิงกลุ่ม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับ ตัวแปรเชิงปริมาณ และสถิติอ้างอิงสำหรับการทดสอบสมมติฐานในกรณีตัวแปรเชิงปริมาณ ตัวแปรต้น และตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์การทดสอบ Pearson's Correlation Coefficient ซึ่งผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

การสรุปผลการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด โดยสามารถสรุปผลของการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้วัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สรุปผลตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัย จากการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง 186 ตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มี

อายุระหว่าง 46-60 ปี รองลงมา อายุระหว่าง 33 -37. ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ ระดับปริญญาตรี รองลงมา ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า สถานภาพโสด รองลงมา สมรส มีรายได้อยู่ระหว่างไม่เกิน 30,000 บาท รองลงมา อยู่ระหว่าง 30,0001- 40,000 บาท ตามลำดับ

ตอนที่ 2 สรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

1) ด้านความต้องการ

ผลการวิจัย พบว่า ระดับความต้องการต่อกลยุทธ์ของธุรกิจของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกเป็นรายด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ รองลงมา ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้านกลยุทธ์นวัตกรรม และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถผลการวิจัยได้ตามลำดับ ดังนี้

ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด การสร้างคุณภาพการให้บริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง รองลงมา การสร้างภาพลักษณ์ของพนักงานให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง เช่น ต้อนรับการช่วยเหลือลูกค้าด้วยความอบอุ่น ยิ้มแย้มแจ่มใส และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจให้โดดเด่นถึงความสนใจ เช่น การช่วยเหลือสังคม หรือการทำ Corporate Social Responsibility (CSR)

ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีการเน้นคุณภาพและการบริการทุกขั้นตอนจนถึงการส่งมอบเพื่อให้ลูกค้าจดจำและ และส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจ รองลงมา กิจการสามารถตอบสนองความต้องการด้านการบริการให้ลูกค้าด้วยความสะดวกรวดเร็ว และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด กิจการมีการปรับปรุงคุณภาพและบริการอยู่เสมอ

ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด นโยบายด้านราคาผลิตภัณฑ์บริการมีการเปลี่ยนแปลงไปตามภาวะ รองลงมา มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรขององค์กร เช่น พนักงาน เครื่องจักรเครื่องมือ อุปกรณ์ และสถานที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ค่าเฉลี่ย และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด มีวิธีการในการลดส่วนสูญเสียในกระบวนการต่าง ๆ ของธุรกิจซึ่งจะทำให้เกิดการลดต้นทุน

ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด กิจการเก็บข้อมูลลูกค้าการซื้อผลิตภัณฑ์ และการให้บริการของลูกค้าอย่างเป็นระบบเชื่อถือได้ รองลงมา กิจการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด มีการสร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

ด้านกลยุทธ์นวัตกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการกระบวนการต่าง ๆ รองลงมา สินค้าของท่านสามารถค้นหาได้โดยจาก Search engine เช่น Google และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ฝึกอบรมและพัฒนาการเรียนรู้ของพนักงานอยู่เสมอ ๆ

2) ด้านการดำเนินงาน

ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม จำแนกเป็นรายด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการตลาด (Marketing) รองลงมา ด้านการจัดการ (Management) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้านดำเนินการ และเทคโนโลยี (Operations and Technology) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถผลการวิจัยได้ตามลำดับ ดังนี้

ด้านการจัดการ (Management) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้บริหารองค์กรมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจ รองลงมา ธุรกิจของมีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ธุรกิจของมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ

ด้านการตลาด (Marketing) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีนโยบายสนับสนุนบริษัทให้เสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เช่น การอำนวยความสะดวกในการพิจารณาให้ความเห็นชอบผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นกรณีพิเศษ รองลงมา ปรับปรุงแก้ไข แนวทางการเข้าร่วมโครงการทดสอบนวัตกรรมที่นำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการให้บริการสำหรับธุรกิจประกันภัย (Insurance Regulatory Sandbox) ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้นรวมถึงประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าว พร้อมสนับสนุนให้บริษัทพิจารณาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ เพื่อผลักดันให้เกิดนวัตกรรมในเชิงดิจิทัลมากขึ้น และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด พัฒนาเว็บไซต์เปรียบเทียบแบบประกันภัยสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัท เพื่อให้บริการค้นหาแบบประกันภัยและเปรียบเทียบเบี้ยประกันภัยจากข้อมูลของผลิตภัณฑ์จากบริษัทและใช้เป็นส่วนหนึ่งที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อแบบประกันภัยผ่านระบบออนไลน์

ด้านดำเนินการและเทคโนโลยี (Operations and Technology) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ธุรกิจของท่านมีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอนสะดวกในการดูแลและตรวจสอบ รองลงมา ธุรกิจของท่านจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับการให้บริการและการดำเนินงาน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คุณภาพและการบริการขององค์กรธุรกิจได้รับการรับรองจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

ด้านการเงิน (Financing) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด องค์กรธุรกิจสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจใน

ทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า รองลงมา องค์กรธุรกิจมีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการอย่างเพียงพอ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดขององค์กรธุรกิจสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจได้ตลอดเวลา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ผลการวิจัย สามารถสรุปได้ ดังนี้

ด้านการจัดการ (Management) พบว่า กลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ความต้องการมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงาน ด้านการจัดการ (Management) ของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ ในส่วน ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านกลยุทธ์นวัตกรรม มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ความต้องการไม่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงาน ด้านการจัดการ (Management) ของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในด้านดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการตลาด (Marketing) พบว่า กลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐาน รอง H_1 หมายความว่า ความต้องการมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงาน ด้านการตลาด (Marketing) ของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ ในส่วน ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านกลยุทธ์นวัตกรรม มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ความต้องการไม่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านการตลาด (Marketing) ของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในด้านดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านดำเนินการและเทคโนโลยี (Operations and Technology) พบว่า กลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ความต้องการมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงาน ด้านดำเนินการและเทคโนโลยี (Operations and Technology) ของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ ในส่วน ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านกลยุทธ์นวัตกรรม มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ความต้องการไม่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงาน ด้านดำเนินการและเทคโนโลยี (Operations and Technology) ของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในด้านดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการเงิน (Financing) พบว่า กลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ความต้องการมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงาน ด้านการเงิน (Financing) ของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ ในส่วน ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านกลยุทธ์นวัตกรรม มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ความต้องการไม่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงาน ด้านการเงิน (Financing) ของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในด้านดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ความต้องการและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีประเด็นที่นำมาอภิปราย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลจากวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

ด้านระดับความต้องการต่อกลยุทธ์ของธุรกิจ

1.1 ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ผู้ประกอบการ และฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับความต้องการด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ เพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจ เนื่องจากกลยุทธ์ในด้านนี้ ผลการวิจัย พบว่า บุคคลกรที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญและต้องการมากที่สุด

1.2 ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ ผู้ประกอบการ และฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับความต้องการด้านกลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพและบริการ เพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจ เนื่องจากกลยุทธ์ในด้านนี้ ผลการวิจัย พบว่า บุคคลกรที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญรองลงมา

1.3 ด้านกลยุทธ์นวัตกรรม ผู้ประกอบการ และฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับความต้องการด้านกลยุทธ์นวัตกรรม เพื่อพัฒนาธุรกิจขององค์กรให้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ ในด้านนี้ บุคคลกรให้ความสำคัญน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะ ในองค์กรขาดการสื่อสารและการเข้าถึงเทคโนโลยี

ด้านระดับการดำเนินงานของธุรกิจ

1.1 ด้านการตลาด (Marketing) ผู้ประกอบการ และฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านการตลาด (Marketing) เพื่อเป็นการส่งเสริมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ครองใจผู้บริโภค เนื่องจากด้านนี้ ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรให้ความเห็นมากที่สุด

1.2 ด้านการจัดการ (Management) ผู้ประกอบการ และฝ่ายกิจการสาขา บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ควรให้ความสำคัญเกี่ยว ด้านการจัดการ (Management) เพื่อสร้างให้องค์กรมีความเข้มแข็ง และได้เปรียบคู่แข่งชั้น ในด้านของ 1) ด้านคุณภาพสินค้า 2) ความยืดหยุ่น 3) ต้นทุน 4) เวลาในการดำเนินงาน และ 5) บุคคลเนื่องจากด้านนี้ ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรให้ความเห็นรองลงมา

2. สำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้สนใจศึกษาในครั้งต่อไป ดังนี้

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายสถานการณ์และปัญหาในด้านการดำเนินธุรกิจหรือปัญหาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบบริษัทประกันภัย แนวโน้มของการเติบโตของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ เพื่อจะได้รับทราบข้อมูล ซึ่งจะเป็แนวทางให้กับหน่วยงานนำไปเป็นแนวทางพัฒนาธุรกิจต่อไป

2.2 ควรศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของกลุ่มแข่งขัน ที่อยู่ใธุรกิจเดียวกัน เพื่อศึกษาเปรียบเทียบ นำมาสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันด้านธุรกิจต่อไป

บรรณานุกรม

- ชัชณะ เตชคณา. (2563). รูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อความสำเร็จระดับสูงที่มีนวัตกรรม. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(3), 431 – 445.
- นภาลักษณ์ วัฒน. (2558). การดำเนินธุรกิจและการจัดการ โลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจดาวเรืองในจังหวัดนครปฐม. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. ฐานข้อมูลงานวิจัย (ThaiLis).
- นริรัตน์ มาทอง. (2561). กลยุทธ์ทางการตลาด คุณภาพการบริการ และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามสั่งของกลุ่มคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. ฐานข้อมูลงานวิจัย (Thaijo)
- บริษัท ทิพย์ประกันภัย จำกัด (มหาชน). (2564). TIPH เข้าซื้อขายวันแรก ชูจุดแข็งโครงสร้างธุรกิจ และ ผู้ถือหุ้นสุดแกร่ง. <https://www.dhipaya.co.th>
- Siriwan, U. et al. (2013). The management of the small and medium enterprises to achievement competitive advantage in northern Thailand. *Conference of the International Journal of Arts & Sciences*, 6(1), 147-157.