

การศึกษาเพื่อวางแนวทาง จัดแบ่งพื้นที่ส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

A STUDY FOR GUIDLINE TO LAY-OUT PLAN CUSTOMER SERVICE
AREA METROPOLITAN BRANCH BANGKOK BANK



พรชัย ตามถิ่นไทย
PRONCHAI TAMTHINTHAI

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน

บัณฑิตวิทยาลัย

ดขหม.....
ดขทะเบียน... 31034... สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วัน, เดือน, ปี... 8 ธ.ค. 2541

พ.ศ. 2541

ISBN 974-622-237-6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**A STUDY FOR GUIDLINE TO LAY-OUT PLAN CUSTOMER SERVICE
AREA METROPOLITAN BRANCH BANGKOK BANK**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF ARCHITECTURE IN INTERIOR OF ARCHITECTURE
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

1998



COPYRIGHT 1998

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG วิชาการด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาเพื่อวางแนวทาง จัดแบ่งพื้นที่ส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
นักศึกษา	นายพรชัย ตามถิ่นไทย
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	อาจารย์จันทน์ เพชรานนท์
หลักสูตร	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรมภายใน
พ.ศ.	2541

บทคัดย่อ

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี โดยได้ทำการศึกษา ภายในส่วนบริการลูกค้า ของสาขาในเขตนครหลวง ธนาคารกรุงเทพ เพื่อเสนอแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่(LAY -OUT PLAN) ในการศึกษาได้มุ่งเน้นไปยังสาขาที่เป็นสาขาในเขตธุรกิจ โดยมีมาตรฐานโครงสร้างสาย งานและอาคารขนาดกลาง เป็นอัตราส่วนมากของธนาคารกรุงเทพ ในปัจจุบันธนาคารกรุงเทพ ได้ ทำการปรับปรุงสาขาตามโครงการสาขา NEW LOOK โดยมีทีมงานของธนาคาร กับนักออกแบบ ต่างประเทศ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโครงการปรับปรุงดังกล่าว เปรียบเทียบกับสาขาก่อนการปรับ ปรุง ได้กำหนดสาขาสะพานเหลือง (สาขาก่อนปรับปรุง) และสาขาสุรวงศ์ (สาขาปรับปรุงใหม่) ได้ ทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรที่มีผลต่อการจัดแบ่งพื้นที่ และทำการวิจัยเชิงสำรวจเป็นการศึกษาถึง ลักษณะทั่วไป และกิจกรรมในส่วนบริการ โดยทำการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม และความ ต้องการของผู้ใช้สอย โดยการสังเกต และสัมภาษณ์ ในช่วงเวลาปกติ และหนาแน่น(PEAK) ตลอดจนศึกษาแนวคิด และการบริการของธนาคารยุคใหม่ เพื่อการสร้างแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วน บริการลูกค้าสาขาในเขตนครหลวง โดยเสนอแนวทางเป็นลักษณะ “ต้นแบบ” (PROTOTYPE)

จากการศึกษา และวิเคราะห์ ตลอดจนการเปรียบเทียบผลการวิจัยสามารถนำเสนอข้อ พิจารณา และแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ดังนี้

1. การจัดระดับความสำคัญ (PRIORITY) ของแต่ละส่วนบริการ

-เน้นรูปแบบบริการตนเอง (SELF SERVICE) ให้บริการด้วยบริการอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING) 24 ชั่วโมง

-เน้นการขาย (SALE AREA) ให้ข้อมูลข่าวสาร และบริการใหม่ ๆ (MERCHANDISING) อย่างเพียงพอเพื่อการเข้าใจผลประโยชน์ที่ลูกค้าควรจะได้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การจัดความสัมพันธ์ (FUNCTION RELATIONSHIP) ของแต่ละส่วนบริการ

- เน้นการบริการที่คงที่ (IDENTITY) ให้ลูกค้าเกิดการคุ้นเคยในแต่ละส่วนบริการของบริการภายในสาขา

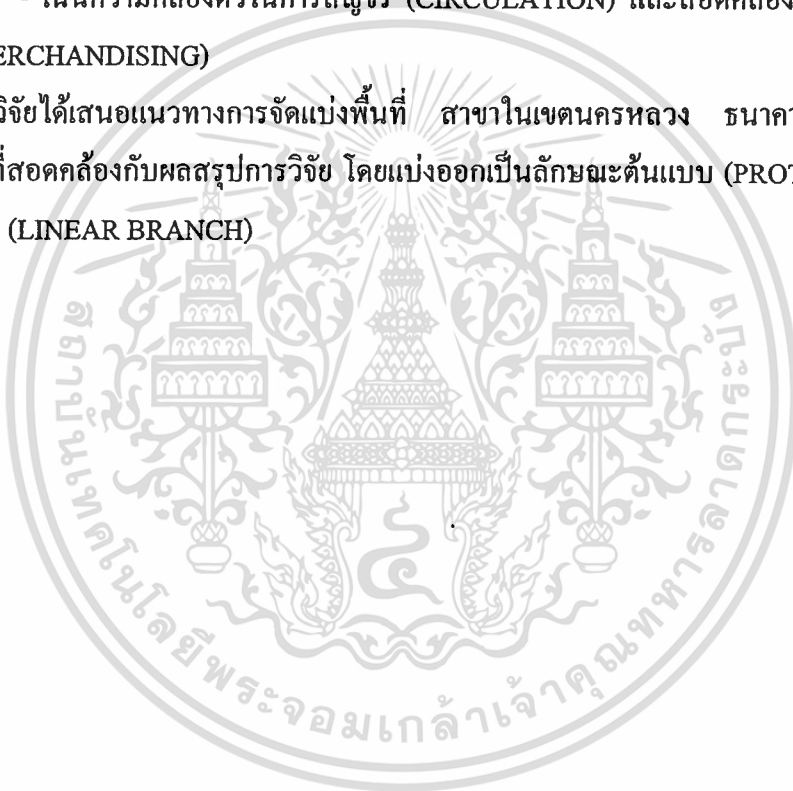
- เน้นจุดให้บริการ (FRONT OFFICE) ให้บริการอย่างชัดเจน และง่ายต่อการใช้บริการในส่วนหน้า และปิดกั้นบริเวณที่ทำงานในส่วนหลัง

3. การจัดความสัมพันธ์ของพื้นที่ลูกค้า (CUSTOMER AREA)

- เน้นการดูแลลูกค้าขณะรอใช้บริการ (WAITING & QUEUE)

- เน้นความคล่องตัวในการสัญจร (CIRCULATION) และสอดคล้องกับการส่งเสริมการขาย (MERCHANDISING)

ในการวิจัยได้เสนอแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ สาขาในเขตนครหลวง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่สอดคล้องกับผลสรุปการวิจัย โดยแบ่งออกเป็นลักษณะต้นแบบ (PROTOTYPE) สาขาในแนวนอน (LINEAR BRANCH)



Thesis Title	A Study for Guidline to Lay-Out plan Customer Service Area Metropolitan Branch Bangkok Bank
Student	Mr.Pronchai Tamthinhai
Thesis Advisor	Miss Jantance Bejarananda
Degree	Master of Architecture (Interior Architecture)
Year	1998

ABSTACT

To propose criteria of Lay - Out Plan, the study emphasizes in business zone and standardize most of organization as well as mediam typical building . At present, Bangkok Bank has been reorganized branch banking according to The New Look Project. The Project team consist of inhouse staffs and oversea specialists. The research has studied the mention project compare to the branch prior to this adjustment. This research appointed Sapanlueng Branch (Non - Reorganizd) and Suriwong Branch (Reorganized) for being representative in these case study in terms of Variables effect to Lay - Out Plan Study and Analysis survey in overall activities as well as service area activities. The data was collected through observation and interview with customers in normal and peak period.The study is more concerned with banking concept and service criterion to regulate customer service zoning in metropolitan area and proposed in terms of prototype.

The result ofthis analysis study as well as comparison has appointed the set of considerations as follow

1. The priority of each service function
 - To emphasize on self service by 24 hours automatic banking.
 - To emphasize on sale information and merchandising area.
2. Function relationship in each part of service
 - To insist on identity service for being fameliar with customer in particular service area of banking.
 - To stress on ' easy to contact ' with front office and ' tidy bank office '.

3. Function relationship of customer area

- To emphasize on 'waiting and queue area
- To emphasize on circulation accompany by merchandising.

In conclusion, the research proposed The Lay - Out Criteria for Banking in Metropolitan Area of Bangkok Bank (Public Company) by diving in two patterns - Linear Bank Prototype



กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เพราะได้รับความเมตตากรุณาจากท่าน อาจารย์ จันทน์ เพชรานนท์ ซึ่งได้ให้คำปรึกษาและแนะนำผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่าน และกราบขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่ ธนาคารกรุงเทพ สาขาสะพานเหลือง สาขาสุรวงศ์ และสาขาตรอกจันทร์ ที่กรุณาให้ข้อมูล และอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเป็นอย่างดี นอกจากนี้ขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย ขอขอบพระคุณทุกๆ ท่านที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการวิจัย ในครั้งนี้

สุดท้ายคุณค่าและประโยชน์ของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยปรารถนาอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และธนาคารกรุงเทพบ้าง ไม่น่ามากก็น้อย

พรชัย ตามถันไทย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	4
คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	8
การใช้บริการธนาคารด้วยตนเอง (SELF-SERVICE BANKING).....	12
สาขาคอมพิวเตอร์ (COMPUTER BRANCH).....	13
การเปลี่ยนแปลงแบบ “ขกเครื่อง” (RE-ENGINEERING).....	14
การบริการแบบ ONE-STOP SERVICE.....	16
แนวโน้มธุรกิจของธนาคาร.....	18
ธนาคารยุคใหม่.....	20
สาขาแห่งอนาคต “ศตวรรษที่ 21” (THE BRANCH OF THE FUTURE).....	22
คิวกับการบริการธนาคาร (QUEUE).....	25
ผลเปรียบเทียบระหว่างคิวระบบไฟฟ้ากับคิวธรรมดาของธนาคารกรุงเทพ.....	30

ผลรายงานการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการเปลี่ยนแปลงการให้บริการ ที่หน้าเคาน์เตอร์ สาขากรุงเทพ.....	34
การสร้างบรรยากาศที่ดีสำหรับผู้ให้บริการ.....	35
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานบริการและนโยบายของธนาคาร.....	37
กรณีศึกษาโครงการออกแบบธนาคาร (RE-DESIGN : BANK).....	39
ผลการเปรียบเทียบลักษณะการจัดแบ่งพื้นที่ของธนาคารกรณีศึกษา.....	47
บทที่ 3 ศึกษาข้อมูล และรายละเอียดเพื่อการวิจัย.....	52
ศึกษานโยบายและเป้าหมายการบริการส่วนบริการลูกค้า.....	52
ศึกษาความสัมพันธ์ ของส่วนบริการ.....	54
การศึกษาเลือกสาขาตัวอย่างเพื่อการวิเคราะห์และวิจัย.....	56
การศึกษาลักษณะทั่วไป ของส่วนบริการลูกค้า.....	60
ศึกษาเปรียบเทียบ สาขาก่อนปรับปรุง กับสาขาปรับปรุงใหม่.....	78
ศึกษาข้อมูลทั่วไป และช่วงเวลาผู้ใช้สอย ส่วนบริการลูกค้า.....	84
ศึกษาอุปกรณ์เครื่องเรือน และการใช้พื้นที่.....	87
บทที่ 4 วิเคราะห์ผลการศึกษาเพื่อการวิจัย.....	91
วิเคราะห์แนวโน้ม ผลประกอบการ ส่วนบริการลูกค้า.....	91
วิเคราะห์ปริมาณ กิจกรรม และเวลาการใช้บริการของลูกค้า.....	93
วิเคราะห์การจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง.....	95
บทที่ 5 สรุป และเสนอแนะผลการวิจัย.....	134
แนวทางการจัดความสัมพันธ์ (FUNCTION RELATIONSHIP) ส่วนบริการลูกค้า... ..	134
ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY-OUT PLAN) ส่วนบริการลูกค้า.....	137

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม.....	150
ภาคผนวก.....	152
ประวัติผู้เขียน.....	161



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงข้อได้เปรียบและเสียเปรียบระหว่างรูปแบบ SINGLE QUEUE กับ SEPARATE QUEUE.....	29
2.2 แสดงข้อได้เปรียบและเสียเปรียบระหว่างการจัดคิวระบบไฟฟ้ากับการจัดคิวระบบธรรมดาของธนาคารกรุงเทพ.....	31
3.1 แสดงจำนวน และค่าเฉลี่ยสาขาที่ตั้งอยู่ในเขตกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน สาขาในเขตนครหลวงของธนาคารกรุงเทพ.....	56
3.2 แสดงจำนวนมาตรฐานสาขา และโครงสร้างสาขา ในเขตนครหลวง.....	57
3.3 แสดงสาขาตัวอย่าง และลักษณะรายละเอียดของสาขาสังกัดภาคนครหลวง 3.....	58
3.4 แสดงเวลาให้บริการของธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING).....	86
4.1 แสดงภาพรวมรายได้และระดับเงินฝากระหว่างปี พ.ศ.2535-2539.....	91
4.2 แสดงรายได้และเงินฝากระหว่างปี พ.ศ.2535-2539 และบริการต่าง ๆ.....	92
4.3 แสดงปริมาณ กิจกรรม และเวลา การใช้บริการของลูกค้า ของส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง ธนาคารกรุงเทพ.....	94

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรรมวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการลูกค้า.....	5
2.1 แสดงธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ กับการบริการ.....	11
2.2 แสดงการใช้บริการธนาคารด้วยตนเอง (SELF-SERVICE BANKING).....	12
2.3 แสดงธนาคารสาขาคอมพิวเตอร์ (COMPUTER BRANCH).....	13
2.4 แสดงบริการแบบ ONE-STOP SERVICE.....	17
2.5 แสดงลักษณะธนาคารขนาดเล็ก (MINI BANK) ในซูเปอร์มาร์เก็ต.....	21
2.6 แสดงลักษณะการจัดแบ่งพื้นที่ของสาขาแห่งอนาคต (ศตวรรษที่ 21).....	22
2.7 แสดงรูปแบบคิวสำหรับบริการเช่นเดียวกันหมด และแยกประเภทบริการ โดยใช้เวลาคอย และทำรายการน้อย.....	26
2.8 แสดงรูปแบบคิวสำหรับบริการแยกประเภทบริการ โดยใช้เวลาคอย และทำ รายการมาก.....	27
2.9 แสดงรูปแบบคิวสำหรับบริการเช่นเดียวกันหมด และแยกประเภทบริการ โดยใช้เวลาคอยและทำรายการนาน.....	28
2.10 แสดงลักษณะคิวของธนาคารกรุงเทพ.....	32
2.11 แสดงการสร้างบรรยากาศที่ดี สำหรับลูกค้า คมคะคอยทำรายการ.....	36
2.12 แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการออกแบบธนาคารกสิกรไทย.....	39
2.13 แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการออกแบบ FUJI BANK.....	41
2.14 แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการออกแบบ DEUTSCHE BANK.....	43
2.15 แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการออกแบบ BANK OF ASIA.....	45
2.16 แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการแบ่งพื้นที่ภายในสาขา ของธนาคาร อื่น ๆ.....	48
3.1 แสดงนโยบาย และเป้าหมายการบริการ ส่วนบริการลูกค้า ตามลำดับ (PRIORLITY).....	53
3.2 แสดงนโยบาย ของรูปแบบการจัดกิจกรรมของพื้นที่ (BUBLE DIAGRAM) ของส่วนบริการลูกค้า.....	55

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
3.3 แสดงตำแหน่งสาขาตัวอย่าง.....	59
3.4 แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สะพานเหลือง.....	61
3.5 แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขาสุรวงศ์.....	70
3.6 แสดงการใช้พื้นที่ ของจุดให้บริการ และทำรายการ.....	87
4.1 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนให้บริการฝาก-ถอน สาขาในเขตนครหลวง...	98
4.2 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนให้บริการธนาคารอัตโนมัติ สาขาในเขต นครหลวง.....	102
4.3 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ที่เขียนในรายการ สาขาในเขตนครหลวง.....	105
4.4 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการสารบัญชี่ สาขาในเขตนครหลวง....	108
4.5 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนให้บริการเปิดบัญชีใหม่ สาขาในเขต นครหลวง.....	112
4.6 แสดงแนวทางการใช้พื้นที่ ส่วนบริการพิธีการสินเชื่อ สาขาในเขตนครหลวง.....	115
4.7 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนให้บริการด้านต่างประเทศ สาขาในเขต นครหลวง.....	118
4.8 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนให้บริการสินเชื่อ สาขาในเขตนครหลวง.....	121
4.9 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการขายสมุดเช็ค สาขาในเขตนครหลวง....	124
4.10 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สาขาในเขตนครหลวง.....	127
4.11 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนผู้จัดการสาขา สาขาในเขตนครหลวง.....	130
4.12 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการตู้നിรัย สาขาในเขตนครหลวง.....	123
5.1 แสดงแนวทางการจัดความสัมพันธ์ (FUNCTION RELATION SHIP) ส่วน บริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง.....	136
5.2 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY-OUT PLAN) ส่วนบริการ ลูกค้า สาขาเอกมัย.....	141

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ, สังคม และความก้าวหน้าด้านระบบโทรคมนาคมและเทคโนโลยีทันสมัย ตามกระแสโลกาภิวัตน์ และการเปิดตลาดเสรีทางการเงินของไทย ได้ส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ต้องเผชิญกับการแข่งขันในตลาดการเงินที่สูงขึ้นทั้งการแข่งขันจากธนาคารพาณิชย์ด้วยกัน และบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในประเทศ ตลอดจนสถาบันการเงินต่างประเทศ

จากโครงการวิจัยโดย Nigel Thomus, Managing Director, Smosarski & Tartnes Limited, London ได้ผลลัพธ์คำตอบจากการวิจัย คือ ธนาคารก็เหมือนกับร้านค้าหนึ่ง คือการดำเนินงาน (FINACIAL PRODUCT), ขายบริการและขายคำแนะนำ การขายดังกล่าวควรควรทำให้ลูกค้าถูกใจ และสะดวก ในการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนมากเข้าไปใช้บริการธนาคารอย่าง “ฝืนใจ” ดังนั้นธนาคารควรปรับเปลี่ยนวิธีการ เพื่อเปลี่ยนความรู้สึกของคนส่วนใหญ่ นอกจากจะลดความรู้สึกในแง่ลบแล้ว ควรทำให้ลูกค้าใช้บริการแล้วหยุดหึงหวงน้อยลง

จากอดีตธนาคารกรุงเทพ เป็นธนาคารที่ได้เปิดให้บริการลูกค้าประชาชน ได้พัฒนาจากธนาคาร ขนาดเล็กเมื่อปี พ.ศ.2487 โดยพึ่งพิงรายได้จากเงินให้สินเชื่อ โดยการระดมฝาก และได้พัฒนาเรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 2527 ธนาคารจึงปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ใหม่ ไม่เร่งขยายการเติมโตอย่างที่เคยกระทำมา แต่กลับหันมามุ่งเน้นการให้นโยบายคุณภาพ ที่หมายถึงความพอใจ และศรัทธาของลูกค้า โดยเฉพาะด้านบริการ

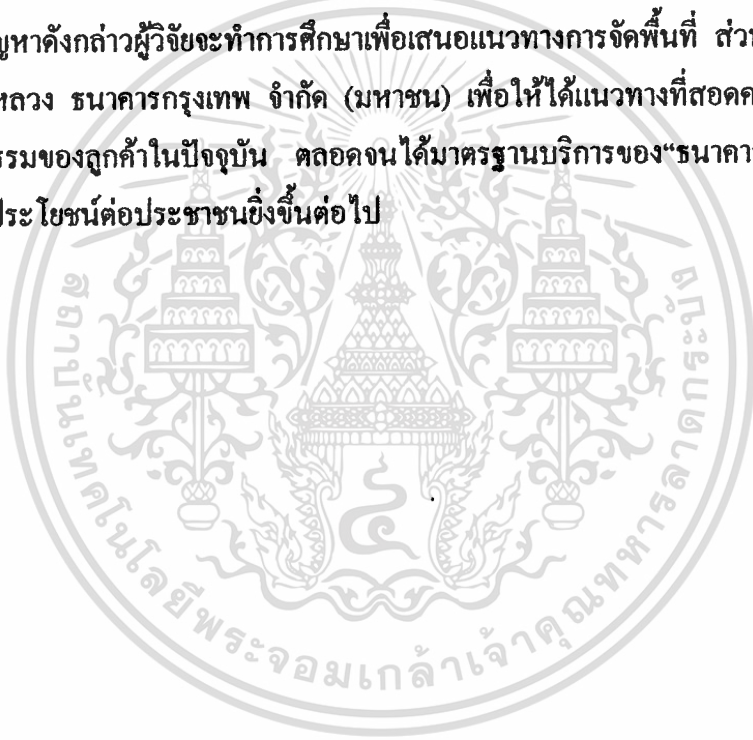
จากการศึกษาส่วนให้บริการลูกค้า ของสาขาก่อนปรับปรุง และสาขาปรับปรุงใหม่ กับการบริการ และแนวทางการตลาดยุคใหม่ของธนาคาร และบทบาทของธนาคารในปัจจุบัน จะก่อให้เกิดปัญหา และรูปแบบของบริการในส่วน โฉงบริการลูกค้า ของธนาคารกรุงเทพที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และประโยชน์ที่ธนาคารควรจะได้รับเช่น

1. การจัดระดับความสำคัญ (PRIORITY) ของส่วนบริการ
 - ส่วนให้บริการด้วยตนเอง (SELF SERVICE AREA)
 - ส่วนบริการที่เป็นรายได้ของธนาคาร (SELE AREA)
 - ส่วนบริการที่เป็นรายจ่ายของธนาคาร (TELLER AREA)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
- ส่วนบริการที่ควรเป็นสัดส่วนตัว (ROOM AREA)
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ส่วนบริการที่ต้องการความปลอดภัย (SECURITY AREA)
- 2.การจัดความสัมพันธ์ (FUNCTION RELATIONSHIP) ของส่วนบริการ
 - พื้นที่ให้บริการ (SERVICE AREA)
 - พื้นที่โถงลูกค้า (CUSTOMER AREA)
- 3.ปริมาณของพื้นที่ ของส่วนบริการ (AREA REQUIREMENT)
 - บริเวณให้บริการ และทำรายการ (WORK STATION)
 - บริเวณคอยทำรายการ และทางสัญจร (QUEUE & CIRCURATION)
 - บริเวณการตลาด และการขาย (MERCHANDISING)

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจะทำการศึกษาเพื่อเสนอแนวทางการจัดพื้นที่ ส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ได้แนวทางที่สอดคล้องกับสถานการณ์และพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบัน ตลอดจนได้มาตรฐานบริการของ“ธนาคารยุคใหม่”และอำนวยความสะดวกประชาชนยิ่งขึ้นต่อไป



วัตถุประสงค์ของวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของส่วนบริการลูกค้าสาขาในเขตนครหลวง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้สอยกับการจัดแบ่งพื้นที่ส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง
3. เพื่อศึกษาแนวทาง การจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการลูกค้าสาขาในเขตนครหลวง

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

การจัดทำวิจัยครั้งนี้มุ่งหมายเพื่อเสนอผลการวิจัย การจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการลูกค้าสาขาในเขตนครหลวง ธนาคารกรุงเทพ จากการศึกษาเปรียบเทียบวิเคราะห์ การจัดแบ่งพื้นที่ของสาขา ก่อนปรับปรุงกับสาขาปรับปรุงใหม่ และสรุปเสนอแนะแนวความคิดการจัดแบ่งพื้นที่ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้สอย และประโยชน์ที่ลูกค้ากับธนาคาร จะได้รับจากการจัดแบ่งพื้นที่ส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง ธนาคารกรุงเทพ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยจะทำการศึกษการจัดแบ่งพื้นที่ส่วนบริการลูกค้าสาขาในเขตนครหลวง โดยมีข้อกำหนดขอบเขตวิจัยดังนี้

1. ทำการศึกษาลักษณะทั่วไปของส่วนบริการลูกค้า

1.1 การจัดแบ่งพื้นที่สาขาก่อนปรับปรุง และสาขาปรับปรุงใหม่ ประกอบด้วย ส่วนบริการหลัก ๆ ดังนี้

- ส่วนบริการธนาคารอัตโนมัติ
- ส่วนบริการเปิดบัญชีใหม่
- ส่วนฝาก - ถอน
- ส่วนต่างประเทศ
- ส่วนสินเชื่อ

1.2 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ ประกอบด้วยบริเวณหลัก ๆ ดังนี้

- ทางเข้าด้านหน้า - หลัง
- โถงบริการ และจุดทำรายการ
- จุดติดต่อบริการ

- บริเวณทำรายการ

- ทางสัญจร และข่าวสารการตลาด / บริการ

2. ทำการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้สอย ส่วนบริการลูกค้าประกอบ

ด้วย

2.1 กลุ่มลูกค้า

- ลูกค้ารายย่อย (ลูกค้าประเภทใช้บริการรายการทั่วไป)
- ลูกค้ารายใหญ่ (ลูกค้าประเภทติดต่อธุรกิจ , นักลงทุน หรือรายการที่วง

เงินมาก)

2.2 กลุ่มพนักงานทั่วไป และระดับบริหาร , บัณฑิตบัญชา

- ผู้จัดการสาขา
- หัวหน้าหน่วยงาน

3. ทำการศึกษานโยบาย และเป้าหมายการบริการ

4. ทำการศึกษานวัตกรรม และการบริการของธนาคารยุคใหม่

วิธีการดำเนินการวิจัย

ลักษณะและวิธีการวิจัยจะพิจารณาประเภทของการวิจัยเพื่อความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์ มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ใช้การวิจัยเชิงบรรยายมุ่งศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรที่มีผลต่อการจัดแบ่งพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์และขัดแย้งเชิงเหตุและผลของตัวแปร ประกอบด้วย

- 1.1 การรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริง
- 1.2 การนำข้อมูลอธิบายตีความหมายประเมินผล
- 1.3 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์และแนวโน้ม
- 1.4 การสร้างแนวทางเพื่อการออกแบบนำเสนอ

2. ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เป็นการศึกษาถึงลักษณะและกิจกรรม ส่วนบริการลูกค้า เพื่อให้ทราบลักษณะการจัดแบ่งพื้นที่ กับพฤติกรรม และความต้องการที่สอดคล้อง หรือขัดแย้งต่อการใช้บริการของลูกค้า ทำการสำรวจเก็บข้อมูลบริเวณส่วนบริการลูกค้า สาขาก่อนปรับปรุง และสาขาปรับปรุงใหม่ในเขตนครหลวงที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม และเป็นสาขาที่มีบริการทุกประเภท ด้วยการสังเกต บันทึก และสัมภาษณ์ สรุปรววิเคราะห์ต่อไป

อย่างไรก็ตามจะใช้การศึกษาเชิงพัฒนาการ เพื่อศึกษาทิศทางการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในอนาคตโดยอาศัยจากการศึกษาสภาพการณ์เป็นช่วงๆ ต่อเนื่องนำมาเปรียบเทียบทิศทางการเปลี่ยนแปลงต่อไป

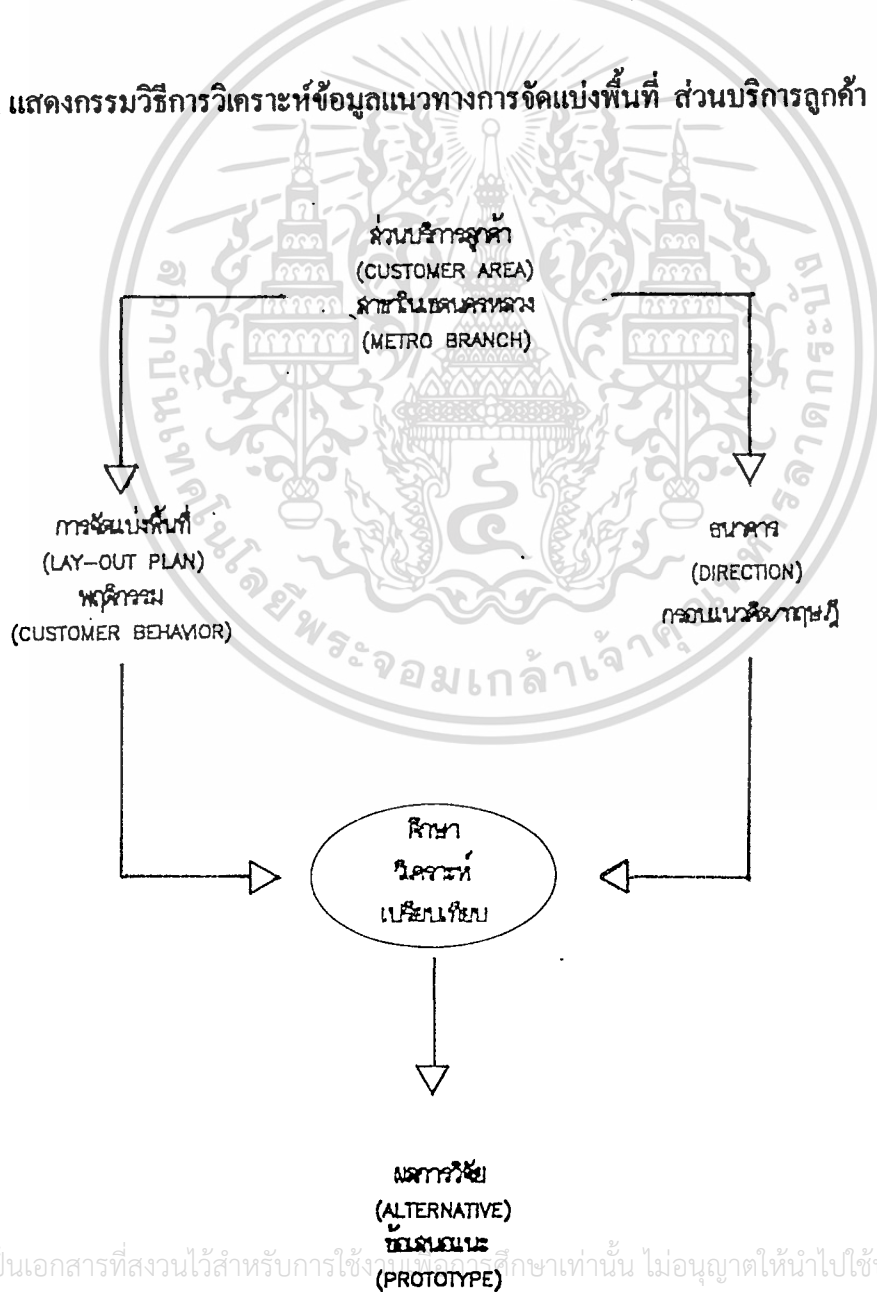
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการนำข้อมูลมาเพื่อวางแนวทางการนำเสนอการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลจะพิจารณาตามความเหมาะสม ของลักษณะข้อมูลในการแปลผล แบ่งผล การวิเคราะห์ข้อมูล เป็น 2 กรณี คือ

1. ผลวิเคราะห์ที่เป็นค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละการจัดลำดับการเปรียบเทียบ เป็นต้น จะนำผลการวิเคราะห์สรุปผลเป็นตารางหรือกราฟ

2. ผลวิเคราะห์ที่เป็นค่าที่ได้จากการบันทึก สังเกต ใช้วิธีการวิเคราะห์เป็นสถิติบรรยาย และสถิติอ้างอิง โดยอาศัยแนวทางการทำวิจัยตามลำดับขั้นตอน (ดูภาพที่ 1.1)

ภาพที่ 1.1 แสดงกรรมวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการลูกค้า



คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา

ส่วนบริการลูกค้า (CUSTOMER SERVICE AREA) หมายถึง บริเวณ โถง และพื้นที่เปิดให้บริการลูกค้า โดยประกอบด้วย

1. ส่วนให้บริการโดยเครื่อง (MACHINE SERVICE)
 - บริการธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING)
2. ส่วนให้บริการโดยเจ้าหน้าที่ (STAFF SERVICE)
 - บริการเปิดบัญชีใหม่ (NEW ACCOUNT)
 - บริการฝาก - ถอน (TELLER)
 - บริการชำระบัญชี (SUBBOOK CLEARING)
 - บริการขายเช็ค (CHECK ISSUANCE)
 - บริการชำระเงินกู้ (CREDIT PROCESSING)
 - บริการสินเชื่อ (LENDING)
 - บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (FOREIGN EXCHANGE)
 - บริการด้านต่างประเทศ (FOREIGN REMITANCE)
 - บริการตู้നിรัถย (SALE DEPOSIT)

สาขาในเขตนครหลวง (METRO BRANCH) หมายถึง สาขาที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลแบ่งสังกัด โดยธนาคารกรุงเทพเป็น 5 ภาคนครหลวง

การจัดแบ่งพื้นที่ (LAY-OUT PLAN) หมายถึง การจัดแบ่งบริเวณ (ZONE) ของแต่ละส่วนบริการ ประกอบด้วย

1. บริเวณโถงธนาคาร และจุดคอยทำรายการ (LOBBY & QUEUE)
2. บริเวณบริการด้วยธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING)
3. บริเวณบริการรายการใหม่ – เก่า (NEW – OLD TRANSACTION)
4. บริเวณบริการที่ต้องการเป็นสัดส่วนระหว่างรายการ (ROOM AREA)
5. บริเวณบริการที่ต้องมีความปลอดภัยระหว่างรายการ (SECURITY AREA)
6. บริเวณให้ข่าวสารบริการ และการตลาด (MERCHANDISING AREA)

ความต้องการของผู้ใช้สอย หมายถึง ความต้องการในระหว่างรายการ (TRANSACTION) ประกอบด้วย

1. ความต้องการของลูกค้าโดยทั่วไป
 - 1.1 ระหว่างคอยทำรายการ

-ความยุติธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ความรวดเร็ว
- ความเพิดเพลิน
- ความสะดวก สบาย

1.2 ขณะคิดต่อ และทำรายการ

- ความเป็นสัดส่วน
- ความปลอดภัย
- ความลับของรายการ
- ความสะดวก สบาย

2.ความต้องการของเจ้าหน้าที่ ทั่วไป และบริหารบังคับบัญชา

2.1 ระหว่างคอยทำรายการ

2.2ขณะทำรายการ

- การมีสมาธิ
- การช่วยเหลือและแนะนำบริการ



บทที่ 2

วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การเปลี่ยนแปลงนโยบายการบริการของธนาคารกรุงเทพ โดยการมุ่งเน้นในคุณภาพ และบริการแทนการพึ่งพิงการให้สินเชื่อเพื่อการค้า และการพาณิชย์ในอดีต ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมภายในสาขา และการจัดแบ่งพื้นที่ในส่วนโถงบริการ (BANKING HALL) และส่วนที่ทำการ (BACK OFFICE) ในปัจจุบันธนาคารมีความสามารถในการให้บริการด้วยเทคโนโลยี และที่แนวความคิดใหม่ ๆ ทำให้สามารถมีการกระจายกลุ่ม และรวมกลุ่มในส่วนของระบบ และบริการต่าง ๆ ในการให้บริการในส่วนโถงลูกค้า และส่วนที่ทำการตลอดจนลักษณะของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนเป็นลูกค้ารายย่อย (RETAIL) ที่มีจำนวนมากขึ้น แทนกลุ่มลูกค้าที่มีเฉพาะรายใหญ่ ๆ (WHOLESALE)

จากการศึกษาพบว่าจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวของธนาคารกรุงเทพ เมื่อทำการเปรียบเทียบ การจัดแบ่งพื้นที่ของสาขาก่อนปรับปรุง และสาขาปรับปรุงใหม่ สามารถสรุปการเปลี่ยนแปลงหลัก ๆ ดังนี้

1. ทำให้สัดส่วนพื้นที่ในส่วนโถงลูกค้ามากขึ้น โดยมีการใช้ระบบคิว (QUEUE) สำหรับลูกค้าระหว่างคอยทำรายการ
2. สามารถแยกหน่วยให้บริการได้ โดยทำรายการครบถ้วนได้ ณ จุดเดียว (ONE STOP SERVICE) และทำรายการได้ด้วยตนเอง (SELF SERVICE) โดยใช้บริการกับธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING) นอกเวลาทำการได้

3. ลูกค้าสามารถสังเกต และเข้าใช้บริการได้ง่ายโดยการเปิดให้บริการเฉพาะส่วนติดต่อและทำรายการ (FRONT OFFICE) และมุ่งเน้นข่าวสารบริการ และการตลาด (MERCHANDISING) ในส่วนโถงลูกค้า และจุดทำรายการ

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการรวบรวมแนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการของธนาคาร เพื่อศึกษาประกอบการวิเคราะห์วิจัย ในการสรุป และเสนอแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ส่วนบริการลูกค้า ของธนาคารกรุงเทพ ดังนี้

ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ กับการบริการ

หลายธนาคารได้พัฒนาระบบตัวเองก้าวเข้าสู่ความเป็นธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถให้บริการหลายแบบแก่ลูกค้า โดยไม่ต้องอาศัยพนักงานเป็น
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนมากอีกต่อไป ผลประโยชน์ตอบแทนที่ธนาคารจะได้รับ คือ

1. การนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการให้บริการ เปรียบเสมือนหนึ่งการที่ธนาคารมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าว่า ลูกค้าต้องการความสะดวกสบาย ความเข้าใจ ความรวดเร็วและถูกต้อง ทำให้ธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันการ และการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีของธนาคารที่มีต่อลูกค้า

2. นอกจากตัวลูกค้าเองที่ได้ประโยชน์แล้ว ในแง่ของธนาคาร ทำให้ช่วยลดค่าใช้จ่ายในหลายด้าน เช่น ด้านแรงงาน, ขั้นตอนการปฏิบัติงาน จนถึงค่าใช้จ่ายด้านวัสดุต่างๆ เช่น พวกกระดาษ เป็นต้น (คอมพิวเตอร์วิว 2531:173, 179)

แนวโน้มและอนาคต ของ Electronic Banking

การกระจายพื้นที่โดยการตั้งสาขาขึ้นใหม่ ยังคงเป็นวิธีการที่ธนาคารต่างๆ ใช้อยู่ต่อไป แต่จะกลายเป็นปัญหาด้านการลงทุนในอนาคตอันใกล้ ทั้งราคาที่ดินค่า ก่อสร้างอาคารสถานที่ และงบประมาณส่วนบุคคล สิ่งเหล่านี้เป็นตัวผลักดันให้ธนาคารหันมาตั้งสาขาที่มีขนาดเล็กลงใช้ทำหน้าที่ดำเนินการน้อยลง โดยอาศัยอุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer:PC) และธนาคารอัตโนมัติ (Automatic Banking) เข้ามาเป็นเครื่องมือสนับสนุนการทำงาน และบริการ (ดูภาพที่ 3)

ทั้งหมดที่กล่าวมานั้น คือภาพของธนาคารในอนาคต ซึ่งคาดว่าจะเกิดขึ้นจากแนวโน้มของการนำอิเล็กทรอนิกส์ของระบบธนาคาร ประกอบกับการมองภาพธุรกิจใหม่มาประยุกต์ใช้กับการให้บริการ และการประกอบการธนาคารเพื่อให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว แต่สิ่งเหล่านี้จะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการด้วยกันดังนี้

1. ความสามารถในการทดแทนสิ่งที่มีอยู่เดิม หมายถึง ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เข้ามาแทนที่ ของที่มีอยู่เดิมแล้ว ถ้าผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ มีความสามารถในการทดแทนของเก่ามากเท่าไร โอกาสที่สาธารณชนจะยอมรับสิ่งใหม่ก็จะเร็วขึ้น และกว้างขึ้นเท่านั้น

2. ความสอดคล้องเหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่สอดคล้องเหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมากเท่าไร ผู้บริโภคก็จะยอมรับได้รวดเร็วเท่านั้น

3. ความยุ่งยากซับซ้อนในการใช้ หมายถึงความยุ่งยาก ซับซ้อนที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ยิ่งยุ่งยากซับซ้อนมากเท่าไร โอกาสที่ชาวบ้านจะสนใจมีน้อยลง เช่น การฝากเงินโดยเครื่อง ATM มีความยุ่งยากซับซ้อนกว่าการฝากเงินกับพนักงานรับจ่ายเงิน เพราะลูกค้าต้องทำความเข้าใจกับเครื่อง และต้องกรอกรหัสต่างๆ ด้วยตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

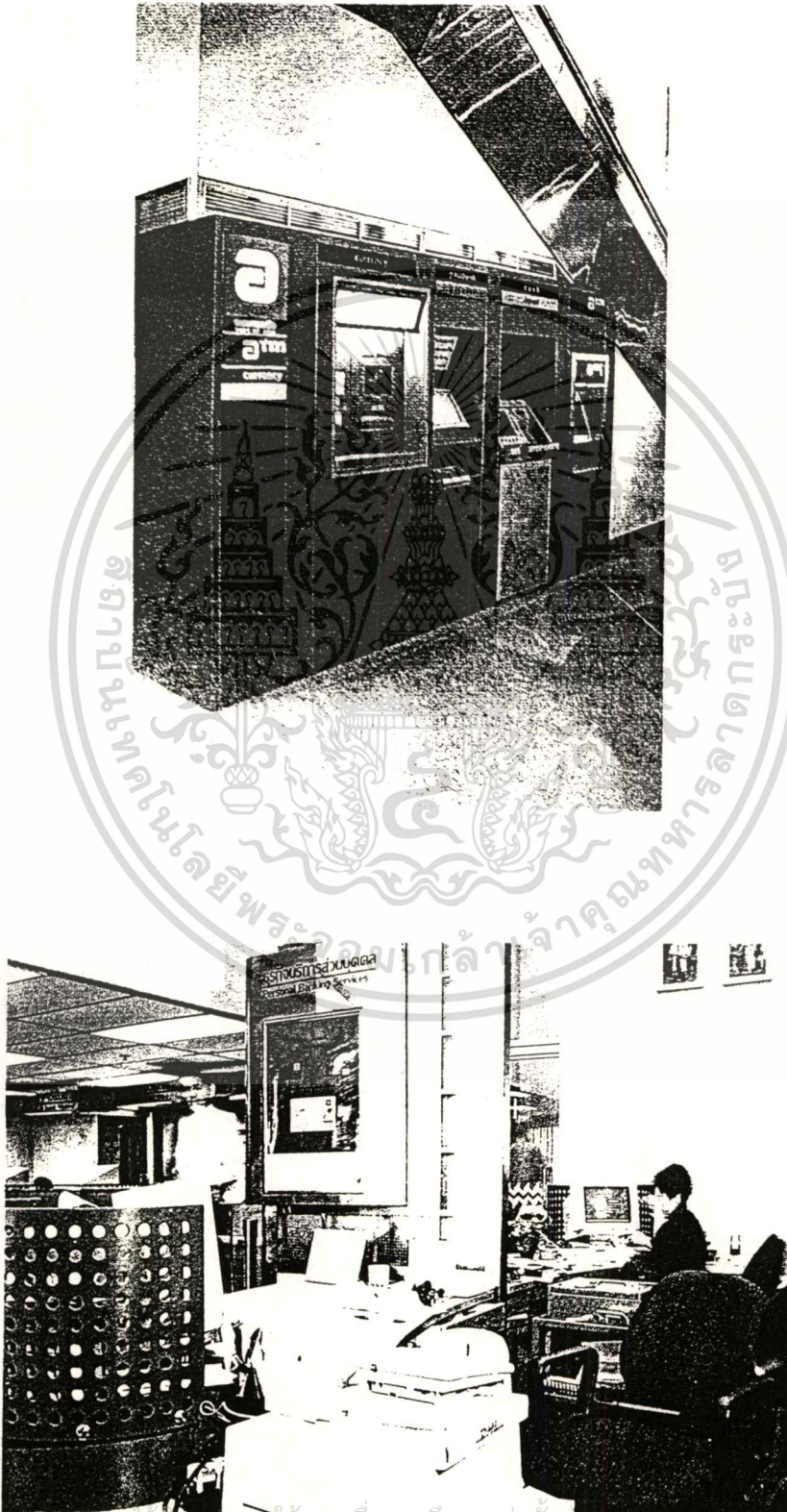
4.ความสามารถในการทดลองใช้และทำความคุ้นเคยที่ละน้อยหมายความว่าผู้บริโภคนั้นไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่อย่างเต็มตัวในทันทีทันใด แต่ก็จะสามารถทดลองใช้ และทำความคุ้นเคยที่ละน้อยได้ และถ้ามีความพอใจก็เพิ่มการใช้ให้มากขึ้น แต่ถ้าไม่พอใจก็สามารถเลิกใช้ และหันไปใช้ของเก่าได้เหมือนเดิม เช่น ลูกค้ายกที่มีบัตร ATM ก็จะสามารถลองใช้เครื่อง ATM ดู ถ้าไม่พอใจก็เลิกใช้และหันไปติดต่อกับพนักงานรับจ่ายเงินตามเดิมนั้นได้

5.ความยากง่ายในการติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่องกับผู้ใช้ หมายถึงความยากง่ายที่ผู้ใช้เครื่องได้รับเมื่อต้องติดต่อ หรือใช้เครื่องถ้าการสื่อสารทำได้ยาก ไม่ว่าจะจากเครื่องไปยังผู้ใช้ จากผู้ใช้ไปยังเครื่อง หรือระหว่างผู้ใช้ด้วยกันแล้ว ระดับการยอมรับของผู้ใช้ก็เกิดขึ้นได้อย่างช้า

6.ต้นทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นตัวเงิน หรือทรัพยากรทางเศรษฐกิจอื่นๆ ที่ผู้บริโภคนั้นจะต้องจ่าย เพื่อแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ ยิ่งต้นทุนสูงเท่าไร โอกาสที่ผู้บริโภคนั้นจะหันมาใช้ก็จะน้อยลงและช้าเท่านั้น (อำนาจ ธิยาทิพย์กุล 2531:479-480)



ภาพที่ 2.1 แสดงธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ กับการบริการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตเห็นาไปเซปประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้บริการธนาคารด้วยตนเอง (SELF-SERVICE BANKING)

คือบริการธนาคารที่ลูกค้าสามารถบริการตัวเองได้ โดยทำการโต้ตอบกับเครื่องอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แทนพนักงานบริการส่วนใหญ่จะเป็นในลักษณะการทำรายการขั้นพื้นฐานที่ลูกค้าสามารถใช้ได้ด้วยตนเอง อาทิ การสอบถามยอดบัญชี, ผ่าก - ถอน เงินสด, ผ่ากเช็คค่าน, และสอบถามบริการต่าง ๆ เป็นต้น ทำให้พนักงานสามารถบริการลูกค้าที่มีความต้องการพิเศษ หรือซับซ้อน และทำหน้าที่ที่ต้องใช้ความกตัญญูใจสูงขึ้นไป อาทิ การเปิดบัญชีใหม่, การติดค่อเงินกู้, โอนเงิน และบริการเสริมต่าง ๆ

บริการ ธนาคารด้วยตนเอง นั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการเข้าถึงบริการ คือ บัตรพลาสติกที่มีแถบแม่เหล็ก (Magnetic Stripe) ที่มีข้อมูลเฉพาะบัตร และรหัสประจำตัว (Personal Identification Number หรือPIN) ตัวบัตรนั้นเปรียบเสมือนบัตรประจำตัวของลูกค้า และPIN นั้นเปรียบเสมือนลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature) ซึ่งเมื่อใช้ประกอบกัน คือ สอดบัตรเข้าเครื่องอ่านบัตรของเครื่องอุปกรณ์ Electronic Banking และกรอกรหัสอย่างถูกต้องแล้ว จะสามารถเข้าถึงบัญชีของผู้ถือบัตรเพื่อทำรายการต่างๆ ได้ ดังนั้นผู้ใช้ระบบ บริการธนาคารด้วยตนเอง นั้น จะต้องใช้ความระมัดระวังเป็นอย่างมาก ที่จะต้องเก็บบัตรไว้ในที่ปลอดภัย และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง หมายเลขรหัสประจำตัว (PIN) นั้น จะต้องคอยระมัดระวังไม่ให้ใครทราบได้โดยเด็ดขาด และควรขอให้ธนาคารเปลี่ยนให้ถ้าไม่แน่ใจ (APOLLO 2531:181-185)

ภาพที่ 2.2 แสดงการใช้บริการธนาคารด้วยตนเอง (SELF - SERVICE BANKING)



เอกสารนี้เป็น

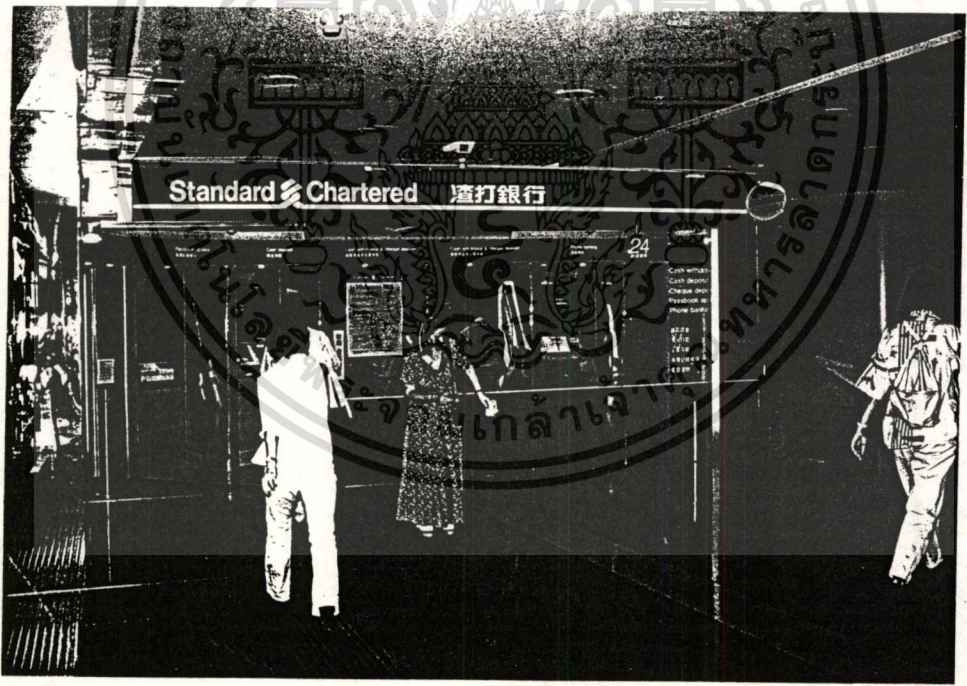
ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาขาคอมพิวเตอร์ (COMPUTER BRANCH)

การจัดตั้งสาขาคอมพิวเตอร์เป็นเรื่อง การใช้บริการธนาคารด้วยตนเอง ในระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการมุ่งนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ในรูปแบบต่างๆ มารวมไว้ในจุดเดียวกัน นอกจากนี้ข้อจำกัดเกี่ยวกับการขยายจุดการให้บริการ โดยเฉพาะการตั้งสาขาในเขตชุมชนเมือง ถ้าสาขาสามารถให้บริการได้ในเนื้อที่ขนาดเล็ก และลูกค้าสามารถบริการตนเองได้ โดยไม่จำเป็นต้องใช้พนักงานของธนาคารคอยให้บริการทั้งในและนอกเวลาทำการ ในอนาคตจำนวนการขยายสาขาในเขตชุมชนเมืองมีขีดจำกัด และการให้บริการในวันหยุดธนาคารสาขาคอมพิวเตอร์จึงน่าจะเป็นคำตอบที่ดี สำหรับการสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม (อำนาจ ถิยาทิพย์กุล 2531:37-38)

ภาพที่ 2.3 แสดงธนาคารสาขาคอมพิวเตอร์ (COMPUTER BRANCH)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเปลี่ยนแปลงแบบ “ ยกเครื่อง ”(RE - ENGINEERING)

Micheal Hammer James Champy ร่วมกันเขียนแนวความคิดและวิธีการทำรีเอ็นจิเนียริงขององค์กรธุรกิจในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเผชิญกับปัญหาที่เกิดจากความล่าช้าในการทำงาน ตามหลักการที่ใช้กันมาตั้งแต่ทศวรรษก่อน ดังนั้น ถึงเวลาแล้วที่บริษัทธุรกิจทั้งหลายควรจะได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ และวิธีการทำงานเสียใหม่ให้สอดคล้อง กับยุคสมัยที่กำลังเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว (สมชัย จิว 2537:13-20)

ในแนวความคิดดังกล่าวผู้เขียนอธิบายว่า “เป็นการเริ่มต้นใหม่หมด” หมายถึงการยกเลิกขั้นตอนและวิธีการทำงานแบบเดิมทั้งหมดที่ใช้กันมานาน แล้วสร้างกระบวนการทำงานแบบใหม่ขึ้นมาแทน ไม่ใช่เพียงแค่การปรับปรุงของเดิมให้ดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปภายใต้โครงสร้างเดิม เหมือนกับวิธีการที่มักปฏิบัติกันมาในองค์กรธุรกิจต่างๆ

การที่เราจะทำสิ่งนี้ได้ผู้เขียนทั้งสองบอกว่า จะต้องย้อนคิดถึงหลักการเสียใหม่อย่างถึงแก่นและออกแบบกระบวนการทำงานใหม่อย่างบูรณาการกัน เพื่อให้เกิดการปรับปรุงงานอย่างได้ผลจริงๆ โดยพิจารณาเรื่องต้นทุน คุณภาพสินค้า การบริการ และความเร็ว เป็นตัววัดผลการปฏิบัติงานกิจการที่ควรพิจารณา การเปลี่ยนแปลงโดยวิธีรีเอ็นจิเนียริง มีลักษณะเป็น ไปได้ดังนี้

- 1.บริษัทที่เคยเป็นผู้นำตลาดมาก่อน แต่ขณะนี้กำลังย่ำแย่เพราะประสิทธิภาพขาดทุนอย่างต่อเนื่องมานาน ถ้าไม่เปลี่ยนแปลงภายในองค์กร อีกไม่นานก็ต้องสูญเสียความเป็นผู้นำตลาด ไปให้คู่แข่ง
- 2.บริษัทที่กำลังแข่งขันขันเกี่ยวกับคู่แข่งอย่างดุเดือดดุติ ซึ่งนับวันจะมีกำไรลดน้อยถอยลงไปเรื่อยๆ
- 3.บริษัทที่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสร้างความได้เปรียบคู่แข่งทันตลอดเวลา

ธนาคารกสิกรไทย ได้เลือกเอาสาขาสนามเป้าเป็นที่แรกในการทดลองใช้ระบบ Branch Re - engineering เนื่องจากมีคุณสมบัติที่เหมาะสมคือ

- 1.อยู่ใกล้ที่ทำการสำนักงานใหญ่
- 2.มีพื้นที่เพียงพอ
- 3.เป็นสาขาที่มีบริการทุกประเภท
- 4.เป็นสาขาที่มีปริมาณงานพอเหมาะอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง ไม่มาก ไม่น้อยเกินไป

เป้าหมายแรกของการยกเครื่องในครั้งนี้จึงเริ่มที่ “สาขา” ภายใต้โครงการ Branch Re - engineering ที่ร่างเป้าหมายเพื่อให้บริการลูกค้าได้ดีที่สุด ทำให้การงานมีประสิทธิภาพ สามารถรักษาด้านทุนให้ได้ดีที่สุด ลดความผิดพลาดในการทำงานให้ได้มากที่สุด

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังที่ นายบัณฑิต ล่ำซำ กรรมการผู้จัดการใหญ่ ของธนาคารกสิกรไทย กล่าวถึงมุมมอง เขาไว้ว่า

“การทำริเอ็นจิเนียริ่งให้ได้ผลจะต้องมีมิติทั้งกว้างและลึก ความกว้างหมายถึงกระบวนการที่จะทำการแก้ไขเป็นแก่นของธุรกิจนั่นก็คือ กระบวนการให้บริการที่สาขา ซึ่งเป็นสาระสำคัญของการทำธุรกิจธนาคารพาณิชย์ เพราะเป็น 3 ใน 4 ของธุรกิจนี้ ผลที่เกิดขึ้นจึงมีความหมายต่อธุรกิจ ไม่ใช่เลือกกระบวนการเล็กๆ มาทำการแก้ไขอีกมิติหนึ่ง คือต้องมีความลึกที่เหมาะสม เมื่อทำแล้วมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะงานของพนักงานของแต่ละคน มีการใช้อินเทอร์เน็ตขั้นเทคโนโลยีอย่างลึกซึ้งแตกต่างจากเดิม”

จากการเปลี่ยนแปลงสาขาดังกล่าวทำให้สามารถจัดระบบงานที่กระจุกกระจายอยู่ให้เข้ารวมกัน สามารถใช้ข้อมูลร่วมกันได้ทันที ลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนลง ในระบบงานใหม่พนักงาน เทลเลอร์ (TELLER) ก็มีสมาธิในการทำงานมากขึ้น เพราะจะไม่มีลูกค้ายืนรอนำหน้าเคาน์เตอร์ จำนวนมากเหมือนการทำงานแบบเดิม

และจากการศึกษาในการ ริเอ็นจิเนียริ่งของธนาคารกสิกรไทยนั้น อย่างไรก็ตาม ริเอ็นจิเนียริ่งไม่ใช่สูตรสำเร็จที่จะจับวางตรงไหนได้ทันที จะต้องมีการศึกษาพื้นที่สาขาจำนวนพนักงาน ปริมาณงาน หรือลักษณะธรรมชาติของลูกค้าของสาขานั้น ๆ

การบริการแบบ ONE-STOP SERVICE

นอกจากการพัฒนาธุรกิจทางด้านการหาเงินฝากและการปล่อยสินเชื่อของธนาคารแล้ว ในปัจจุบันธุรกิจการธนาคารจะมีการแข่งขันกันมากในเรื่องการให้บริการแก่ลูกค้า โดยเหตุที่บริการของธนาคารมักจะกระจายไปตามหน่วยงานต่างๆ ซึ่งอยู่กันคนละที่ ยิ่งถ้าเป็นธนาคารขนาดใหญ่ ลูกค้าอาจจะเกิดความลำบากในการหาหน่วยงานให้บริการนั้นๆ ทำให้ลูกค้าหนีไปใช้บริการของธนาคารที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเป็นอย่างดี หลากๆ ธนาคารจึงเกิดแนวความคิดใหม่ โดยจัดการให้บริการทั้งหมดมารวมอยู่ในสถานที่เดียวกัน หรือจุดเดียวกัน เพื่ออำนวยความสะดวกประโยชน์สำหรับลูกค้าใหม่ที่ยังขาดประสบการณ์ในการติดต่อทำธุรกิจกับธนาคาร หรือลูกค้าที่ต้องการความช่วยเหลือ แต่ไม่รู้อะไรจะเริ่มดำเนินการอย่างไร ที่ไหน และที่สำคัญคือเป็นการลดขั้นตอนต่างๆ ในการติดต่อให้สั้นที่สุด ซึ่งจะให้ความสะดวกแก่ลูกค้ามากที่สุด การให้บริการประเภทนี้ เรียกว่า “วัน สตอป เซอร์วิส” (One-Stop Service) ซึ่งหลายธนาคารได้พยายามจัดให้บริการประเภทนี้แก่ลูกค้า และประสบความสำเร็จพอสมควร

ในการให้บริการวันสตอปเซอร์วิสของธนาคาร ธนาคารได้จัดตั้งหน่วยงานพิเศษขึ้นมารับผิดชอบให้บริการแก่ลูกค้าที่มาติดต่อ โดยจัดห้องรับรองพิเศษ ซึ่งในห้องรับรองนี้จะเป็นจุดรวมของหลายๆ จุดขาย หรือหลายๆ งานของธนาคารนั้นมาไว้รวมกันเป็นจุดเดียว โดยมีเจ้าหน้าที่ผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี หรือเจ้าหน้าที่ระดับอาวุโส ซึ่งผ่านงานธนาคารมาเป็นอย่างดี (อำนาจ ธิยาพิชญ์กุล 2531:494, 496-497)

เครื่องมือเครื่องใช้ และนโยบายการให้บริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการเพอร์ซันนัล แบงคิง ได้แก่ เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะเป็นแบบทำงานโดยเฉพาะส่วน (Stand Alone) หรือแบบออนไลน์ (On-Line) กับศูนย์คอมพิวเตอร์ใหญ่ของธนาคาร โดยมีเทอร์มินัลใช้ป้อนข้อมูลสอบถามรายการที่ต้องการทราบในห้องรับรองพิเศษที่จัดขึ้น สำหรับให้บริการแก่ลูกค้าที่มาติดต่อ (ดูภาพที่ 6) ธนาคารจะแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มลูกค้าที่เพิ่งจะเริ่มลงทุน หรือชาวต่างประเทศที่สนใจจะมาลงทุน หรือวางรากฐานในประเทศไทย

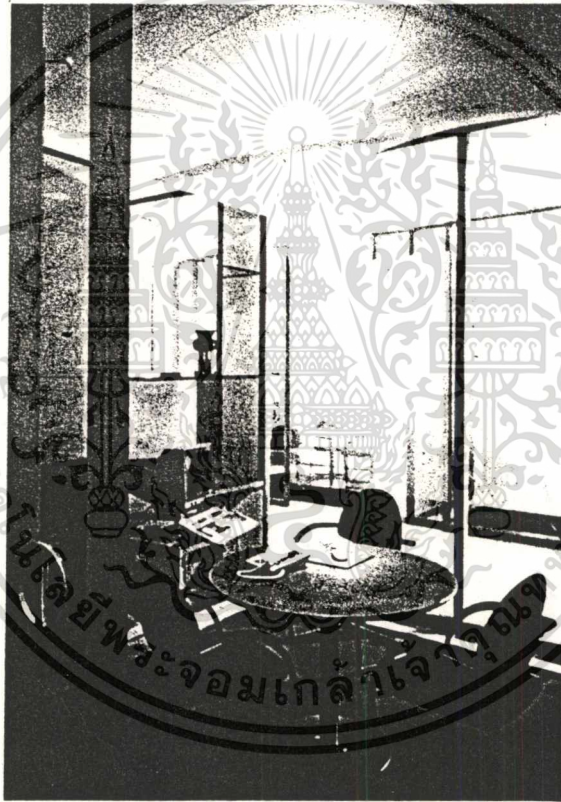
2. กลุ่มแม่บ้าน หรือกลุ่มที่ไม่มีความรู้ทางด้านธุรกิจ

นโยบายการให้บริการของธนาคาร มักจะเป็นการให้บริการโดยไม่คิดค่าบริการ หรือให้บริการฟรี แต่ธนาคารคาดหวังว่า ผลทางอ้อมของการให้บริการประเภทนี้จะทำให้เกิดการติดต่อทางธุรกิจอื่นๆ กับธนาคาร หรือเป็นการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งธนาคารจะได้รายได้จากธุรกิจที่ต่อเนื่องนี้ไป นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ที่จะมาบริการให้แก่ลูกค้าในห้องรับรองพิเศษนี้ จะเป็นเจ้าหน้าที่ระดับสูง และรองลงมาจนถึง เจ้าหน้าที่ ที่มีหน้าที่ในการให้สินเชื่อมาคอยให้บริการ โดยมีการหมุนเวียนมา

ไม่várกรรมใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประจำอยู่ตลอดเวลา เพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคยกับลูกค้า สำหรับข้อมูลที่สอบถาม ถ้าไม่มีในคอมพิวเตอร์ เจ้าหน้าที่ก็จะนำปัญหานั้นไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญในธนาคาร ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญในสาขานั้น เป็นผู้ให้คำปรึกษาหรือช่วยแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าทั้งนี้ โดยที่ธนาคารจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ จึงสามารถว่าจ้างผู้ชำนาญการพิเศษในแต่ละสาขาประจำธนาคารได้

ภาพที่ 2.4 แสดงบริการแบบ ONE - STOP SERVICE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวโน้มธุรกิจของธนาคาร

ในปัจจุบันโครงสร้างของรายได้ของธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่คือร้อยละ 90 เป็นรายได้จากการให้กู้ยืมเงินโดยตรง ส่วนรายได้จากการให้บริการต่างๆ มีน้อยมากเพียงประมาณร้อยละ 10 เท่านั้น แต่เป็นที่คาดหมายว่าในอนาคตโครงสร้างของรายได้จะเปลี่ยนไปมากทีเดียว โดยรายได้จากการให้บริการจะเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ จนสูงถึงร้อยละ 40-50 โดยเฉพาะธุรกิจในด้านเป็นค้ำกลางหรือนายหน้าในการการขายตราสารแห่งหนึ่ง รวมทั้งธุรกิจอีกหลายประเภทที่จะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีรายได้จากค่าธรรมเนียมการให้บริการต่างๆ เพราะฉะนั้นจำเป็นที่ธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ในอนาคตจะต้องเลือกหรือถูกบังคับให้เลือกดำเนินธุรกิจเฉพาะที่ตนถนัดที่สุดเท่านั้น เป็นต้นว่า

บางธนาคารอาจเลือกที่จะมุ่งไปที่การให้ลูกค้า สินเชื่อรายใหญ่ ซึ่งเป็นตลาดที่ให้ผลตอบแทนสูงและมีต้นทุนต่ำ แต่ขณะเดียวกันก็จำเป็นต้องมีเงินทุนจำนวนมากซึ่งธนาคารเล็กหรือบริษัทเงินทุนอาจไม่สามารถให้บริการแบบนี้ได้ดีพอ

บางธนาคารอาจมุ่งไปที่การให้บริการสินเชื่อลูกค้ารายย่อย ซึ่งจนถึงบัดนี้ เป็นตลาดของธนาคารพาณิชย์ไทยเกือบทั้งหมด แต่ธุรกิจนี้ก็ค่อนข้างสิ้นเปลืองบุคลากรมาก หากเทียบกันในระยะยาว ผลประโยชน์ที่ได้แทบจะไม่คุ้มค่าจ้างแรงงานที่เสียไป เพราะฉะนั้นถ้าธนาคารพาณิชย์ใดจะยังให้ความสำคัญกับตลาดนี้ต่อไป ก็หมายถึงว่าจะต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานใหม่ให้มีความสิ้นเปลืองน้อยลง แต่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

บางธนาคารอาจให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับลูกค้าที่มีฐานะการเงินดี เพราะแม้ขนาดของตลาดจะไม่ใหญ่โตมากนัก แต่รายได้หรือผลประโยชน์ตอบแทนจากการทำธุรกิจอยู่ในเกณฑ์ที่สูงทีเดียว แต่ ก็เป็นตลาดที่เข้าถึงยากพอสมควร

บางธนาคารหันไปเอาดี กับการทำธุรกิจที่จะมีรายได้ใหม่ๆ จากค่าธรรมเนียมต่างๆ เป็นหลัก เช่น จากธุรกิจหลักทรัพย์ตราสารแห่งหนึ่ง การดูแลผลประโยชน์ เป็นต้น

ธนาคารเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้นที่สามารถให้บริการได้ครบทุกด้านแบบ Full Service Bank เพราะจะมีความยุ่งยากซับซ้อนในการดำเนินงาน และความจำเป็นที่จะต้องมีโครงสร้างด้านกำลังคนที่ดีพอ อีกทั้งจำเป็นต้องมีอุปกรณ์ทันสมัยที่กลายเป็นของจำเป็นในการทำงาน ทุกวันนี้ อันได้แก่ เครื่องขายคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพสูง แน่นอเนียงมีองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจอีกหลายประการ ดังที่ JOHN NAISBITT นักเขียนอเมริกันผู้มีชื่อเสียง ในทศวรรษนี้ กล่าวไว้ว่า "The bigger and more open the world economy become, the more small and middle-sized companies will dominate" หรือเข้าทำนองว่า "เล็กแต่สวย" หรือ "Small is beautiful"

ช่วงทศวรรษ 1980 ถึงต้นทศวรรษ 1990 อัตราดอกเบี้ยตกต่ำมาก ลูกค้าธนาคารในสหรัฐอเมริกาจำนวนหลายล้านราย ได้ถอนเงินออกเพื่อนำไปลงทุนในกิจกรรมทางการเงินอย่างอื่นที่ให้

เงินอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ธนาคาร ทำให้ธุรกิจรับฝากเงินและการให้สินเชื่อซึ่งเป็นรายได้หลักของธนาคาร ลดลง ธนาคารจึงสร้างสรรค์บริการ-ผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้มีหลากหลายประเภท ที่สร้างรายได้ในรูปค่าธรรมเนียมมากขึ้น ได้แก่ การเป็นที่ปรึกษาทางการเงินเป็นที่ปรึกษาในการรวมซื้อกิจการ การรับประกันจำหน่ายหลักทรัพย์การที่ธนาคารหันมาให้ความสำคัญด้านวาณิชธนกิจทำให้ต้องเปลี่ยนรูปแบบการแข่งขันเรื่องอัตราดอกเบี้ยมาเป็นด้านคุณภาพงานบริการ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่จะเสนอให้แก่ลูกค้า คือหันมาให้ความสำคัญแก่ลูกค้ามากขึ้น

จากการสำรวจของสถาบันแห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกาพบว่า ระยะเวลาที่ลูกค้าติดต่อกับธนาคารจะเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับจำนวนบริการที่ใช้กับธนาคาร พบว่า 15 เปอร์เซ็นต์ของลูกค้าที่ใช้บริการเพียง 1 ประเภทจะติดต่อกับธนาคารประมาณ 5 ปี 80 เปอร์เซ็นต์ของลูกค้าที่ใช้บริการ 3 ประเภทจะคงเป็นลูกค้าของธนาคารนั้นมากกว่า 5 ปีขึ้นไป ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารจะเพิ่มขึ้นถึง 99 เปอร์เซ็นต์ถ้าใช้บริการ 5 ประเภท (GACKLE , MERIN 1994)

พฤติกรรม หรือความต้องการพื้นฐานของผู้ฝากเงิน และผู้ให้บริการ

ผู้ฝากเงิน แต่ละคนจะมีความต้องการแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปความต้องการ ได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ความต้องการหลัก ธนาคารมีปลอดภัยและมั่นคง มีโอกาสในการลงทุนหรือหารายได้และมีโอกาสในการหมุนเวียนการใช้เงิน หรือการขอสินเชื่อจกธนาคาร

2. ความต้องการระดับรอง อำนวยความสะดวก รวดเร็ว ในการให้บริการฝากและถอนเงิน รวมทั้งการคิดดอกเบี้ย พนักงานที่ให้บริการต้องมีไมตรีจิต และมนุษยสัมพันธ์ นอกจากนี้ชื่อเสียง และภาพพจน์ของธนาคาร ความสะดวกของการติดต่อ และความใกล้ชิดกับสถานที่ที่ให้บริการ อัตราดอกเบี้ย โอกาสที่จะไปใช้บริการด้านอื่นๆ การสะสมเงินเพื่อเหตุการณ์ภายใน และ กฎเกณฑ์ไม่ยุ่งยาก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ธนาคารต้องนำมาพิจารณา

ผู้ให้บริการ ภายในกิจการสาขาสามารถแบ่งออกตามลักษณะของหน้าที่ในการทำงาน ซึ่งสามารถลำดับสายงานการให้บริการ ดังนี้

1. ด้านบริการ เป็นส่วนที่รับลูกค้าโดยตรงเพื่อการติดต่อ และทำรายการ ของลูกค้าในส่วนโถงลูกค้าด้านหน้า (FRONT OFFICE)

2. ด้านบริหาร และบังคับบัญชา เป็นส่วนที่ดูแลการให้บริการโดยตรง ตลอดจนการตรวจสอบรายการในระหว่างการให้บริการ และบริหารเวลาเพื่อความสะดวก และรวดเร็วของลูกค้าต่อรายการ (TRANSACTION) ในส่วนหลัง (BACK OFFICE) หรือระหว่างด้านหน้ากับด้านหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารยุคใหม่

สหรัฐอเมริกาอุตสาหกรรมธนาคารได้พยายามที่จะเพิ่มประสิทธิภาพ ระบบบริการของธนาคาร เช่นการให้วงเงินสินเชื่อต่อลูกค้าด้วยระบบคอมพิวเตอร์อัตโนมัติการส่งเสริมการขายทางโทรศัพท์ ทางไปรษณีย์ และธนาคารขนาดจิ๋ว

วิธีนี้ทำให้หลายธนาคารได้นำวิธีการดังกล่าวทำการปรับระบบการบริการของตนเอง ธนาคารเบย์ แห่งบอสตัน ได้หยิบยืมวิธีการมาจากบริษัทในรัฐนิวอิงแลนด์ คือ บริษัท แอล.บี.เอ็น. นั่นคือการเปิดบริการที่เรียกว่า ธนาคารทางไปรษณีย์ ธนาคารเบย์ได้จัดทำเอกสารโฆษณาบริการทางการเงินต่างๆ กว่า 160 ประเภท ลงในเอกสาร ส่งไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศทั้งหกในเขตนิวอิงแลนด์ ของสหรัฐ (เขตที่มีการตั้งถิ่นฐานช่วงแรกในอเมริกา อยู่ทางตะวันออกเฉียงเหนือ) บริการต่างๆ ที่เปิดเพื่อบริการทางไปรษณีย์ดังกล่าว มีตั้งแต่การฝาก-ถอนเงินธรรมดา ไปจนถึงการขอกู้เงินเพื่อซื้อบ้าน และการกู้เงินเพื่อเป็นทุนการศึกษา

เพื่อบริการลูกค้าในบริการแบบนี้ธนาคารเบย์ต้องจัดให้มีโทรศัพท์สำหรับให้บริการลูกค้าถึง 800 เลขหมาย และมีเบอร์โทรสารแถมอีกหนึ่งหมายเลข นอกจากนี้ยังเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมงด้วย สองปีให้หลังปรากฏว่า ธุรกิจธนาคารทางไปรษณีย์มีปริมาณธุรกิจมากเท่ากับมีสาขาธนาคาร 30 สาขาทีเดียว ต่อไปคาดว่าธนาคารเบย์จะเปิดธุรกิจแบบนี้เพิ่มขึ้นสำหรับกลุ่มลูกค้าบางกลุ่มอีกด้วย

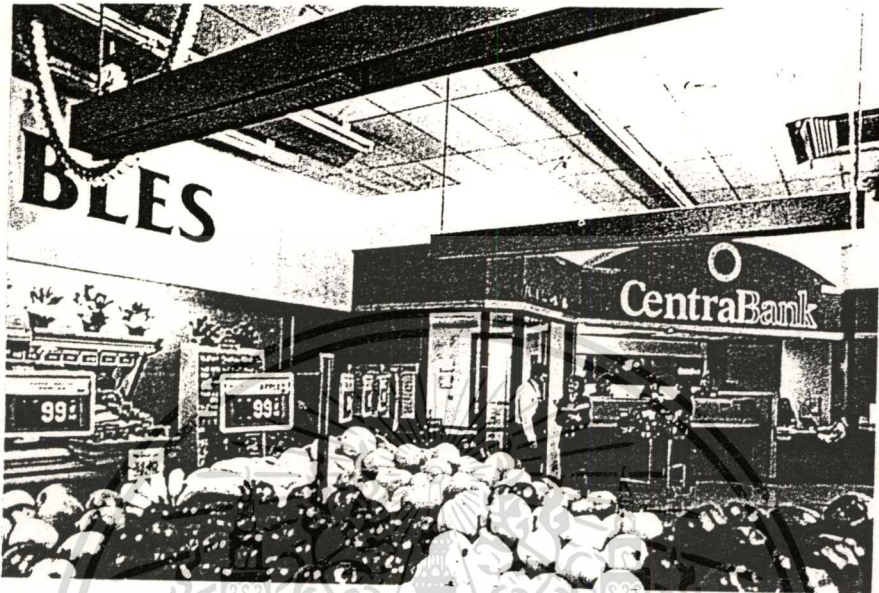
ธนาคารอีกแห่งคือ ธนาคารเฟิร์สแบงก์ ซิตี้เต็ม อันมี สำนักงานใหญ่อยู่ที่เมืองมินนิอาโพลิส และมีสาขาอยู่ในรัฐต่างๆ อีก 11 รัฐ ได้นำระบบให้สินเชื่ออัตโนมัติมาใช้ กล่าวคือลูกค้าสามารถโทรศัพท์ขอเปิดวงเงินสินเชื่อเพื่อนำไปซื้อรถในระบบเงินผ่อนได้ภายในเวลารวดเร็วเพียง 15 นาทีเท่านั้น (โรเบิร์ต เลนชเนอร์ และฟิลิปป์มาว 2538:18-20)

ธนาคารเวลส์ฟาร์โก เป็นอีกธนาคารที่ดำเนินการได้ดีที่สุดในสหรัฐ เมื่อไม่นานมานี้ธนาคารนี้ได้ยุบแผนกสินเชื่อเพื่อการเคหะ เพราะว่าต้องใช้พนักงานมากแต่ธนาคารเวลส์ฟาโก มิได้หยุดยั้งแค่นั้น กลับมุ่งเน้นไปที่แหล่งธุรกิจขายปลีก โดยไปเปิดสาขาเป็นธนาคารขนาดจิ๋ว เรียกว่า “มินิแบงก์” ในเครือข่ายร้านซูเปอร์มาร์เก็ตสามเครือข่าย คือ ราลฟี, ฟอนส์ และราเลย์ (เป็นชื่อร้านซูเปอร์มาร์เก็ตในอเมริกา) มินิแบงก์เหล่านี้เสียค่าใช้จ่ายน้อยแล้วยังสามารถมี ฐานิรภัยเล็กๆ ให้เช่าเก็บของมีค่าด้วย

จากการศึกษาพบว่าหลายธนาคารได้ปรับปรุงระบบการบริการจนสามารถให้บริการ ทางโทรศัพท์ และไปรษณีย์ได้โดยลูกค้าไม่ต้องมาทำรายการที่ธนาคาร หากจะเปิดสาขาให้บริการจะทำการเปิดสาขาเพียงขนาดจิ๋ว หรือมินิแบงก์ โดยมุ่งเน้นการให้บริการในแหล่งธุรกิจขายปลีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2. 5 แสดงลักษณะธนาคารขนาดจิ๋ว (MINI BANK) ในซูเปอร์มาร์เก็ต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาขาแห่งอนาคต “ศตวรรษที่ 21”(THE BRANCH OF THE FUTURE)

หลายๆ ธนาคารได้ทำการวิจัย คำตอบที่ได้จากการวิจัยก็คือ ธนาคารก็เหมือนกับร้านค้าร้านหนึ่งคือ การขายเงินทุน (FINANCIAL PRODUCT), ขายบริการ และขายคำแนะนำ การขายดังกล่าวควรทำให้ลูกค้าถูกใจ , สะดวก , ธนาคารควรจะต้องสนุกสนาน (FUN) น่าสนใจที่ว่า สาธารณะชนก็เห็นด้วย

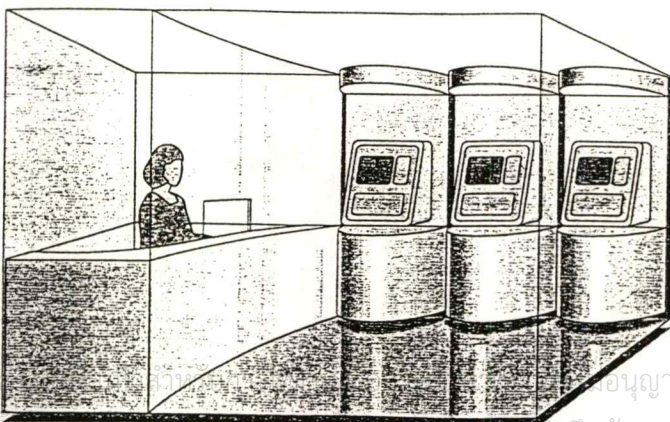
จากการศึกษาพบว่าคนส่วนใหญ่เข้าไปใช้บริการของธนาคารอย่าง “ผินใจใช้บริการ” เช่นเดียวกับการเข้าไปเติมน้ำมันในปั้ม หรือการไปหาหมอฟัน ดังนั้นธนาคารควรจะต้องปรับเปลี่ยนวิธีการจากการเพิ่มประสิทธิภาพ มาเป็นการเพิ่มคุณภาพทั้งการทำงานและการลดค่าบริการซึ่งจะได้ประโยชน์กว่า คือแทนที่จะพยายามเปลี่ยนความรู้สึกของคนส่วนใหญ่ ก็ควรจะลดความรู้สึกลงให้น้อยลง หรือในอีกแง่หนึ่งคือแทนที่จะให้ลูกค้าใช้บริการแล้วมีความสุข ก็ควรกลับเป็นว่าพยายามให้ลูกค้าใช้บริการแล้วหงุดหงิดน้อยลงจะเหมาะสมกว่า

ในการคิดหาผลกำไรของธนาคารขนาดใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่า ธนาคารต้องสูญเสียลูกค้าประมาณ 50 % จากจำนวนลูกค้าทั้งหมด ทั้งนี้เกิดจากการไม่ให้ข้อมูลเรื่องผลกำไรที่ลูกค้าควรได้รับให้แก่ลูกค้าอย่างเพียงพอ

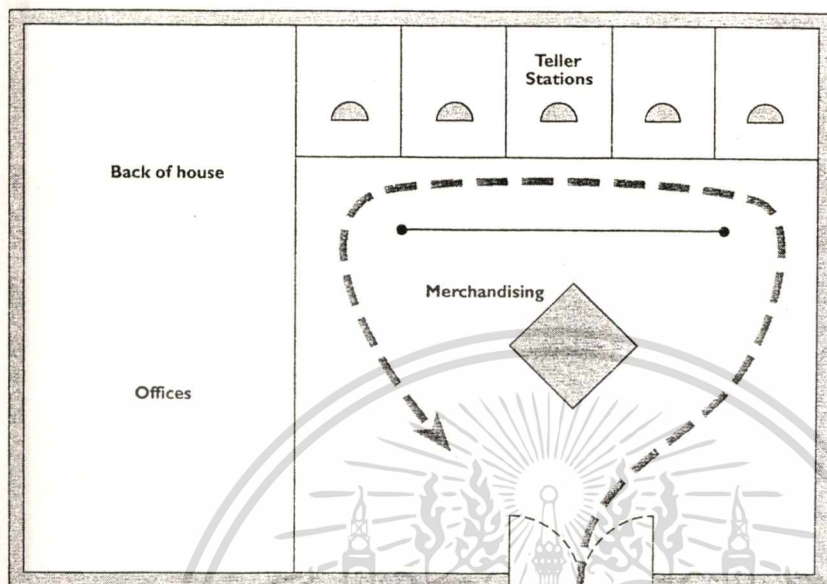
ลูกค้าส่วนใหญ่จะใช้บริการธนาคารอยู่ 2 ประเภท คือ ถอนเงิน และจ่ายเงิน สิ่งสำคัญที่สุดคือ ความรวดเร็ว , ความสะดวก , สถานที่ตั้งและการให้ข้อมูล ถ้าเป็นไปได้ก็อาจจะเสริมการขายเข้าไปด้วยแต่อย่าให้มากเกินไป ดังนั้นคำตอบก็คือการใช้เครื่อง ATM. ข้อได้เปรียบของ ATM. ก็คือมีจำนวนมากเครื่องและบริการได้หลากหลาย (Nigel Thomas 1994: 302-305)

จากการวิจัยพบว่าธนาคารทั่วโลกได้รับการแนะนำว่าควรมีอย่างน้อย 3 ประเภทใน “ศตวรรษที่ 21” โดยถือหลัก 2 ประการคือ ทำอย่างไรจะมียอดขายสูงสุดและทำอย่างไรจะลดต้นทุนได้ต่ำสุด ดังนี้

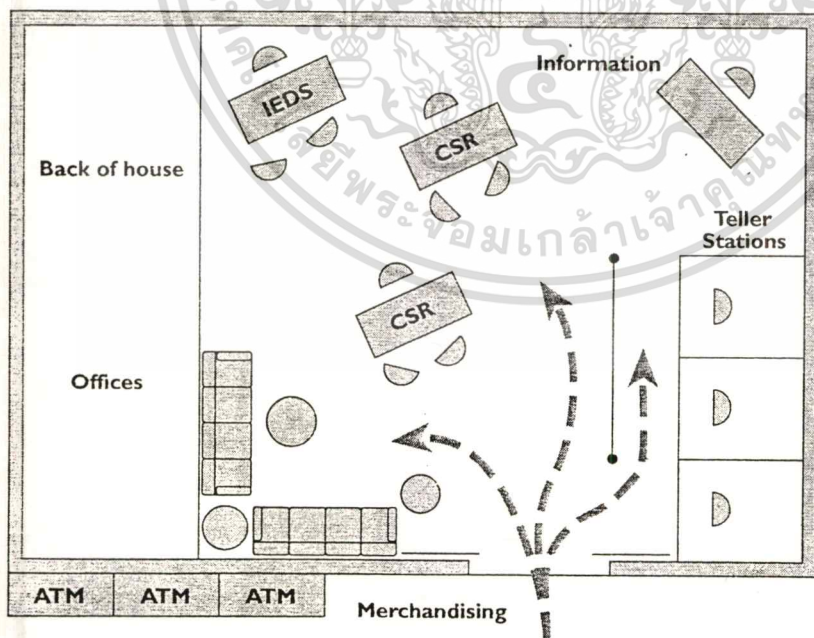
ภาพที่ 2.6 แสดงลักษณะการจัดแบ่งพื้นที่ของสาขาแห่งอนาคต (ศตวรรษที่ 21)



ภาพที่ 2.6 (ต่อ) แสดงลักษณะการจัดแบ่งพื้นที่ของสาขาแห่งอนาคต (ศตวรรษที่ 21)



THE COMMUNITY BRANCH



THE SUPER BRANCH

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาจะพบว่า สาขาลักษณะ THE SUPERKIOSK เป็นการออกแบบขึ้นมาเพื่อสำหรับบริการถอนเงิน , ให้ข้อมูล อย่างเพียงพอสำหรับลูกค้า ถ้าต้องการบริการมากกว่านี้ต้อง ไปใช้ บริการที่ THE COMMUNITY BRANCH หรือ THE SUPER BRANCH ต่อไป

สาขาลักษณะ THE COMMUNITY เป็นการให้บริการทั่วไป เป็นรูปแบบที่เรียบง่ายกรณีที่อยู่ในชุมชนหรือลูกค้าหนาแน่นมาก สาขาลักษณะ THE SUPER BRANCH จะเป็นสาขาที่เต็มรูปแบบที่เสริมพื้นที่ให้คำปรึกษา และจุดขายบริการจำนวนมากและควรมี ATM. เปิดตลอด 24 ชั่วโมง เป็นส่วนอยู่ภายนอกธนาคาร

จากการพิจารณาจำนวน , ประเภท และการให้บริการของธนาคาร จะขึ้นอยู่กับ จำนวน ประชากร และสิ่งแวดล้อม เช่น ย่านธุรกิจการค้า โดยสามารถแบ่งลำดับความสำคัญของลักษณะ สาขาทั้ง 3 ประเภทดังนี้

<u>ประเภท</u>	<u>รายละเอียด</u>	<u>ลักษณะบริการ</u>
1. SUPER BRANCH	- ศูนย์กลางบริการด้านเงินทุน - มองเห็นได้ง่าย - จำนวนสาขาน้อย	- ครบทุกประเภท
2. COMMUNITY BRANCH	- บริการหลายประเภท - มองเห็นปานกลาง - จำนวนสาขาน้อย	- ฝาก - ถอน ทั่วไป
3. SUPER KIOSK	- บริการลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก - มองเห็นได้ง่าย - จำนวนสาขามาก	- ให้บริการด้านเงินสด - ให้ข้อมูล - ถอนเงินกู้จาก CREDIT CARD - STATEMENTS - SMART CARD (บริการเสริม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิวกับการบริการธนาคาร (QUEUE)

ในปี ค.ศ.1908 A.K.ERLANG วิศวกรโทรศัพท์ ชาวเดนมาร์ก เป็นผู้แรกที่ให้ความสนใจ เรื่องการร่นระยะเวลาที่ใช้ในการรอคอยของผู้ใช้บริการ ต่อมาตอนปลายสงครามโลกครั้งที่สอง ปัญหาการใช้เวลาในการรอคอยเพื่อใช้บริการ ได้กลายเป็นปัญหาหลักสำหรับธุรกิจต่างๆ จนต้องมีการจัดระบบคิวในเวลาต่อมา

หลักการของคิว (QUEUE DISCIPLINE) แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะได้ดังนี้ (1) การมาถึงที่บริการก่อนได้รับบริการก่อน (FIRST-COME, FIRST-SERVED), (FCFS) (2) การมาถึงที่บริการภายหลัง แต่ได้รับบริการ ก่อน (LAST-COME, FIRST-SERVED), (LCFS)

รูปแบบคิวจึงมีผลต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการ และประสิทธิภาพของผู้ให้บริการ ดังนั้น รูปแบบคิวที่คิวนั้นจะมีส่วนช่วยให้การให้บริการได้อย่างคล่องตัว และมีประสิทธิภาพ ถึงแม้ว่า รูปแบบคิวจะมีหลายรูปแบบ แต่ก็มาจากลักษณะการให้บริการหลักๆ สองลักษณะ กล่าวคือ

1.“TURN-BACK SERVICE” คือ การบริการที่เกิดขึ้น ณ เคาน์เตอร์ โดยที่ผู้ใช้บริการอยู่ด้านหนึ่งของเคาน์เตอร์ และผู้ให้บริการอยู่อีกด้านหนึ่งของเคาน์เตอร์เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนการให้บริการผู้ใช้บริการจะออกจากเคาน์เตอร์ โดยหันหลังให้แก่เคาน์เตอร์

2.“FLOW-THROUGH SYSTEM” คือ การที่ผู้ใช้บริการอยู่เคียงข้าง และอยู่ใกล้กับผู้ให้บริการมากกว่าประเภทแรก เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนการให้บริการ ผู้ใช้บริการสามารถออกจากเคาน์เตอร์ได้โดยเดินผ่านเคาน์เตอร์ไปได้โดยตลอด

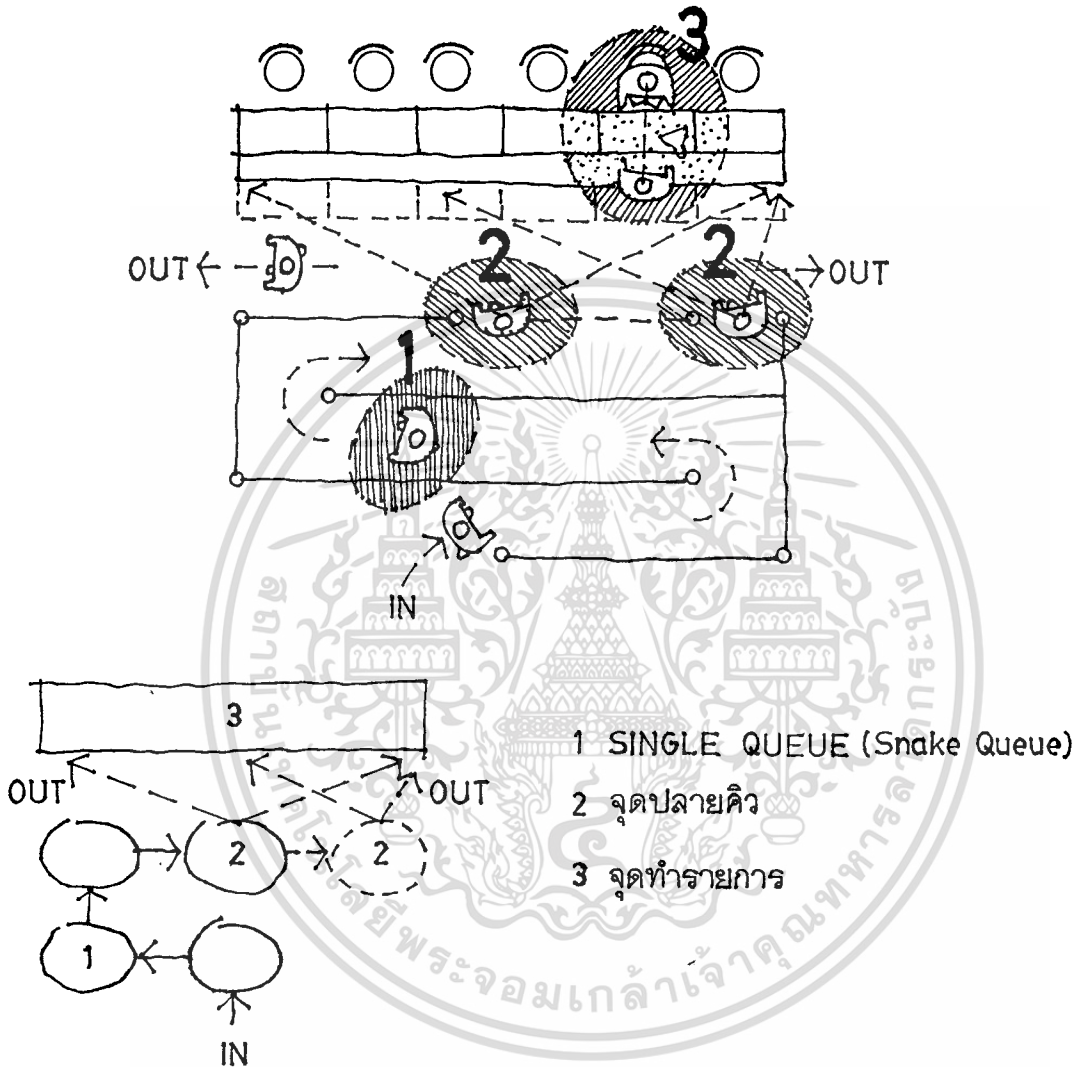
จากลักษณะคิวดังกล่าว สามารถจัดระบบคิวในการให้บริการ หน้าช่องบริการโดยมีรูปแบบ (QUEUE LAY-OUT) ดังนี้

-“SINGLE QUEUE” หมายถึง คิวที่แถวของผู้ใช้บริการมีแถวหลักๆ เพียงหนึ่งแถว ในการรอให้บริการจากผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการจะต้องยืนคอย ณ จุดที่เข้าของสถานที่กำหนด เมื่อช่องบริการใดว่า เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะส่งสัญญาณให้ผู้ใช้บริการเข้าไปให้บริการนั้นๆ โดยทุกช่องบริการสามารถให้บริการได้ทุกประเภทเช่นเดียวกันหมด

-“SEPARATE QUEUE” หมายถึง คิวที่มีการแบ่งแถวของผู้ใช้บริการตามช่องบริการ ซึ่งคิวลักษณะนี้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกเข้าใช้ช่องบริการได้ด้วยตนเอง โดยทุกช่องบริการด้านหน้าเคาน์เตอร์ แยกประเภทบริการ (พิเชษฐ์ 2541 : 7-8)

จากหลักการ ลักษณะ และรูปแบบคิวดังกล่าว สามารถสรุปการออกแบบคิวกับลักษณะการให้บริการของธนาคารแบ่งได้เป็นลักษณะคิว ดังนี้

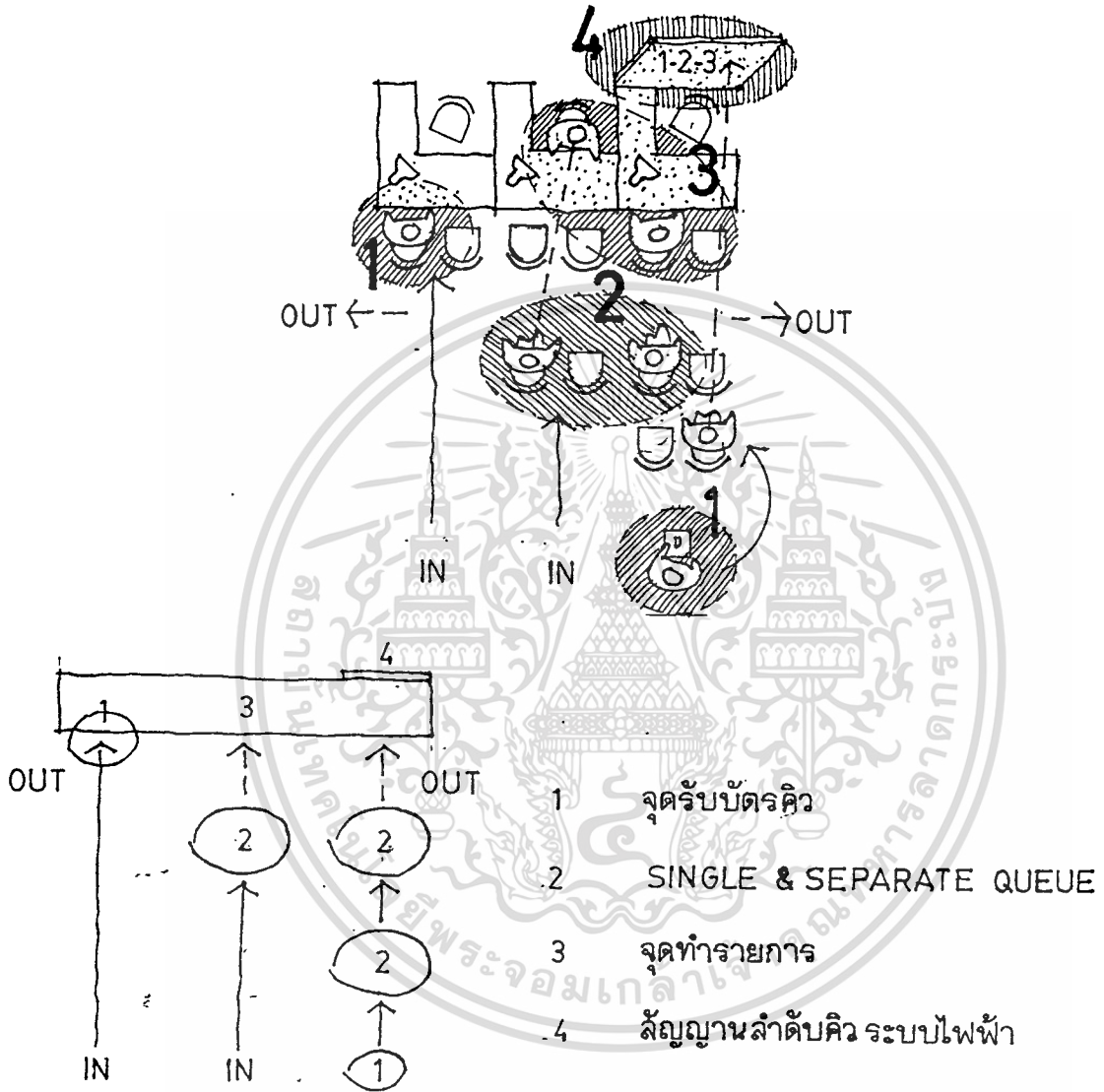
ภาพที่ 2.7 แสดงรูปแบบคิวสำหรับบริการเช่นเดียวกันหมด และแยกประเภทบริการ
โดยใช้เวลาคอย และทำรายการน้อย



จากภาพที่ 2.7 เป็นการใช้รูปแบบคิวเดี่ยว (SINGLE QUEUE) ลูกค้าสะสมในขณะคอย
ทำรายการแบบ SNAKE QUEUE หุขุครอสัญญาณลำดับคิวที่จุดปลายคิว และกึ่งกลางจุดให้บริการ
โดยออกจากคิวทางด้านข้าง (TURN - BACK SERVICE) รูปแบบคิวในลักษณะนี้สำหรับบริการที่
สามารถให้บริการเช่นเดียวกันหมด และแยกบริการ โดยมีช่องบริการมาก และใช้เวลาคอย และทำ
รายการน้อย (เฉลี่ย 1-3 นาที หรือ 4-5 นาที) ประกอบด้วย บริการฝาก - ถอน , บริการสารบัญช
ดังนั้นในการใช้รูปแบบคิวดังกล่าวมีข้อดีดังนี้ (1) ใช้พื้นที่น้อย (2) ลูกค้าสามารถสังเกตเห็นช่อง
บริการได้ดี ขณะคอยทำรายการ (3) มีความยุติธรรมตามลำดับก่อน - หลัง
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

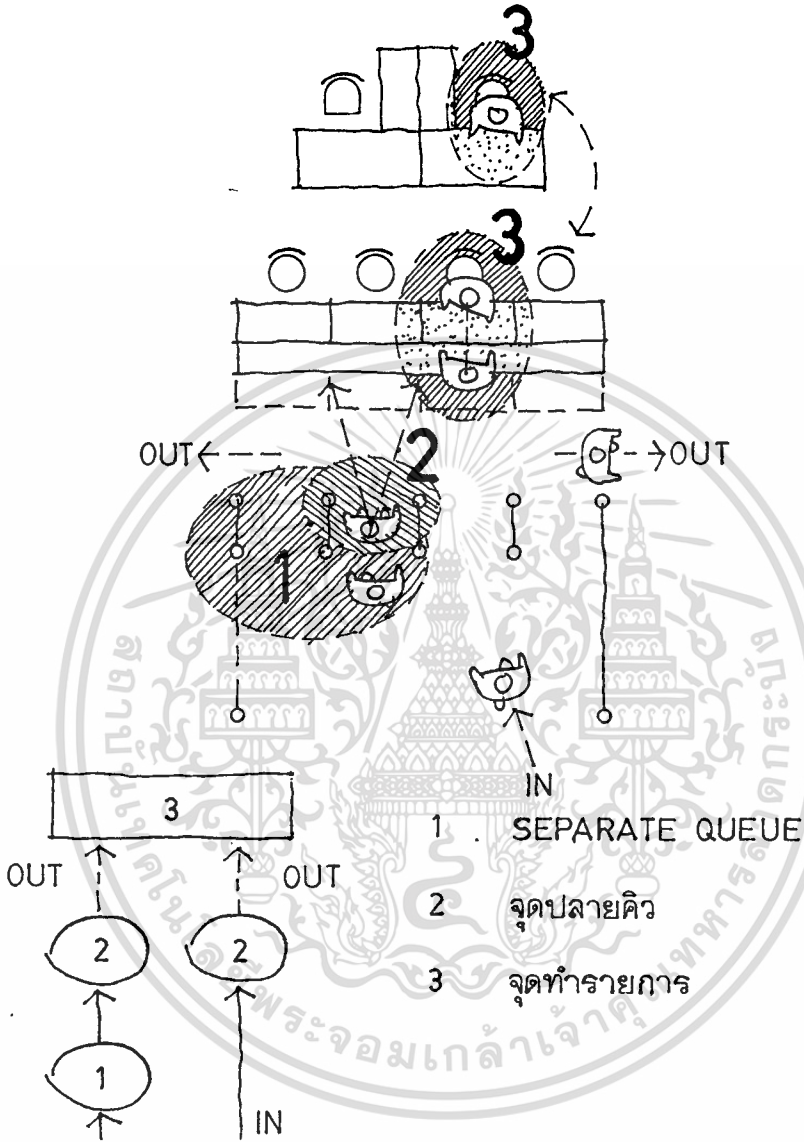
ภาพที่ 2.8 แสดงรูปแบบคิวสำหรับบริการแยกประเภทบริการโดยใช้เวลาคอย และทำรายการมาก



จากภาพที่ 2.8 เป็นการใชรูปแบบคิวแบบแบ่งแถวผู้ให้บริการ สะสมคอยทำรายการแบบแยกช่องคิว (SEPARATE QUEUE) หยุดรอสัญญาณคิวที่หน้าช่องบริการนั้น ๆ โดยออกจากคิวด้านข้าง (TURN - BACK SERVICE) และมีอิสระในระหว่างคอยทำรายการ รูปแบบคิวในลักษณะนี้สำหรับบริการที่แยกประเภทให้บริการ และมีการตรวจสอบรายการหลายขั้นตอน ใช้เวลาทำรายการมาก (เฉลี่ย 3-5 นาที หรือ 5-10 นาที) ประกอบด้วยบริการ โอนเงิน , ชำระค่าบริการต่าง ๆ , ตู้iris ภัย ดังนั้นในการรูปแบบคิวดังกล่าวมีข้อดีดังนี้ (1) ลูกค้าไม่ต้องคอยคิวร่วมกับประเภทบริการอื่น ๆ (2) ลูกค้ามีอิสระระหว่างคอยทำรายการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.9 แสดงรูปแบบคิวสำหรับบริการเช่นเดียวกันหมด และแยกประเภทบริการโดยใช้เวลาคอย และทำรายการนาน



จากภาพที่ 2.9 เป็นการใช้รูปแบบคิวแบบใช้เก้าอี้เพื่อพักคอยและทำรายการ โดยจัดวางคิวในลักษณะแบ่งแถวผู้ใช้บริการแบบแยกช่องบริการ (SEPARATE QUEUE) หยุดรอสัญญาณคิวด้านหน้าจุดให้บริการนั้น ๆ โดยออกจากคิวด้านข้าง (TURN - BACK SERVICE) รูปแบบคิวในลักษณะนี้สำหรับบริการที่ต้องใช้เวลาแต่ละรายการนาน (เฉลี่ย 10-15 นาที, หรือ 15-30 นาที) โดยส่วนมากจะมีการติดต่อเจรจาระหว่างทำรายการ ประกอบด้วยบริการ เปิดบัญชีใหม่ , พิธีการสินเชื่อบริการ , ด้านต่างประเทศ , สินเชื่อบริการ ดังนั้นรูปแบบคิวดังกล่าวมีข้อดีดังนี้ (1) ลูกค้ามีความสบายขณะคอยทำรายการ (2) ในขณะที่ลูกค้าน้อยจะสามารถใช้ลำดับคิวแบบอัตโนมัติจากการเข้าถึงจุดทำรายการก่อน - หลัง (3) ในขณะที่ลูกค้ามากจะสามารถปรับเป็นระบบใช้บัตรคิว หรือคิวระบบไฟฟ้าได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 แสดงข้อได้เปรียบ และเสียเปรียบระหว่างรูปแบบ SINGLE QUEUE กับ SEPARATE QUEUE

SINGLE QUEUE	SEPARATE QUEUE
1. ลูกค้าสะสมในขณะที่คอยทำรายการ (แบบ SNAKE QUEUE) ขนานกับเคาน์เตอร์ทำให้ใช้พื้นที่น้อย	1. ลูกค้าสะสมแบบแยกช่องทางในลักษณะตั้งฉากกับแนวเคาน์เตอร์ทำให้ต้องใช้พื้นที่มาก
2. ลูกค้าสามารถสังเกตเห็นช่องบริการได้ดี	2. กรณีแถวคิวยาว ลูกค้าด้านหลังจะห่างกับช่องบริการมาก และลูกค้าด้านหน้าจะบังมุมมองช่องบริการ
3. มีความยุติธรรมตามลำดับก่อน – หลัง ของลูกค้า ทั้งหมด	3. มีความยุติธรรมตามลำดับก่อน- หลัง เฉพาะช่องบริการ ไม่สามารถเปรียบกับช่องอื่น ๆ ได้
4. ลูกค้าต้องคอยตามลำดับคิวก่อน – หลัง ทุกคน	4. ลูกค้าไม่ต้องคอยคิวร่วมกับประเภทบริการอื่น ๆ
5. ต้องกำหนดแถวคิวด้วยอุปกรณ์กัน ทำให้ออกจากคิวได้ลำบาก และต้องเข้าจອງคิวตามลำดับ	5. แถวคิวเป็นไปตามหน้าช่องบริการไม่ต้องกำหนดหรือกันแนวคิวทำให้ลูกค้ามีอิสระเข้า ออกระหว่างคิวได้ หรือยังไม่เข้าจອງคิวเมื่อเห็นลูกค้ามาก

ผลเปรียบเทียบระหว่างคิวระบบไฟฟ้ากับคิวธรรมดาของธนาคารกรุงเทพ

จากผลของการศึกษาของส่วนวิจัยการตลาดบริการ ธนาคารกรุงเทพ ได้ทำการเก็บข้อมูล โดยวิธี สัมภาษณ์ และการสัมภาษณ์ผู้จัดการ สมุหบัญชี และการสุ่มสอบถามข้อมูลจากลูกค้าบางราย ของสาขาที่ให้บริการจัดคิวหน้าเคาน์เตอร์ในระบบไฟฟ้า จำนวน 3 สาขา คือ

- สาขานนวิภาวดี
- สาขาลาดพร้าว 99
- สาขานนพัฒนาการ

จากข้อมูลการ สัมภาษณ์ การให้บริการบริเวณคาน์หน้าเคาน์เตอร์ รวมทั้งข้อมูลจากผู้บริหาร สาขา และการสุ่มสอบถามจากลูกค้าบางรายจากทั้ง 3 สาขาที่จัดใช้วิธีจัดคิวหน้าเคาน์เตอร์ในระบบไฟฟ้า และเมื่อได้นำมาเปรียบเทียบผลการศึกษาระบบการจัดคิว ธรรมดา พบว่าการจัดคิวไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดจะก่อให้เกิดผลที่เป็นประ โขชน์หลักๆ ในการให้บริการของสาขาเหมือนกัน คือ

1. ก่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย ดูสวยงาม เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับ สาขา ซึ่งเป็นปัจจัยช่วยให้ลูกค้าหันมาใช้บริการ ของสาขามากขึ้นในอนาคต

2. ทำให้เจ้าหน้าที่มีสมาธิในการทำงานดีขึ้น ไม่รู้สึกเครียดที่มีผู้มายืนมองอยู่หน้า เคาน์เตอร์ ซึ่งมีผลให้การทำงานมีความละเอียดถูกต้องมากยิ่งขึ้น

3. ลดปัญหาการทุจริตในเรื่องการขโมยเงินสดและการขโมยเช็คที่มักจะเกิดขึ้นเป็นประจำในช่วงที่ยังไม่มีการจัดคิว โดยเฉพาะคอนเครื่องเสียบจะมีปัญหาเรื่องการรับ สมุดบัญชีกับ เช็ค คืนจากกล่องรับ สมุดบัญชี ก่อนข้างมาก

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่ายังมีข้อ ได้เปรียบเทียบและเสียเปรียบอยู่บางประการระหว่าง การจัดคิวใน 2 ระบบดังกล่าวอยู่เล็กน้อย ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

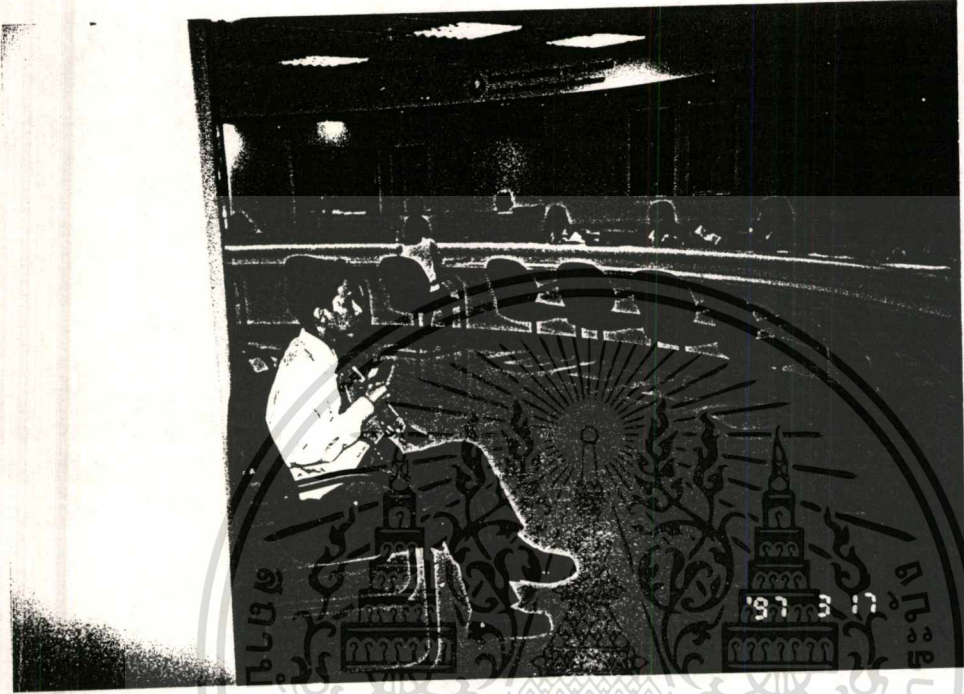
ตารางที่ 2.2 แสดงข้อได้เปรียบ และเสียเปรียบระหว่างการจัดคิวระบบไฟฟ้ากับการจัดคิวระบบ
 ธรรมดา ของธนาคารกรุงเทพ

การจัดคิวระบบ ไฟฟ้า	การจัดคิวระบบธรรมดา
1.เป็นการช่วยสร้างภาพพจน์การเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีให้เด่นชัดยิ่งขึ้น	1.แม้จะไม่ได้เน้นภาพพจน์การเป็นผู้นำด้าน Personal Touch แก่ลูกค้ามากกว่าคิวระบบไฟฟ้า
2.ลูกค้ารู้สึกสบายกว่าเพราะมีที่นั่งพักคอย	2.ลูกค้าจะเกิดการเมื่อยล้า และรู้สึกหงุดหงิดในขณะเข้าคิว
3.ลูกค้าที่มาใช้บริการในเวลาทำการขณะที่มีคิวรอใช้บริการอยู่แล้ว สามารถนำ Slip ไปเขียนที่เก้าอี้ที่นั่งรอได้	3.ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะต้องเขียน Slip ให้เสร็จสิ้นก่อน จึงมายืนเข้าคิว
4.มีการลงทุนค่อนข้างสูงเกี่ยวกับระบบไฟ แสดงลำดับคิว และที่นั่งพักคอย	4.ไม่มี การลงทุนเรื่องป้ายไฟ แต่โดยทั่วๆ ไปมักจะมีต้นทุนเกี่ยวกับการจัดทำเสาคิว สำหรับจัดคิวให้ลูกค้า
5.การให้บริการจัดระบบไฟฟ้าจะทำให้มีช่องว่างระหว่างเวลา กล่าวคือถ้าทำรายการเสร็จสิ้นแล้วเจ้าหน้าที่ยังไม่กดเรียกลูกค้า รายต่อไป ลูกค้ารายต่อไปก็จะไม่สามารถเข้าใช้บริการได้ ดังนั้น ถ้าหากเจ้าหน้าที่ขาดจิตสำนึกในการบริการและขาดการสอดส่องดูแลอย่างใกล้ชิด จะทำให้เกิดปัญหาการหลบเลี่ยงงานได้	5.การหลบเลี่ยงทำได้ยากกว่า เนื่องจากเมื่อลูกค้าคนแรกเดินออกก็มี ผู้ที่อยู่ในคิวคนต่อไปก็จะไปรอเพื่อใช้บริการเลย โดยไม่ต้องกดเรียก ทำให้พนักงานต้องรีบทำงานตลอดเวลาจนกว่าจะหมดลูกค้าที่มารอใช้บริการ

จากข้อมูลที่ได้สรุปไว้ข้างต้นนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่า การจัดคิวไม่ว่าจะเป็นวิธีใดจะก่อให้เกิดผลดีต่อการให้บริการของสาขาธนาคารกรุงเทพเหมือนกัน ในประเด็นหลักๆ จะมีแตกต่างกันบ้างในข้อได้เปรียบเสียเปรียบเล็กๆ น้อยๆ ในแต่ละวิธี ดังนั้น การตัดสินใจว่าสาขาใดควรจะใช้การจัดคิวแบบไหนน่าจะขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ของบริการกับจำนวนลูกค้าของแต่ละสาขา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.10 แสดงลักษณะคิวของธนาคารกรุงเทพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.10 (ต่อ) แสดงลักษณะคิวของธนาคารกรุงเทพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลรายงานการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการเปลี่ยนแปลงการให้บริการที่หน้าเคาน์เตอร์ สาขาธนาคารกรุงเทพ

จากผลการศึกษาของส่วนวิจัยการตลาดบริการ ธนาคารกรุงเทพ ทำการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นบริเวณหน้าเคาน์เตอร์สาขา การจัดทำคิวลูกค้าผู้มาใช้บริการ การจัดแบ่งเคาน์เตอร์ตามประเภทบริการ โดยส่วนฯ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าผู้ให้บริการของสาขาธนาคารกรุงเทพ 4 สาขา คือ สาขาสยามสแควร์ สาขาสาทร สาขานนทบุรี และสาขาซอยอารี โดยมีข้อสรุปดังนี้

การสังเกตถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นที่หน้าเคาน์เตอร์สาขา

ลูกค้าของทุกสาขาส่วนใหญ่พบเห็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และเกือบทุกคนเห็นความเปลี่ยนแปลงเรื่องการจัดคิวลูกค้า และกว่าร้อยละ 90 เห็นว่าการจัดคิวก่อให้เกิดผลดี โดยเฉพาะในเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการเข้ามาใช้บริการ และการได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้น อย่างไรก็ตามก็ยังมีผู้เห็นว่าความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ก่อให้เกิดผลดี หรือมีคำแนะนำเพิ่มเติมในบางด้าน เช่น การจัดทำคิวทำให้เสียเวลาขึ้นรอ ทำให้ได้รับบริการช้ากว่าเดิม โดยกลุ่มนี้มีข้อเสนอแนะว่าควรมีการแจกบัตรคิวให้นั่งรอได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดแบ่งเคาน์เตอร์ตามประเภทบริการ

ลูกค้าส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในด้านดีเกี่ยวกับการจัดแบ่งเคาน์เตอร์ตามประเภทบริการ โดยเห็นว่าทำให้เกิดความชัดเจนเป็นสัดส่วน รู้ว่าช่องไหนให้บริการอะไร ส่วนผู้ที่ยังเห็นว่าการจัดแบ่งเคาน์เตอร์ตามประเภทบริการยังไม่ดีนัก ส่วนใหญ่จะระบุว่าไม่ทราบว่าจะเข้าใช้บริการที่ช่องไหน และมีคำแนะนำว่าควรจะสามารถให้บริการทุกบริการได้ที่เคาน์เตอร์เดียว

ปัญหาในการมาใช้บริการที่สาขา

ส่วนใหญ่พบว่าลูกค้าของทั้ง 4 สาขา ไม่มีปัญหาในการใช้บริการ ส่วนที่มีปัญหามีอยู่ประมาณร้อยละ 20 เป็นปัญหาด้านเจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่บางคนมีอัธยาศัยไม่ดี

สำหรับคำแนะนำเพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขาได้รับความพอใจมากที่สุดคือ อยากให้เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ และอัธยาศัยดีกับลูกค้าถึงประมาณร้อยละ 50 ของคำแนะนำทั้งหมด รองลงมาคือ อยากให้เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และควรมีเจ้าหน้าที่ให้บริการตลอดเวลาในช่วงพักกลางวัน เหมือนๆ กันทุกสาขา

เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ก่อน-หลังการปรับปรุง / เปลี่ยนแปลงการให้บริการ

ถ้าหากมองในภาพรวมทั้ง 4 สาขา พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าภายหลังการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการมีมากที่สุดในเรื่องความสะดวกในการเข้าใช้บริการที่เคาน์เตอร์ ส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นน้อยที่สุดคือด้านกิจกรรมารยาทของเจ้าหน้าที่เคาน์เตอร์ เหมือนๆ กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสร้างบรรยากาศที่ดีสำหรับผู้ให้บริการ

การที่ผู้ให้บริการต้องรอคอยสิ่งใดนานๆ ก่อให้เกิดความเครียดได้ ดังนั้นควรจัดหาสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ผู้ให้บริการได้กระทำระหว่างการรอคอยการใช้บริการ คือ การสร้างความบันเทิง การให้ข่าวสาร และความเป็นธรรม ส่งผลให้ผู้ให้บริการเข้าใจในเรื่องของการใช้เวลามากยิ่งขึ้น

- การใช้ความบันเทิง (ENTERTAINMENT) ผู้ให้บริการจะไม่รู้สึกสูญเสียเวลามากนักหากผู้ให้บริการได้รับสิ่งบันเทิงขณะรอคอยเช่น การเปิดเพลง โทรทัศน์ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้มีส่วนในการสร้างความเพลิดเพลินทั้งสิ้น

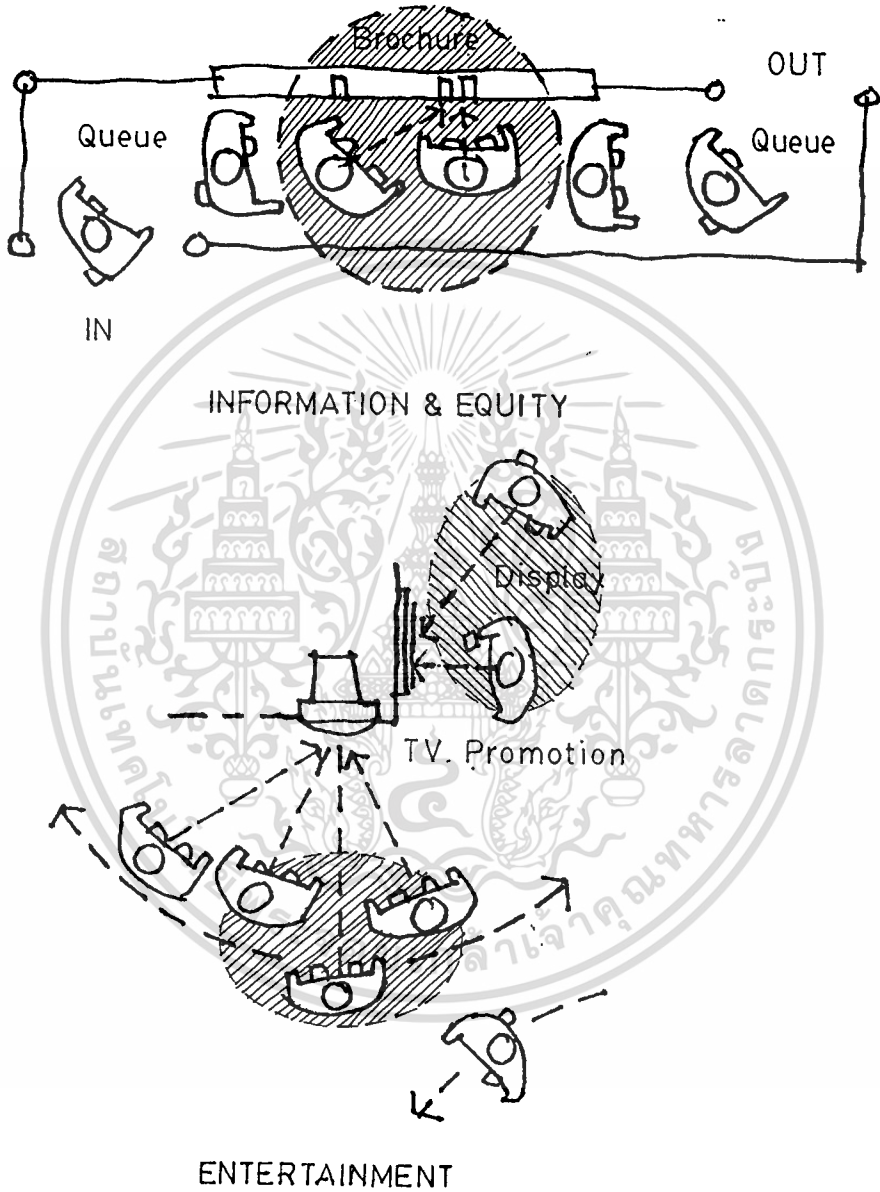
- การให้ข่าวสาร (INFORMATION) การที่ผู้ให้บริการมีความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและประเภทของการใช้บริการที่ดี ย่อมก่อให้เกิดการบริการที่รวดเร็วยิ่งขึ้น ข่าวสารที่คิ่นั้นจะต้องสังเกตได้ง่ายมีความชัดเจน และเข้าใจได้ง่ายและควรติดตั้งหลายตำแหน่งในสถานที่เดียวกัน

นอกเหนือจากความบันเทิง การให้ข่าวสารแล้ว ความเป็นธรรม (EQUITY) และความแออัด (CROWDING) เป็นสิ่งที่สร้างความไม่พึงพอใจและทำลายบรรยากาศในการรอคอยของผู้ให้บริการ

ในการสังเกตพบว่าลูกค้าที่เข้าแถวรอใช้บริการ หน้าเคาน์เตอร์ฝาก - ถอน ในแถวคิวแบบ SINGLE QUEUE จะยืนห่างจากกัน 2 ฟุต ซึ่งฟรุอิน (FRUIN) ได้ให้ความเห็นไว้ว่าเป็นระยะเขตอำนวยความสะดวกเฉพาะบุคคล (PERSONAL COMFORT ZONE) คือการเว้นที่ว่างไว้สำหรับการยืนคอยเท่านั้น พื้นที่สัญจรมีจำกัด ดังนั้นการสัญจรภายในแถวกระทำได้โดยรบกวนผู้อื่น โดยมีพื้นที่ว่าง 2 ถึง 3 ฟุต หรือใช้พื้นที่ 7 ถึง 10 ตารางฟุตต่อคน และลูกค้าที่ไม่ได้ ใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์ หรือระหว่างคอยทำรายการ แบบอิสระบริเวณโถงธนาคาร จะยืนห่างจากกันมากกว่า 3 ฟุตซึ่งฟรุอิน (FRUIN) ให้ความเห็นไว้ว่าเป็นระยะเขตสัญจรได้อย่างอิสระ (FREE CIRCULATION ZONE) คือพื้นที่ในการสัญจรได้อย่างอิสระ โดยมีพื้นที่ว่างมากกว่า 4 ฟุตขึ้นไปหรือใช้พื้นที่ 13 ตารางฟุตต่อคน ควรมีการจัดหาสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อลดความเบื่อหน่าย

หากมีการสร้างบรรยากาศที่ดีเช่นการให้ความบันเทิง หรือการให้ข่าวสารในบริเวณดังกล่าว ต่อลูกค้าคนแรกจะกระทบลูกค้าคนต่อไป แบบการรบกวนและชักจูง จะส่งผลให้ผู้ให้บริการเพลิดเพลินและไม่รู้สึกสูญเสียเวลามากนัก และใช้พื้นที่น้อยระหว่างรอให้บริการตลอดจนจะก่อให้เกิดผลทางอ้อมในการ ติดต่อบริการอื่น ๆ กับธนาคาร

ภาพที่ 2.11 แสดงการสร้างบรรยากาศที่ดี สำหรับลูกค้า ขณะคอยทำรายการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานบริการ และนโยบายของธนาคาร

ผลกระทบต่อการดำเนินงานของธนาคารนั้น สรุปได้ว่าปัจจัยที่ธนาคารพาณิชย์สามารถควบคุมได้ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยภายในธนาคารเอง และปัจจัยที่ธนาคารไม่อาจควบคุมได้นั้นเป็นปัจจัยภายนอก (วาสนา สิงห์โกวิท 2528:26-51) ฉะนั้น ทักษะคติ หรือนโยบายการบริหารงานธนาคารให้มีคุณภาพในทุกๆ เรื่อง ทั้งในด้านการให้ความมั่นใจกับประชาชนผู้ฝากเงิน และผลกำไรของธนาคาร โดยสรุปจะขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยภายใน

1.1 รายได้จากดอกเบี้ย จากการศึกษาแนวโน้มการหารายได้ของธนาคารพาณิชย์ รายได้ของธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่มาจากดอกเบี้ยรับสุทธิ

1.2 รายได้ที่มีไร้ออกเบี้ย คือค่าธรรมเนียมและบริการ กับกำไรจากการปริวรรตค่าธรรมเนียม

1.3 นโยบายคงที่ของเงินฝาก จากการศึกษาการถอนเงินฝากมากก็จะมีผลต่อการให้กู้ได้ เพื่อให้ปริมาณเงินฝากนั้นอยู่ในระดับคงที่ หรือสูงกว่า ทั้งนี้เพราะธนาคารที่มีเงินฝากคงที่จะมีอิสระในการกำหนดการให้กู้ได้

2. ปัจจัยภายนอก

2.1 ภาวะเศรษฐกิจในประเทศ เมื่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในภาวะฟื้นตัว ทำให้ธุรกิจต้องการเงินทุกมากขึ้น ทำให้ปริมาณเงินให้กู้ยืมของธนาคารสูงขึ้น แต่ถ้าภาวะเศรษฐกิจไทยซบเซา อาจก่อให้เกิดปัญหาหนี้สูญแก่ธนาคารได้ ธนาคารต้องดำเนินนโยบายการเงินที่เข้มงวดและรัดกุม

2.2 บรรยากาศการลงทุน เมื่อบรรยากาศการลงทุนดี ธนาคารพาณิชย์จึงต้องเริ่มปรับการดำเนินการของตนเพื่อให้ทันต่อภาวะความต้องการเงินในขณะนั้น

2.3 ภาวะการแข่งขันก่อให้เกิดการบริการด้านใหม่ เกิดความสะดว และความเร็วมาก ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ธนาคารต้องปรับตัวอย่างมาก เนื่องจากเป็นระบบใหม่และต้นทุนสูง แม้ว่าในบริการบางอย่างธนาคารดำเนินการไปแล้วประสบกับการขาดทุน ก็จำเป็นต้องดำเนินการเพื่อลูกค้าที่มาติดต่อเกิดความประทับใจ

2.4 ความเชื่อมั่นของประชาชนและข่าวลือ การที่ลูกค้าจะวางใจ และเต็มใจที่จะนำเงินมาฝากไว้ กับธนาคาร การใช้บริการของลูกค้าก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ธนาคารก็สามารถจะระดมเงินออมให้สูงขึ้นตามไปด้วย

2.5 ภาวะการเมืองภายในประเทศ ภาวะการเมืองต่างๆ เมื่อเสถียรภาพของรัฐบาลมีความมั่นคงย่อมก่อให้เกิดมีผู้ที่ต้องการ กู้ยืมเงินเพื่อการลงทุนมากขึ้น ซึ่งในทางกลับกันหากรัฐบาลเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่มีเสถียรภาพ ภาวะเศรษฐกิจไม่ดี ย่อมส่งผลให้การฝากและการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ยอคน้อยลงไปด้วย

โดยสรุปปัจจัยที่ส่งผลให้ธนาคารต้องปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ในการให้บริการ และการขายสู่แนวทางการตลาดยุคใหม่ สามารถจำแนกผลจากปัจจัยภายนอก และภายในดังนี้

- ปัจจัยภายใน จะก่อให้เกิดการมุ่งเน้นในส่วนของการให้สินเชื่อ การให้บริการที่ก่อให้เกิดค่าธรรมเนียมบริการ หรือการให้ความสำคัญในส่วนการขายบริการใหม่ ๆ และการระดมเงินฝากเพื่อเงินทุน

- ปัจจัยภายนอก จะก่อให้เกิดการเข้มงวดของการปล่อยสินเชื่อ การลงทุนการในการบริการใหม่ ๆ และทันสมัย และการรักษาระดับของเงินฝากเท่าที่จำเป็น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีศึกษาโครงการออกแบบธนาคาร (RE-DESIGN : BANK)

ปัจจุบันสถาบันการเงินนับว่าเป็นหัวใจหลักของธุรกิจตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ ธนาคารนับเป็นสถาบันการเงินที่มีโอกาสติดต่อกับคนในสังคมทั่วไปมากกว่า สถาบันอื่น ๆ ทำให้พื้นที่ทำงาน ของธนาคารเป็นเสมือนหนึ่ง พื้นที่บริการ ไปในตัว การแก้ปัญหาทางานออกแบบภายใน(ใหม่) ของธนาคาร จึงนับว่าเป็นงานออกแบบโครงการที่น่าสนใจที่สุดโครงการหนึ่งในโลกปัจจุบัน อันแสดงให้เห็นในรอบสิบปีที่ผ่านมา ในโลกตะวันตก-ตะวันออก หรือในสังคมไทยที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ในขณะนี้ โครงการวิจัยทำการศึกษโครงการออกแบบภายในของธนาคารในประเทศ และต่างประเทศ ดังนี้

ธนาคารกสิกรไทย

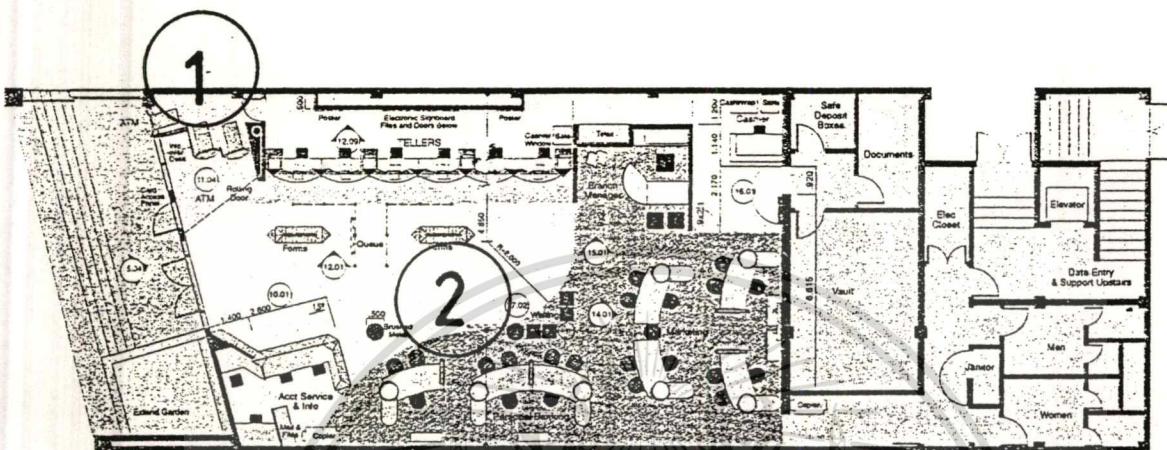
จากผลของการทำ RE-ENGINEERING ทำให้ธนาคารกสิกรไทยต้องออกแบบภายในธนาคารสาขาใหม่ทั้งหมด เพื่อรองรับแนวคิดใหม่ โดยมีแนวคิดหลักด้าน RETAIL ที่ธนาคารให้บริการแนะนำทางการเงินและข้อมูลต่างๆ รวมทั้งตอบรับความเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า

ภาพที่ 2.12 แสดงกรณีศึกษาดังกล่าวทั้งหมดของการออกแบบธนาคารกสิกรไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.12 (ต่อ) แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการออกแบบธนาคารกสิกรไทย



(24 HOUR)

2 บริการด้านการธนาคาร (TELLER)

1 บริการธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING)

2 บริการธุรกิจ การตลาด (SALE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FUJI BANK

FUJI BANK เป็นหนึ่งในธนาคารสำคัญของญี่ปุ่น ที่มีสาขาทั่วประเทศ ในปี 1988 ทางธนาคารต้องการออกแบบภายในใหม่โดยต้องสอดคล้องกับรสนิยม และพฤติกรรมของลูกค้ารายย่อยชาวญี่ปุ่นซึ่งมีรสนิยมเฉพาะตัว และงานออกแบบต้องพร้อมที่จะปรับติดตั้งในสาขาเก่า

โครงการนี้ใช้ระบบขององค์ประกอบที่แยกเป็นชิ้นประกอบติดต่อกันได้ตามขนาดของที่ว่างที่ตัวสาขาธนาคารมีอยู่ และใช้การจัดแผนผัง-ที่ว่างในลักษณะที่ถูกค้าคุ้นเคย

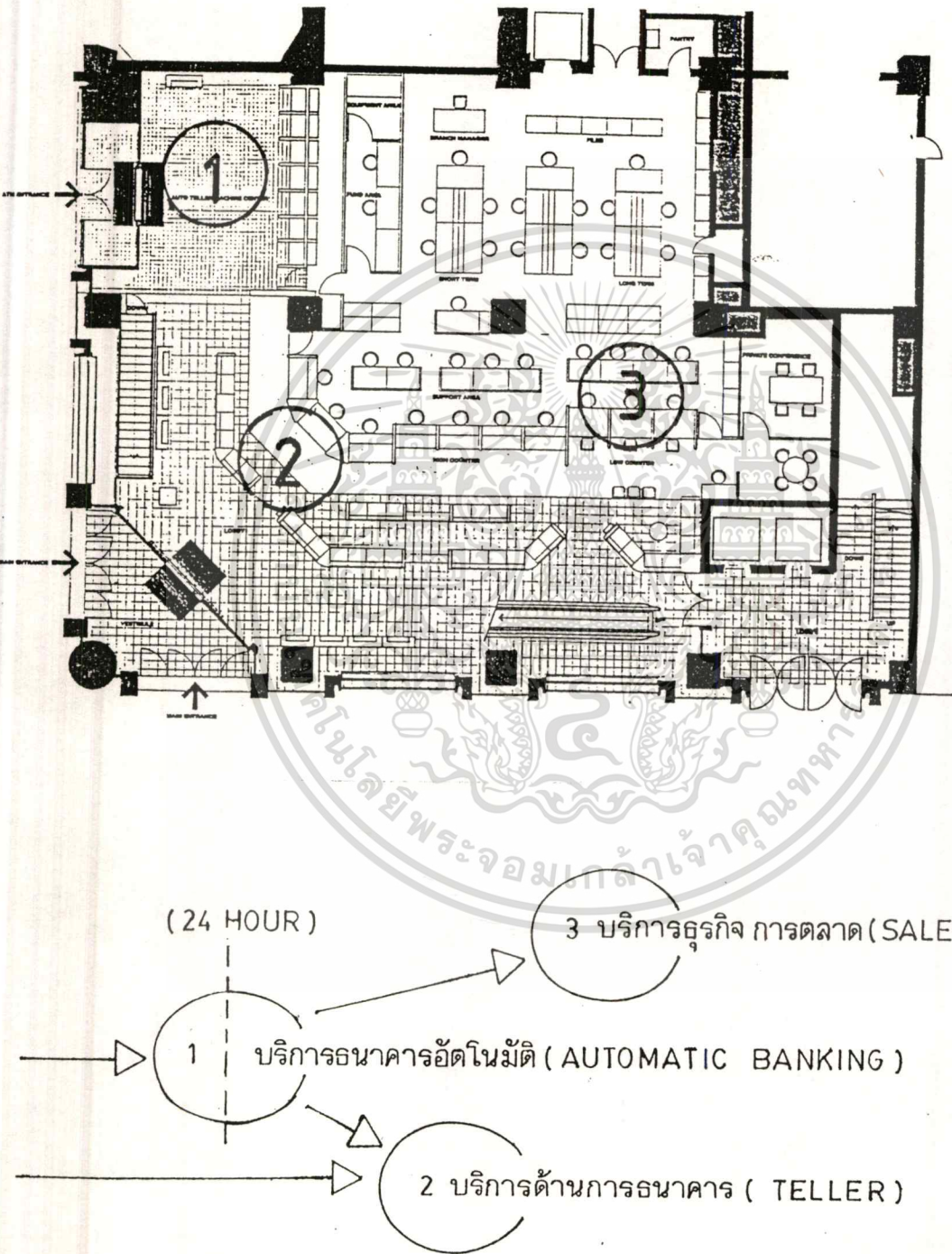
องค์ประกอบทั้งหมดถูกแบ่งเป็นเสมือน MODULE ที่แยกจากกันเป็นส่วน เพื่อจะนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมอีกครั้ง (MODULAR COMPONENTS) ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ภาพที่ 2.13 แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการออกแบบ FUJI BANK



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.13 (ต่อ) แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการออกแบบ FUJI BANK



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DEUTSCHE BANK

DEUTSCHE BANK เป็นธนาคารในประเทศเยอรมัน ต้องการออกแบบภายในหลังจากที่ไม่ได้ทำมาตั้งแต่ประมาณปี 1970 สาเหตุก็คือการที่เทคโนโลยีพัฒนาก้าวหน้าขึ้น การค้นคว้าในเรื่อง สำนักงานอัตโนมัติ ที่ก้าวหน้าไปมาก ทำให้ระบบการทำงานของธนาคารเปลี่ยนแปลงไปมากที่สุดที่เห็นได้ชัดจนที่สุดก็คือ เรื่องการใช้กระดาษน้อยลง แต่ใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

งานออกแบบครั้งนี้มีลักษณะเฉพาะที่ทำให้อาคารเบาสบาย มองดูโปร่งใสจากด้านนอกถึงด้านใน ซึ่งผิดกับภาพพจน์ของธนาคารแบบดั้งเดิมที่เน้นเรื่องความทึบตัน คุปลดอกภัย พื้นที่ของธนาคารถูกแบ่งออกเป็นสามส่วนสำคัญ ทำให้การออกแบบสามารถตอบปัญหาของแต่ละส่วนที่มีภารกิจและลักษณะของที่ว่างที่แตกต่างกันได้ชัดเจนขึ้น

ส่วนที่หนึ่งเป็นส่วนที่จะเห็นเป็นส่วนแรกเมื่อก้าวเข้าธนาคาร คือส่วนที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของลูกค้า เช่น การฝาก-ถอนเงิน ซึ่งจะมีเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์คอยรองรับอยู่

ส่วนที่สองคือ ห้องเล็กๆ ที่เป็นเสมือนห้องปรึกษาสำหรับผู้ที่ต้องการลงทุน ซึ่งจะมีเคาน์เตอร์เล็กๆ สำหรับพนักงาน มีคอมพิวเตอร์. ประจำตัวสามารถหันหน้ามาโต๊ะกลาง เพื่อปรึกษาหารือกับลูกค้าได้

ส่วนที่สามคือเคาน์เตอร์ ซึ่งจะเล็กและมีพื้นที่น้อยกว่าปกติ และถูกลดความสำคัญลงไป

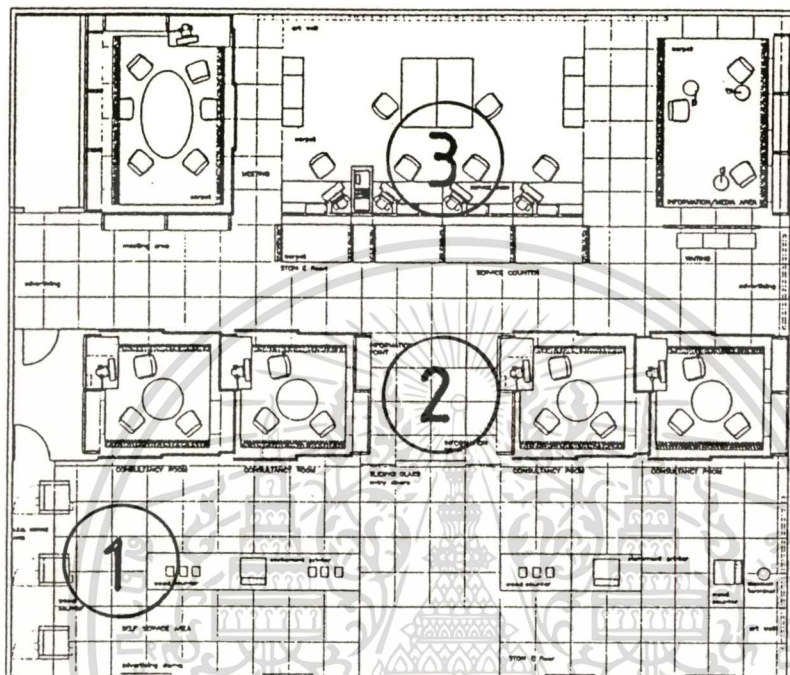
ภาพที่ 2.14 แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการออกแบบ DEUTSCHE BANK

DEUTSCHE BANK

CASE.



ภาพที่ 2.14 (ต่อ) แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการออกแบบ DEUTSCHE BANK



(24 HOUR)

1

บริการธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING)

3

บริการด้านการธนาคาร (TELLER)

2 บริการธุรกิจ การตลาด (SALE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BANK OF ASIA

รูปลักษณ์สาขาใหม่ที่เป็น ต้นแบบ ของธนาคารเอเชีย นี้คือสาขา อัมรินทร์พลาซ่าที่สร้างขึ้นมาตามรูปแบบมาตรฐานชุดแรก พร้อมทั้งมี บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจนอีกหนึ่งคือ การจัดสัดส่วนของ พื้นที่โดยให้ โถงพื้นที่ลูกค้ามากกว่าเดิมที่แบ่งพื้นที่สำหรับลูกค้า 30% พนักงาน 70% มาเป็นลูกค้า 60% พนักงาน 40% ทำให้มีพื้นที่ของโถงเพิ่มขึ้น มีการจัดแสงกับผนังเพื่อให้ความสำคัญต่อลูกค้าเวลาเดินเข้ามาจะไม่อึดอัดจนเกินไป มีการลดพื้นที่ใช้งานในส่วน of พนักงานลงแทนส่วนที่ใช้บริการลูกค้าทุกส่วนก็จะได้รับการเน้นเรื่อง สื่อสิ่งพิมพ์ และ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ต่างๆ สื่อสารกับลูกค้าที่มาใช้บริการในเรื่องผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ของธนาคาร นอกจากนี้ยังมีส่วน ที่มีความเป็นส่วนตัวสูง มี ฉาก กั้น เป็นสัดส่วนทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกเป็นส่วนตัวมากขึ้น ในการปรึกษาเรื่องการเงินกับเจ้าหน้าที่ของธนาคาร

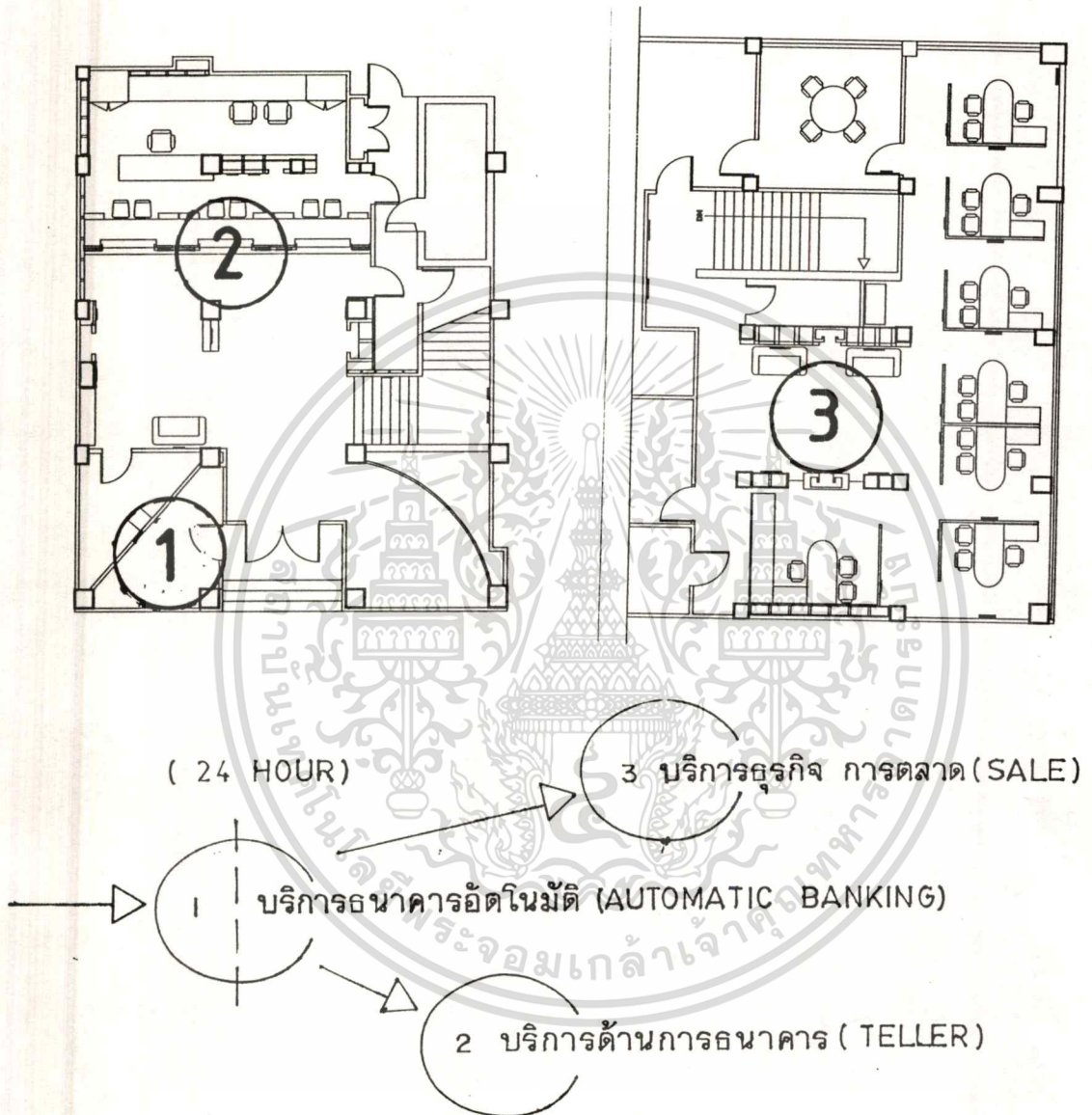
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เป็นองค์ประกอบสำคัญอีกอย่างหนึ่งของรูปลักษณ์ใหม่ มีการนำเอาเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นในเรื่องของฟังก์ชันนั้น ได้รับการออกแบบให้มีบริการทางการเงินอัตโนมัติที่ครบวงจรมารวมอยู่ที่เดียวกันประกอบด้วยเครื่องถอนเงินด่วน (ATM) เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ เครื่องแรกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอัตโนมัติ และเครื่องพิมพ์รายการสมุดคู่ฝาก (passbook) ที่สาขาและเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าสามารถใช้ บริการนอกเหนือเวลาทำการ

ภาพที่ 2.15 แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการออกแบบ BANK OF ASIA



เอกสารนี้เป็นเอกสาร... เพื่อการ... ไม่อนุ... นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น... และต้อง... ถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

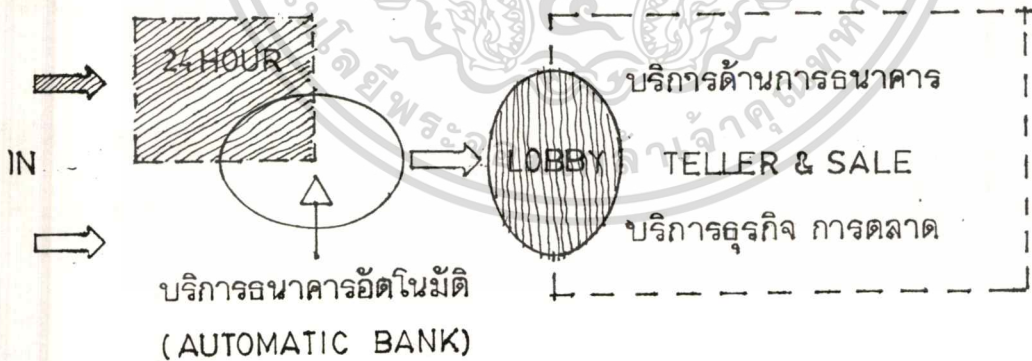
ภาพที่ 2.15 (ต่อ) แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการออกแบบ BANK OF ASIA



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเปรียบเทียบลักษณะการจัดแบ่งพื้นที่ของธนาคารกรณีศึกษา

จากผลของการศึกษาการลำดับการให้บริการทั้ง 4 ธนาคาร พบว่าธนาคารส่วนใหญ่มีแนวทางในการจัดลำดับการให้บริการ ด้วยธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING) หรือใช้บริการธนาคารด้วยตนเอง (SELF SERVICE BANKING) ในลักษณะให้บริการด้านหน้าสุด และใช้บริการนอกเวลาทำการปกติได้ โดยแบ่งออกเป็น การเปิดทางเข้าในลักษณะแยกทางเข้าในส่วนบริการธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING) กับทางเข้าหลัก (MAIN ENTRANCE) โดยส่วนใหญ่จะเกิด โถงย่อยใน โถงของธนาคารทำให้บริเวณบริการธนาคารอัตโนมัติดังกล่าวแตกต่างจากการเปิดทางเข้าในลักษณะรวมกันในส่วนทางเข้าสาขา (MAIN ENTRANCE) เมื่อปิดกั้นส่วนเพื่อบริการนอกเวลา จะทำให้บริเวณ โถงของบริการธนาคารอัตโนมัติเป็น โถงเดียวกับ โถงธนาคาร ซึ่งจะทำให้มีพื้นที่ (SPACE) ที่มากและโอ้โถง และพบว่าจะมีความแตกต่างในการให้บริการในส่วนที่เป็นการให้บริการในเวลาปกติในบริเวณ โถงธนาคาร บางธนาคารเน้นส่วนบริการด้านธนาคาร (TELLER) หรือบางธนาคารเน้นการบริการธุรกิจ การตลาด และการขาย (SELE) หรือเน้นเท่ากันทั้ง 2 ส่วน สรุปได้ว่าในการบริการด้านกิจการภายในสาขาแต่ละธนาคารจะมีความแตกต่างกัน โดยจะขึ้นอยู่กับแนวคิด และนโยบายของธนาคารนั้น ๆ ยกเว้นการให้บริการแบบธนาคารอัตโนมัติที่มีแนวทางในการให้บริการเป็นอันดับแรก และให้บริการนอกเวลาทำการปกติได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการศึกษาวิจัยได้ทำการศึกษาลักษณะ รูปแบบการให้บริการในส่วนต่างๆ ของธนาคารอื่น ๆ โดยสามารถจัดกลุ่มของประเภท และศึกษาลักษณะข้อดี – ข้อเสีย ในการใช้บริการของลูกค้า ดังนี้

ภาพที่ 2.16 แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการแบ่งพื้นที่ภายในสาขา ของธนาคารอื่น ๆ



จากรูปแสดงลักษณะการให้บริการด้วยธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING) สามารถศึกษา และเปรียบเทียบ ข้อดี – ข้อเสีย ได้ดังนี้

1. ลักษณะการให้บริการติดผนัง (TRO – THE WALL) และกำหนดทางเข้าออกแบ่งส่วน (AUTOMATIC ZONE)

ข้อดี สังเกตเห็นช่องบริการ ได้มากจัดระบบคิวและทางสัญจรได้สะดวก ให้บริการแบบกำหนดเวลาได้

ข้อเสีย ช่องบริการที่อยู่ไกลลูกค้าต้องใช้เวลาในการไป – กลับ เพื่อใช้บริการมาก

2. ลักษณะการให้บริการแบบลอยตัวเป็นกลุ่ม และเป็นส่วนแบบรวมศูนย์ (AUTOMATIC CENTER)

ข้อดี มีอิสระในการกำหนดที่ตั้ง และเพิ่ม-ลด ช่องบริการได้สะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในช่องทางอื่น
ข้อเสีย สังเกตเห็นช่องบริการ ได้น้อย จัดระบบคิวและทางสัญจรได้ยาก

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.16 (ต่อ) แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการแบ่งพื้นที่ภายในสาขา ของธนาคารอื่น ๆ



จากรูปแสดงลักษณะการให้บริการแบบสัมภาษณ์ เจริญและบันทึกรายการ (ONE - STOP INTERVIEW) และการให้ข่าวสารบริการ และการตลาด (MERCHANDISING) สามารถศึกษา และเปรียบเทียบ ข้อดี - ข้อเสีย ได้ดังนี้

1. ลักษณะจุดทำรายการแบบสัมภาษณ์ เจริญ และบันทึกรายการด้วยคอมพิวเตอร์ (ONE - STOP INTERVIEW)

ข้อดี ลดขั้นตอนและเวลาการทำรายการ ให้ความรู้ลึก และมีความเป็นกันเอง ด้วยรูปแบบของโต๊ะกลม

ข้อเสีย ใช้พื้นที่เพิ่มขึ้น ต่างจากรูปแบบของโต๊ะธรรมดา

2. ลักษณะการให้ข่าวสารบริการ และการตลาดด้วยแผ่นภาพ (POSTER)

ข้อดี สังเกตเห็นได้ในระยะไกล

ข้อเสีย ใช้พื้นที่ในระยะตั้งมากเหมาะสำหรับแบบคิดผนังเพื่อป้องกันการบังสายตา และจุดบริการอื่น ๆ

3. ลักษณะการให้ข่าวสารบริการ และการตลาด แบบแผ่นพับ (BROCHURE) ในบริเวณแถวคิว และ โถงลูกค้า

ข้อดี เหมาะสมกับการลดความเบื่อหน่าย และการให้ข่าวสารกับลูกค้าที่สะสมเพื่อคอยทำรายการ

ข้อเสีย ขนาดคำแนะนำเพิ่มเติม เมื่อลูกค้าสงสัยข่าวสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ลักษณะการให้ข่าวสารบริการ และการตลาด แบบรวมจุด (MERCHANDISING AREA)

ข้อดี ลูกค้าสามารถศึกษาข่าวสารบริการ และการตลาดด้วยตนเอง และจากพนักงาน
แนะนำเพิ่มเติม

ข้อเสีย ต้องมีค่าใช้จ่ายมากกว่าการให้ข่าวสารบริการข้างต้น

ภาพที่ 2.16 (ต่อ) แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการแบ่งพื้นที่ภายในสาขา ของธนาคารอื่น ๆ



จากรูปแสดงลักษณะส่วนบริการด้วยเคาน์เตอร์ (TELLER COUNTER) สามารถศึกษา
และเปรียบเทียบ ข้อดี-ข้อเสีย

1. ลักษณะเคาน์เตอร์เพื่อติดต่อ และทำรายการ

ข้อดี เป็นสัดส่วนมีความปลอดภัยสูง

ข้อเสีย ให้ความรู้สึกเป็นทางการ และไม่มีที่นั่ง

2. ลักษณะเคาน์เตอร์ธรรมดา

ข้อดี เรียบง่ายใช้พื้นที่น้อย

ข้อเสีย สังกะตู่ช่องบริการได้ยาก

3. ลักษณะเคาน์เตอร์แบบร่นระยะ

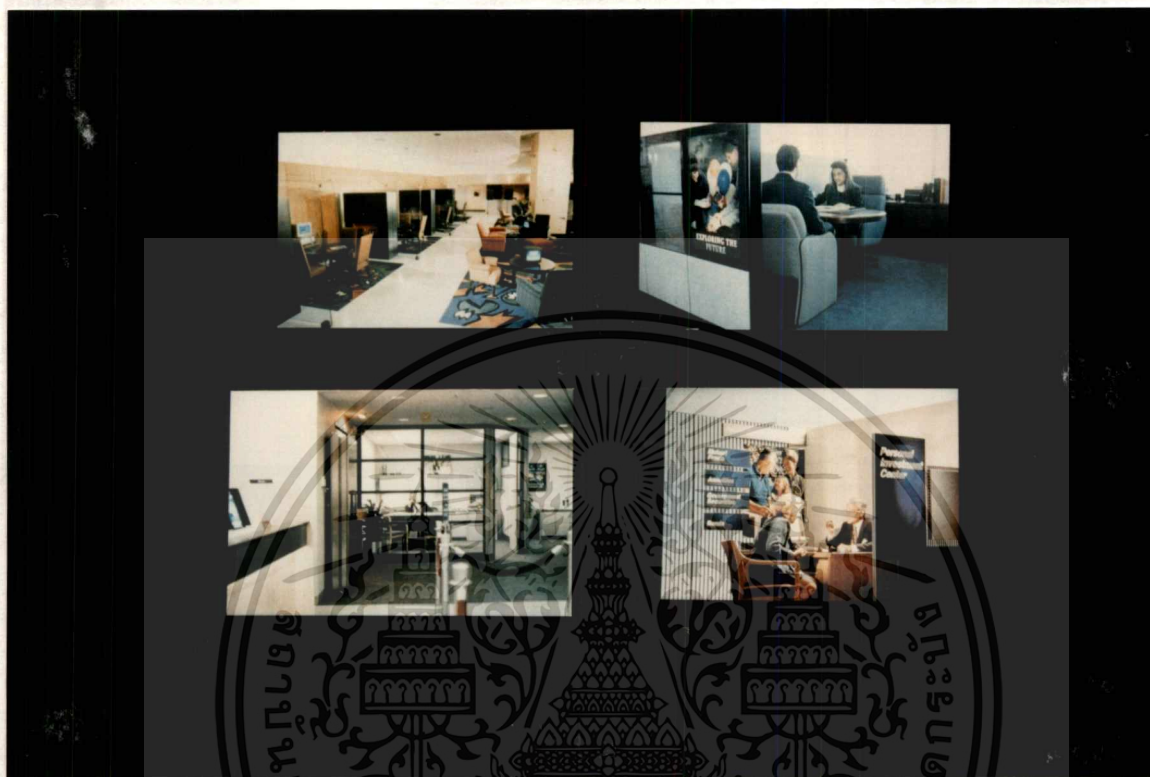
ข้อดี สังกะตู่ช่องบริการได้ง่าย

ข้อเสีย ใช้พื้นที่หน้าเคาน์เตอร์มากกว่าแบบธรรมดา

4. ลักษณะและเคาน์เตอร์แบบโค้ง

เอกสารนี้เป็น **ข้อดี** สังกะตู่เห็นช่องบริการได้เท่ากันหมด เมื่ออยู่กึ่งกลาง มุมดูให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณี **ข้อเสีย** ใช้พื้นที่มาก และจัดระบบคิวยากจะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.16 (ต่อ) แสดงกรณีศึกษาลักษณะทั่วไปของการแบ่งพื้นที่ภายในสาขา ของธนาคารอื่น ๆ



จากรูปแสดงลักษณะส่วนพักคอยสำหรับรายการที่ต้องใช้เวลานาน และส่วนบริการที่เป็นสัดส่วน เพื่อต้องการเจรจาแบบเป็นความลับ สามารถศึกษา และเปรียบเทียบ ข้อดี - ข้อเสีย ได้ดังนี้

1. การให้ความสบาย และบันเทิงขณะคอยทำรายการ

ข้อดี ลดความเบื่อหน่าย และเมื่อลูกค้าขณะคอยทำรายการ

ข้อเสีย มีระยะห่างของแต่ละกลุ่มมาก ทำให้ใช้พื้นที่มาก

2. การแบ่งช่องบริการเพื่อเป็นสัดส่วนในระหว่างเจรจา และทำรายการ

ข้อดี เป็นสัดส่วนทำให้ลูกค้าเกิดสมาธิที่ดีขณะคอยทำรายการ กรณีรายการที่ต้องพิจารณาอย่างละเอียด เช่นการให้สินเชื่อ

ข้อเสีย ใช้พื้นที่มาก และต้องมีการใช้การลำดับคิวในกรณีลูกค้ามากเช่นสัญญาฉนวนระบบคิวไฟฟ้า

3. ลักษณะการกั้นผนังสูงเพื่อเป็นสัดส่วน และต้องการความลับในการเจรจา และทำรายการ

ข้อดี เป็นสัดส่วน และเหมาะสำหรับการเจรจาในกรณีลูกค้าที่ต้องการความลับของรายการมาก และกรณีลูกค้าที่ต้องการเจรจาดกคงปัญหาบางประการ

ข้อเสีย ใช้พื้นที่มาก
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ศึกษาข้อมูล และรายละเอียดเพื่อการวิจัย

ศึกษานโยบายและเป้าหมายการบริการส่วนบริการลูกค้า

นโยบายของธนาคาร หมายถึงนโยบายการจัดการกับทุกเรื่องของธนาคารว่ามีลักษณะเป็นแบบใด อนุรักษ์นิยม หรือก้าวหน้า กล้าได้กล้าเสีย กล้าตัดสินใจ และทันสมัย ผลกำไร จะแตกต่างกัน ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับทีมการบริหารงานด้วย เนื่องจากการดำเนินงานด้านต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์ต้องดำเนินให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดมา โดยคณะกรรมการระดับสูง ดังนั้นการที่ธนาคารจะดำเนินการให้ไปในด้านให้มีประสิทธิภาพเพียงไรก็ ขึ้นอยู่กับนโยบายนั้น(วาสนา สิงหโกวิท 2528:28)

ต้นปี 2527 ธนาคารกรุงเทพได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ใหม่ ไม่เร่งขยายการเติบโตอย่างที่เคยกระทำมา แต่กลับหันมามุ่งเน้นการให้นโยบายคุณภาพและชะลอสินเชื่อแทน ธนาคารได้ประกาศให้ปี 2527 เป็นปีแห่งคุณภาพและเนื่องจากเป็นปีที่ธนาคารประกอบกิจการมาครบ 40 ปี จึงกำหนดให้ระยะเวลา 10 ปีนับจากนี้ไปเป็น “ทศวรรษแห่งความก้าวหน้า ด้วยคุณภาพ และบริการที่เป็นเลิศ” นับแต่นั้นมา คำว่า “คุณภาพ” ก็กลายเป็น “สัจยาบัน” ที่ชาวบัวหลวงร่วมกันยึดมั่นและถือเป็นหลักปฏิบัติอย่างจริงจัง เพื่อสร้างสรรค์คุณภาพของงานให้ดีขึ้น คุณภาพ ที่หมายถึงความพอใจและศรัทธาของลูกค้า

ตลอดหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา ธนาคารกรุงเทพได้เปลี่ยนแนวนโยบายสำคัญของธนาคารอย่างสิ้นเชิงจาก “High Growth” มาเป็น “High Quality” หรือ “การเติบโตสูงสุด” มาเป็น “คุณภาพสูงสุด” นับเป็นธนาคารแรกที่ได้ใช้ความกล้าหาญ และมองการณ์ไกลเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ อันเป็นหัวใจของการประกอบธุรกิจที่เคยเป็นมา (กมลลักษณ์ โดสกุล 2527:120-121)

จากการศึกษาทิศทางและแผนกลยุทธ์ของธนาคารกรุงเทพในปัจจุบัน การปรับตัวเพื่อกำหนดทิศทางและวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านบริการกิจการภายในสาขานั้นมุ่งมั่นที่จะกระทำให้เป็นผลสำเร็จมี ดังนี้คือ

ประการที่หนึ่ง ธนาคารกรุงเทพเลือกที่จะเป็นธนาคารที่สามารถให้บริการแบบครบวงจร หรือ Full Service Bank ซึ่งปัจจุบันธนาคารมีลูกค้ารายย่อยอยู่ประมาณ ถ้าใช้พนักงานพิจารณาแต่ละรายจะทำได้ไม่เพียงพอและทั่วถึง ทั้งยังมีต้นทุนสูงด้วยจึงจำเป็นต้อง อาศัยเครื่องมือคอมพิวเตอร์และการจัดระบบที่มีประสิทธิภาพมาช่วยในการให้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า เมิ่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประการที่สอง ธนาคารให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจใหม่ ๆ ที่จะเป็นการสร้างและขยายฐานรายได้ที่มีโชคดอกเบี้ยหรือรายได้จากค่าธรรมเนียมของธนาคาร นั่นคือ งานด้าน High-Tech Fee-Based Service หรือบริการเกี่ยวกับการให้ความสะดวกในด้านซื้อขายตราสารแห่งนี้ และนั่นหมายถึงว่าธนาคารสามารถเสริมบริการให้แก่ลูกค้าได้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น เป็นการเสริมสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าซึ่งจะทำให้ธนาคารไม่ต้องฐานลูกค้า

จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นที่ผ่านมาทำให้ธนาคารกรุงเทพได้ปรับเปลี่ยนนโยบายตามลำดับนั้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันจากนโยบายหลักคือการมุ่งเน้น คุณภาพ คือความพอใจและศรัทธาของลูกค้าภายใต้การการบริหารกิจการของธนาคารให้ได้ผลกำไร โดยมุ่งหวังในการเพิ่มทุนจดทะเบียน ทางด้านการบริหารกิจการภายใน สาขาได้ปรับตัวเพื่อกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ การดำเนินงานด้านส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และเพื่อผลกำไรสูงสุด

โดยทีมงาน (BRANCH BANKING) ของธนาคารกรุงเทพได้จัดลำดับความสำคัญ (PRIOLITY) การบริหารงานตามเป้าหมายการบริการส่วนบริการลูกค้า ดังนี้

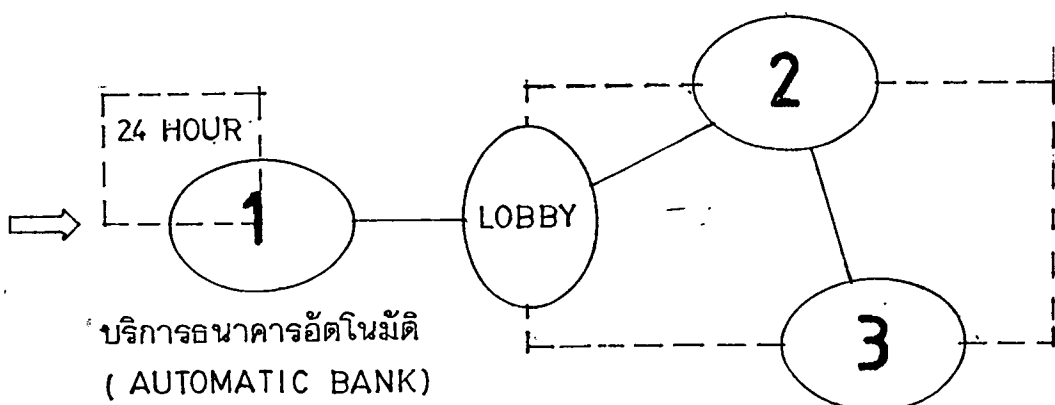
1. เสริมบริการธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING) ในลักษณะบริการด้วยตนเอง (SELF SERVICE) เพื่อแบ่งเบาบริการ และปริมาณลูกค้าที่จะเกิดขึ้นในส่วนบริการด้านธนาคาร (TELLER) พร้อมทั้งเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการทั้งในเวลา และนอกเวลาทำการปกติ

2. เน้นส่วนบริการที่ก่อให้เกิดรายได้ และธุรกิจใหม่ ๆ ของธนาคารในส่วนบริการธุรกิจการตลาด (SELE AREA)

3. ดูแลลูกค้าส่วนบริการด้านการธนาคาร (TELLER) ให้ได้รับความสะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับการตลาดของธนาคาร

ภาพที่ 3.1 แสดงนโยบาย และเป้าหมายการบริการ ส่วนบริการลูกค้า ตามลำดับ (PRIORLITY)

บริการพัฒนาธุรกิจ การตลาด (SALE)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า : บริการด้านการธนาคาร (TELLER) ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศึกษาความสัมพันธ์ ของส่วนบริการ

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ และลักษณะการให้บริการของธนาคาร ในการวิจัยได้ทำ การศึกษา บทบาท และหน้าที่ ของงานบริการ โดยทำการศึกษาจาก นโยบาย และสัมภพณ์ส่วน งานโครงการสาขารูปแบบใหม่ (ทีมงาน BRANCH BANKING) และส่วนออกแบบ ของธนาคาร กรุงเทพ แบ่งออกเป็นหน่วยงานหลัก ๆ ดังนี้

1. หน่วยงานด้านพัฒนาธุรกิจ ประกอบด้วย

- บริการเปิดบัญชีใหม่

- บริการขายสมุดเช็ค

2. หน่วยงานด้านอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย -

- บริการฝาก - ถอน

- บริการสารบบบัญชีทั่วไป

- บริการธนาคารอัตโนมัติ

- บริการตู้നിรัภัย

3. หน่วยงานด้านต่างประเทศ ประกอบด้วย

- บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

- บริการด้านต่างประเทศ

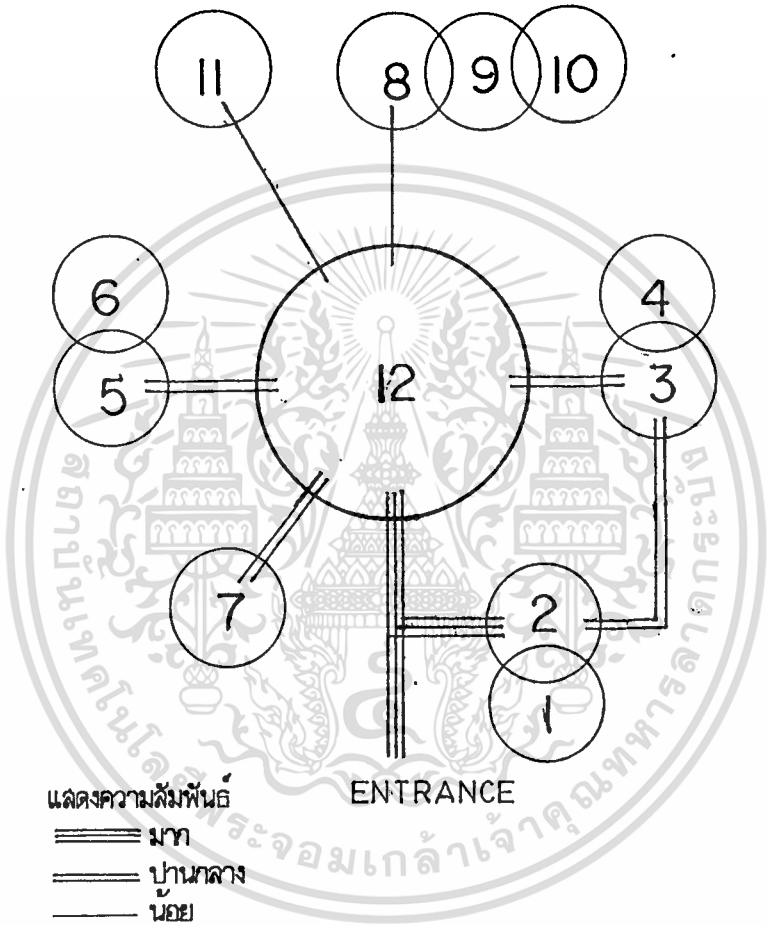
4. หน่วยงานด้านสินเชื่อ ประกอบด้วย

- บริการพิธีการสินเชื่อ , ชำระเงินกู้

- บริการสินเชื่อ

5. ผู้จัดการสาขา

ภาพที่ 3.2 แสดงนโยบาย ของรูปแบบการจัดกิจกรรมของพื้นที่ (BUBLE DIAGRAM)
 ของส่วนบริการลูกค้า



- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| 1. บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา | 7. บริการด้านต่างประเทศ |
| 2. บริการธนาคารอัตโนมัติ | 8. บริการฝาก - ถอน |
| 3. บริการเปิดบัญชีใหม่ | 9. บริการสารະบัญชี |
| 4. ผู้จัดการ | 10. บริการตู้നിรภัย |
| 5. บริการสินเชื่อ | 11. บริการขายสมุดเช็ค |
| 6. บริการรับชำระเงินกู้ | 12. โถงบริการ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาเลือกสาขาตัวอย่างเพื่อการศึกษาวิเคราะห์และวิจัย

ในการเลือกสาขาตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะทำการคัดเลือกโดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบมีระดับชั้น (Stratified Sampling) โดยใช้วิธีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่ม ๆ มีระดับชั้น (Stratified) ในการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ธนาคารนครหลวงกรุงเทพได้ทำการเปิดบริการในเขตนครหลวงจำนวน 137 สาขา พ.ศ. 2539 โดยแบ่งสังกัดเป็น 5 ภาคนครหลวง

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมสาขาที่เปิดทำการในเขตนครหลวง โดยการเปรียบเทียบตำแหน่งที่ตั้งของสาขากับการแบ่งเขตประเภทที่ดิน มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวน และค่าเฉลี่ยสาขาที่ตั้งในเขตกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินสาขาในเขตนครหลวงของธนาคารกรุงเทพ

ที่ดินประเภท	จำนวนสาขา	เฉลี่ยร้อยละ
เขตที่ดินประเภทพาณิชยกรรม	53	39
เขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก	36	26
เขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง	23	16
เขตที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย	10	7
เขตที่ดินประเภทอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทย	5	4
เขตที่ดินประเภทสถาบันราชการ การสาธารณูปการ	4	3
เขตที่ดินประเภทอุตสาหกรรมและคลังสินค้า	3	2
เขตที่ดินประเภทคลังสินค้า	1	1
เขตที่ดินประเภทอุตสาหกรรม	1	1
เขตที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม	1	1
รวม	137	100

ในปัจจุบันธนาคารกรุงเทพได้ปรับกลยุทธ์การบริการและสร้างสรรค์การขายบริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพตามภาวะเปลี่ยนไป ของธนาคารพาณิชย์ โดยเปิดการให้บริการ สาขารูปแบบใหม่ (NEWLOOK BRANCH) ในเขตนครหลวงตามโครงการสาขาสัมบูรณ์แบบของทีมงาน BRANCH BANKING ของธนาคารกรุงเทพ การทำงานของสาขา รูปแบบใหม่ มีจุดเด่นของการบริการคือ ปรับปรุงระบบงานการให้บริการและการทำงานโดยเสนอรูปแบบการให้บริการแบบใหม่ ๆ อาทิ

การใช้บริการธนาคารด้วยตนเอง (SELF SERVICE BANKING) โดย เครื่องอัตโนมัติ การให้บริการด้วยระบบคิวเพื่อความสะดวก รวดเร็ว ให้บริการอย่างใกล้ชิดบริเวณส่วนบริการ โดยเจ้าหน้าที่ระดับบริหารตลอดจนสร้างรูปแบบมาตรฐาน สาขาต้นแบบ (PROTOTYPE) ในการให้บริการของสาขา เพื่อให้ผลจากการศึกษาวิจัย สามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้ได้กับเขตที่ตั้งของธนาคารกรุงเทพ ในเขตนครหลวงที่มีอัตราส่วนมากและแนวโน้มในอนาคต ในการเปิดให้บริการลูกค้าประชาชนจึงได้กำหนดในการศึกษาสาขาตัวอย่าง โดยทำการศึกษาก่อนการปรับปรุงและสาขาปรับปรุงใหม่ ที่ตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทพาณิชย์กรรมหรือย่านธุรกิจในเมือง อีกทั้งจะพิจารณาลักษณะสาขาและ โครงสร้างการบริการ และการบริหารในสังกัดเดียวกันประกอบการเลือกตัวอย่างในการศึกษา

จากอัตราส่วนมากร้อยละ 39 สาขาที่ตั้งอยู่ในเขตที่ดินประเภทพาณิชย์กรรมหรือย่านธุรกิจสามารถลำดับและ เปรียบเทียบโครงสร้างการบริการ และลักษณะสาขา เป็นลักษณะสาขานาถกลางเฉลี่ยร้อยละ 64 และเป็นโครงสร้างการบริการสำหรับสาขานาถกลางเฉลี่ยร้อยละ 64

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนมาตรฐานสาขา และ โครงสร้างสาขา ในเขตนครหลวง

สาขา	ขนาดใหญ่	ขนาดกลาง	ขนาดเล็ก	รวม
มาตรฐานสาขา	7 สาขา	34 สาขา	12 สาขา	53 สาขา
โครงสร้างสาขา	8 สาขา	34 สาขา	13 สาขา	53 สาขา

หมายเหตุ มาตรฐานสาขา หมายถึง ลักษณะ และขนาด (FROM) ของอาคาร กำหนดโดยปริมาณพื้นที่ และขนาดของที่ทำการ และ โถงลูกค้า

โครงสร้างสาขา หมายถึง ลักษณะ และอัตรากำลังของสายงานบริหาร บัณฑิตบัญชา และบริการ

จากการศึกษาพบว่า สาขาสะพานเหลือง (สาขาก่อนปรับปรุง) และสาขาตรอกจันทร์ (สาขาปรับปรุงใหม่) เป็นสาขาที่มีองค์ประกอบ ลักษณะสาขานาถกลาง และโครงสร้างการบริการสำหรับสาขานาถกลางตลอดจนอยู่ภายใต้การบริหารสาขาของสังกัดภาคนครหลวงเดียวกัน ทำให้เอื้ออำนวยต่อการศึกษาข้อมูลในการศึกษาวิจัย

หมายเหตุ ในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลของสาขาสะพานเหลือง (สาขาก่อนปรับปรุง) และสาขาตรอกจันทร์ (สาขาปรับปรุงใหม่) โดยอยู่ในระหว่างการทำแบบสอบถามทดสอบที่สาขาตรอกจันทร์นั้น สาขาสุรวงศ์ เป็นสาขารูปแบบใหม่ (NEW LOOK BRANCH) ของธนาคารที่มีการพัฒนาจากสาขาปรับปรุงในช่วงแรก เปิดให้ดำเนินการใหม่ ซึ่งสาขาที่อยู่ในสังกัดภาคนครหลวงเดียวกับสาขาตัวอย่างข้างต้นและมีลักษณะสาขาและ โครงสร้างการบริการที่สอดคล้องกับแนวทางการ

ศึกษาการวิจัย โดยมีลักษณะ และขนาด (FROM) ภายในโถงลูกค้ำแบบต่อเนื่องเปิดโล่งในแนวลึก ด้านเท่า และไม่มีอุปสรรคทางพื้นที่ (SPACE) เกี่ยวกับการปลูกสร้างตามที่ดิน เช่นเดียวกับสาขา สะพานเหลือง และสาขาตรอกจันทร์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลในเรื่องพฤติกรรม และความ ต้องการ โดยการสังเกตและสัมภาษณ์ที่สาขาสุรวงศ์แทนสาขาตรอกจันทร์

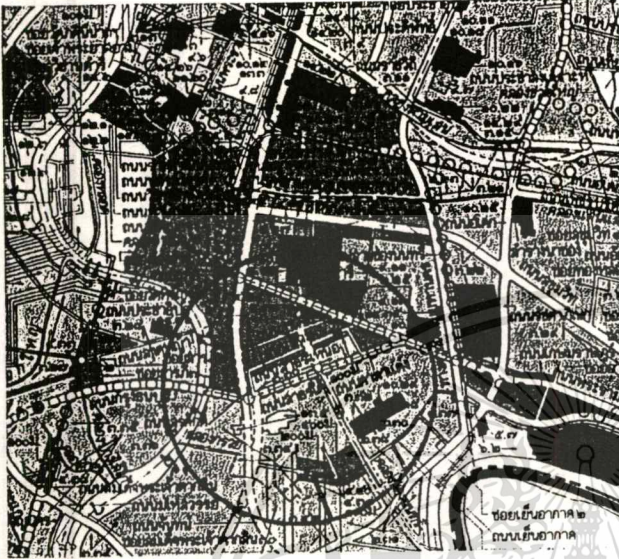
ตารางที่ 3.3 แสดงสาขาตัวอย่าง และลักษณะรายละเอียดของสาขาสังกัดภาคนครหลวง 3

สาขา	ลักษณะสาขา (อาคารขนาด)	โครงสร้างการบริการ (สำหรับสาขาขนาด)
สาขาก่อนปรับปรุง		
ประตุน้ำ	ใหญ่	ใหญ่
ราชเทวี	ใหญ่	ใหญ่
หัวลำโพง	ใหญ่	กลาง
เจริญผล	กลาง	กลาง
สยามสแควร์	กลาง	กลาง
สะพานเหลือง	กลาง	กลาง
สีลม	กลาง	ใหญ่
ถนนสีพระยา	กลาง	กลาง
อนุสาวรีย์ชัย	กลาง	กลาง
ถนนจันทร์สะพาน5	กลาง	กลาง
สาขาปรับปรุงใหม่		
สุรวงศ์	กลาง	ใหญ่
ตรอกจันทร์	กลาง	กลาง
จิ๋วเวอรี่เทรดเซ็นเตอร์	ใหญ่	เล็ก
บ๊อบโอเรียลเต็ล	เล็ก	เล็ก

ที่มา ขนาดอาคารจากส่วนออกแบบ ฝ่ายอาคารและเครื่องเรือน โครงสร้างการบริการจากกลุ่มเจ้าหน้าที่จัดองค์การงาน

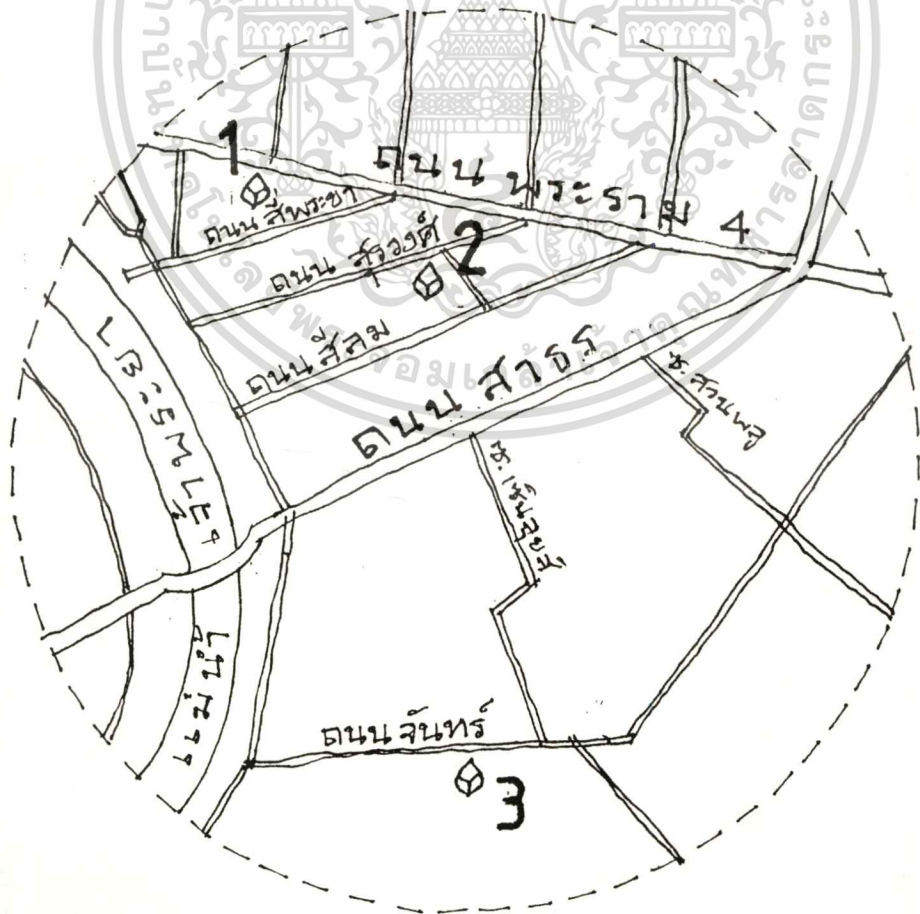
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.3 แสดงตำแหน่งสาขาตัวอย่าง



ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม

- 1 สาขา สะพานเหลือง
- 2 สาขา สุรวงศ์
- 3 สาขา ตรอกจันทร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาลักษณะทั่วไป ของส่วนบริการลูกค้า
ศึกษาลักษณะการจัดแบ่งพื้นที่ และการให้บริการ

ในการศึกษาจะทำการศึกษา การจัดแบ่งพื้นที่ และแนวความคิดในการจัดวาง LAY-OUT PLAN เพื่อบริการลูกค้า สาขาสะพานเหลือง (สาขาก่อนปรับปรุง) และสาขาสุรวงศ์ (สาขาปรับปรุงใหม่) โดย วิธีการสังเกต และสัมภาษณ์แนวความคิดของคณะทำงานโครงการสาขาปรับปรุงใหม่ (BRANCH BANKING) และคณะทำงานส่วนออกแบบฝ่ายอาคาร และเครื่องเรือน (IN-HOUSE) ของธนาคารกรุงเทพ ในการศึกษาลำดับการศึกษาส่วนบริการลูกค้าจากด้านหน้าสุด ตามลำดับจนถึงบริการด้านหลังสุดของส่วนบริการสาขาโดยมีรายละเอียด ดังนี้

สาขาสะพานเหลือง

สาขาสะพานเหลืองเป็นสาขามาตรฐานขนาดกลาง (สาขาก่อนปรับปรุง) อาคาร 4 ชั้น
ชั้นล่าง จอครด ATM. ชั้น 2-4 เป็นส่วนให้บริการ และทำงานแบ่งออกดังนี้

ชั้นล่าง (GROUND FLOOR) ประกอบด้วย

บริการ ATM. (AUTOMATIC MACHINE)

ชั้น 2 (SECOND FLOOR) ประกอบด้วย

บริการธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING)

โถงบริการ (LOBBY)

บริการบัญชีใหม่ (NEW ACCOUNT)

บริการฝาก-ถอน (TELLER)

ห้องผู้จัดการสาขา (BRANCH MANAGER ROOM)

ชั้น 3 (THIRD FLOOR) ประกอบด้วย

โถงบริการ (LOBBY)

บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (FOREIGN EXCHANGE)

บริการต่างประเทศ (FOREIGN REMITTANCE)

พิธีการสินเชื่อ (CREDIT PROCESSING)

บริการตู้นิรภัย (SAFE DEPOSIT)

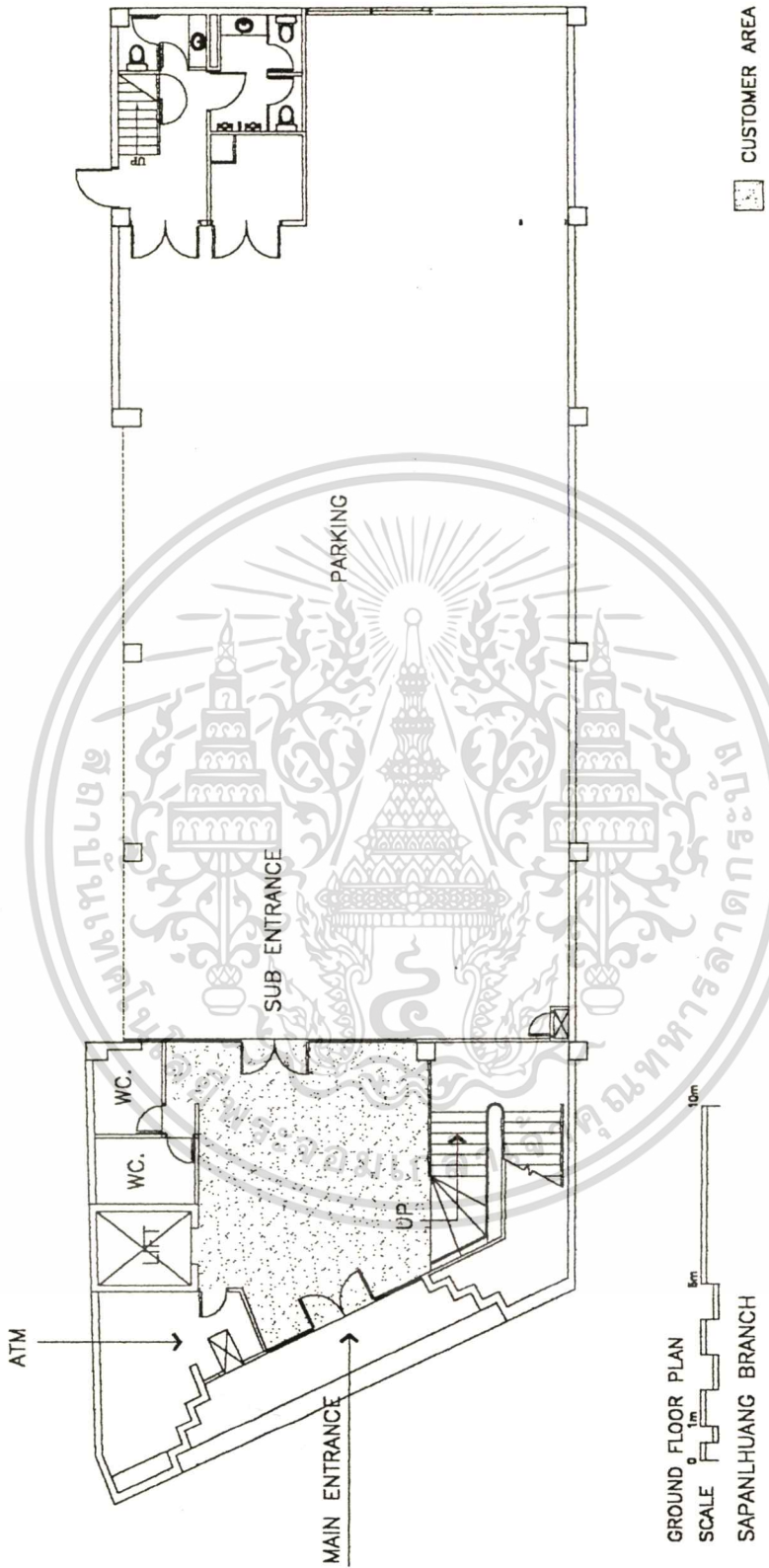
ชั้น 4 (FOURTH FLOOR) ประกอบด้วย

โถงบริการ (LOBBY)

บริการสินเชื่อ (LENDING)

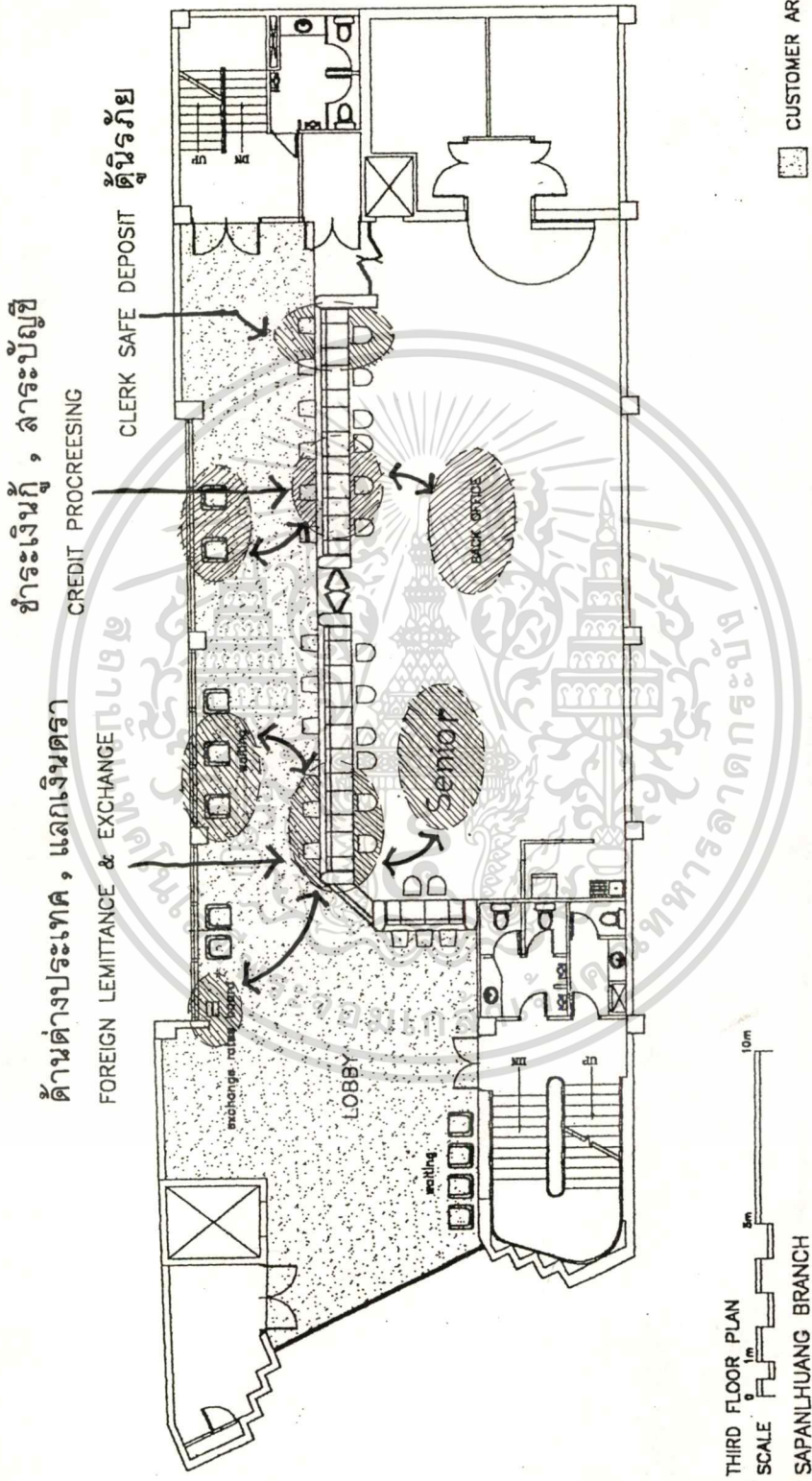
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.4 แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขาสะพานเหลือง



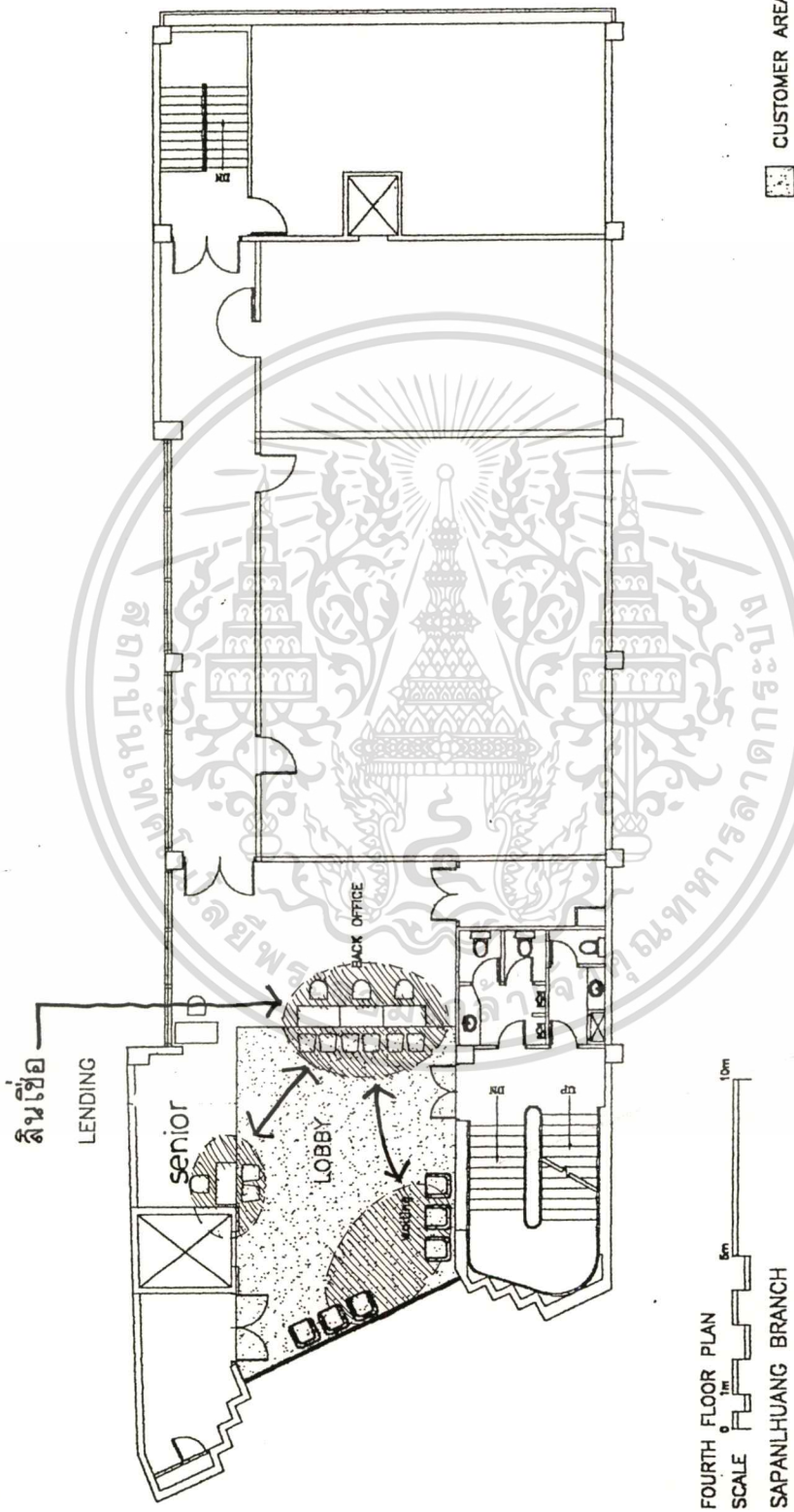
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.4 (ต่อ) แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขาสะพานเหลือง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.4 (ต่อ) แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขาสะพานเหลือง



FOURTH FLOOR PLAN
SCALE 0 5m 10m
SAPANLUHUANG BRANCH

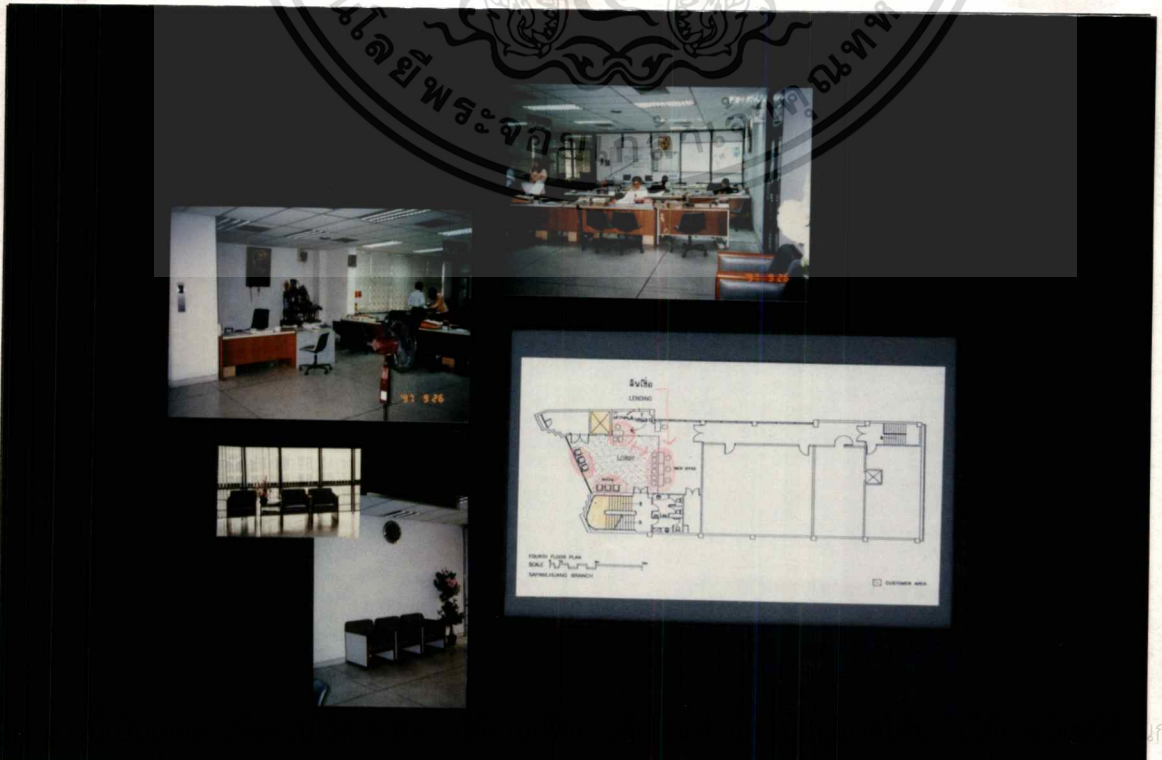
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.4 (ต่อ) แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขา สะพานเหลือง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.4 (ต่อ) แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขา สะพานเหลือง



ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งทนมการนำไปใช้

การจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้าสาขาสะพานเหลืองมีรายละเอียด ในแต่ละส่วน บริการดังนี้

1. บริการฝาก-ถอนอัตโนมัติ (AUTOMATIC MACHINE)

- ATM. สามารถมองเห็นได้จากภายนอกอาคารลูกค้าสามารถใช้บริการได้ 24ชม.

2. ส่วนโถงบริการ (LOBBY SECOND FLOOR) ประกอบด้วย

- บริการธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING)

ลูกค้าสามารถใช้บริการด้วยตนเอง (Self Service) ด้วยเครื่องให้บริการอัตโนมัติ ประกอบด้วย เครื่องฝากเช็คด่วน (Express Deposit Box) ลักษณะเครื่องเป็นแบบลอยติดชิดกับเสา และผนังบริเวณลิฟท์ และบันไดขึ้น-ลง เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ และลดปริมาณลูกค้าบริเวณโถงด้วย

- ที่เขียนใบรายการ (Check Writing)

ลักษณะที่เขียนใบรายการสามารถใช้ได้ทั้งสองด้านโดยตั้งลอยตัว และชิดผนัง ได้เพื่อปรับใช้บริการกลางโถงบริการ

- ประชาสัมพันธ์ (Greeter Station)

เคาน์เตอร์บริการสอบถาม ตั้งอยู่บริเวณทางเข้าด้านลิฟท์โดยสาร โดยมีพนักงานต้อนรับสำหรับให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในสาขา

- ที่พักคอย (Waiting Area)

เก้าอี้พักคอยจัดวางตลอดแนวผนังโดยรอบ โถงบริการแบบนั่งสบายสำหรับลูกค้า นั่งพักคอยก่อน และหลังใช้บริการ โดยรอบ

- ชั้นวาง Brochure แนะนำบริการ (Merchandising Kiosk)

เป็นที่แนะนำบริการ และบริการใหม่ๆ ของบริการธนาคารด้วย brochure สามารถมองเห็นเด่นชัดจากทางด้านโถงบันได และก่อนเข้าช่องคิวหน้าเคาน์เตอร์ฝาก-ถอน

- ช่องคิว (Queue Line)

ลักษณะคิวเป็นแบบคิวเดี่ยวกำหนดทางเข้าออกลูกค้าสามารถ ใช้บริการได้ทุกช่องบริการหน้าเคาน์เตอร์ที่กำหนด และใช้บริการแบบอิสระในส่วนเคาน์เตอร์กำหนดรายการ

3. ส่วนบริการบัญชีใหม่ (NEW ACCOUNT) และบริการขายเช็ค (Check Issuance)

ลูกค้าสามารถติดตั้งใช้บริการกับเจ้าหน้าที่ด้านหน้าเคาน์เตอร์เดี่ยว (Low Counter) โดยมีเก้าอี้สำหรับนั่งติดต่อกับเจ้าหน้าที่ ลูกค้าสามารถมองเห็นได้จากโถงบริการ (Lobby) ด้านลิฟท์โดยสาร

4 ส่วนบริการฝาก-ถอน (Teller Counter) ประกอบด้วย

ฝากบัญชีกระแสรายวันต่างสำนักงาน

ฝากเช็ค-เงินสด บัญชีกระแสรายวัน

รับชำระค่าสินค้า-ด้านบริการ

ฝากถอนสมุดเงินฝาก-ถอนเงินสด

รายการที่ใช้เวลา

ลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการด้านหน้าเคาน์เตอร์สูง (Counter C.S.O.) โดยเข้าคิวมีการแบ่งช่องบริการแต่ละประเภท. และแบ่งช่องของคิวในการเข้า-ออก ของบริการ โดยให้บริการด้านหน้าต่อจากโถงบริการ (Lobby) ด้านโถงบันได

5. ห้องผู้จัดการสาขา (Branch Manager Room)

ภายในประกอบด้วยชุดทำงาน ส่วนรับรองลูกค้า และห้องนั่ง ให้ความเป็นส่วนตัวกับลูกค้ามาก. ปิดกันสายตาภายนอก และไม่ติดกับบริการด้านหน้า.

6. ส่วนโถงบริการ (Lobby Third Floor) ประกอบด้วย

ที่พักรอ (Waiting Area)

เก้าอี้พักรอจัดวางตลอดแนวผนังโดยรอบโถงบริการแบบนั่งสบายสำหรับลูกค้านั่งพักรอก่อน และหลังใช้บริการ

บอร์ดแสดงอัตราซื้อขายค่าเฉลี่ยของเงินสกุลต่างๆ (Exchange Rates)

บอร์ดติดคำสั่งประกาศอัตราซื้อ-ขายของธนาคารแห่งประเทศไทย ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ด้วยตนเอง

7. ส่วนบริการต่างประเทศ (Foreign Remittance), แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Foreign Exchange), บริการ พิธีการสินเชื่อ (Credit Processing) และบริการตู้นิรภัย (Safe Deposit)

ลูกค้าสามารถติดต่อใช้บริการกับเจ้าหน้าที่ด้านหน้าเคาน์เตอร์เตี้ย (Low Counter) โดยมีเก้าอี้หน้าเคาน์เตอร์นั่งติด-ต่อบริการ โดยให้บริการด้านหน้าติดกับโถงบริการ (Lobby) ชั้น 3

8. ส่วนโถงบริการ (Lobby Fourth Floor)

โถงบริการจัดวางเก้าอี้สำหรับลูกค้าที่นั่งพักรอ ตลอดแนวผนังโดยรอบแบบนั่งสบาย

9. ส่วนบริการสินเชื่อ (Lending)

ลูกค้าสามารถติดต่อใช้บริการกับเจ้าหน้าที่ด้านหน้าโต๊ะทำงาน (Work Station) โดยมีเก้าอี้หน้าโต๊ะให้บริการนั่งติดต่อกัน โดยให้บริการด้านหน้าติดกับโถงบริการ (Lobby) ชั้น 4. แบบโต๊ะแถวยาว

สาขาสุรวงศ์

สาขาสุรวงศ์เป็นสาขามาตรฐานขนาดกลาง (สาขาปรับปรุงใหม่) อาคาร 4 ชั้น . ชั้นล่าง
จอตรง, A.T.M. ชั้น 2-4 เป็นส่วนให้บริการ และที่ทำงานแบ่งออก ดังนี้

ชั้นล่าง (Ground Floor) ประกอบด้วย

บริการ A.T.M. (Automatic Machine)

ที่จอตรง

ชั้น 2 (Second Floor) ประกอบด้วย

บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Foreign Exchange)

บริการธนาคารอัตโนมัติ (Automatic Banking)

ห้องผู้จัดการสาขา (Branch Manager Room)

ส่วนโถงบริการ (Lobby)

บริการบัญชีใหม่ (New Account)

บริการฝาก-ถอน (Teller)

บริการตู้നിรัถย (Clerk Safe Deposit)

ชั้น 3 (Third Floor) ประกอบด้วย

ส่วนบริการ โถง (Lobby)

บริการสินเชือ (Lending)

บริการต่างประเทศ (Foreign Remittance)

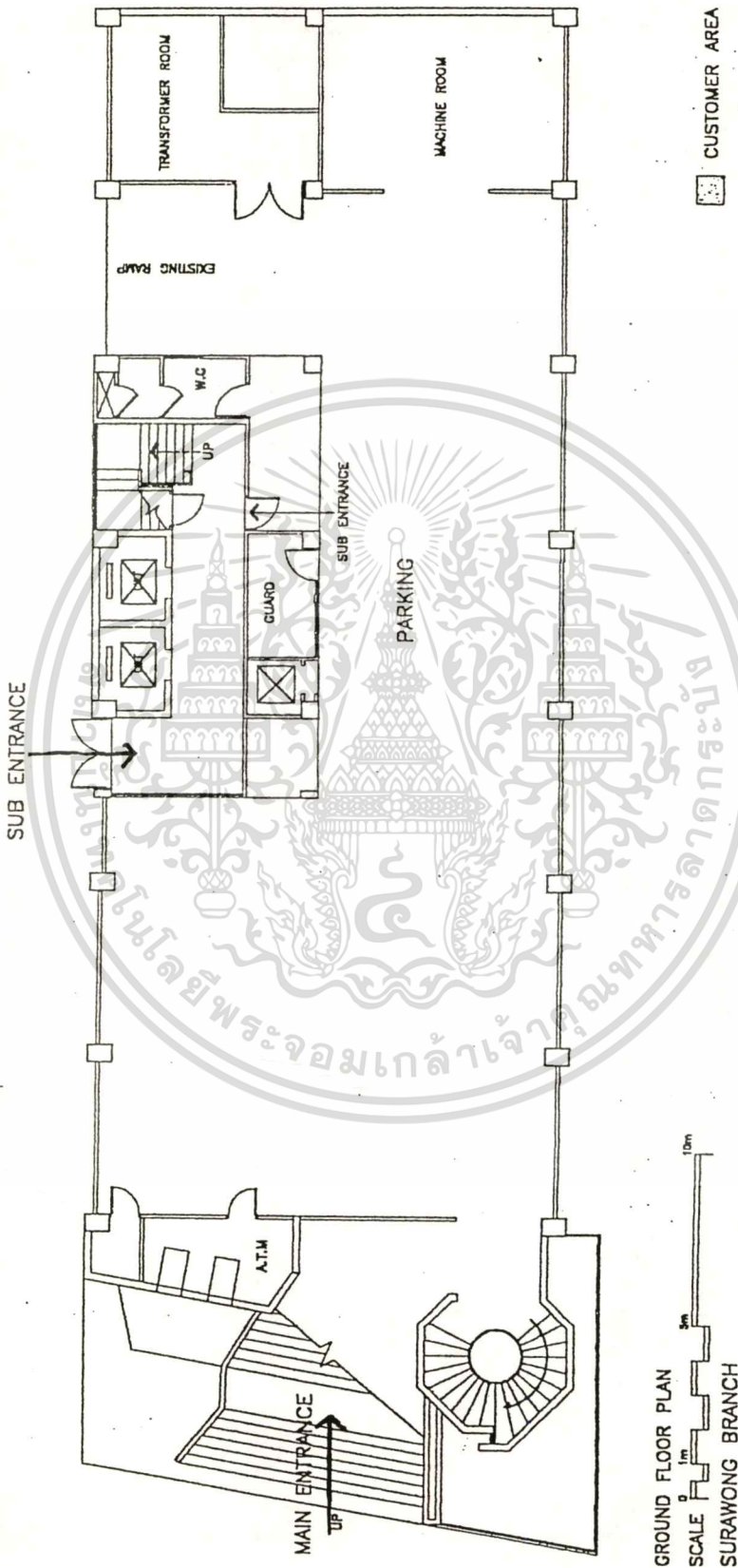
ชั้น 4 (Fourth Floor) ประกอบด้วย

ส่วน โถงบริการ (Lobby)

พิธีการสินเชือ (Credit Processing)

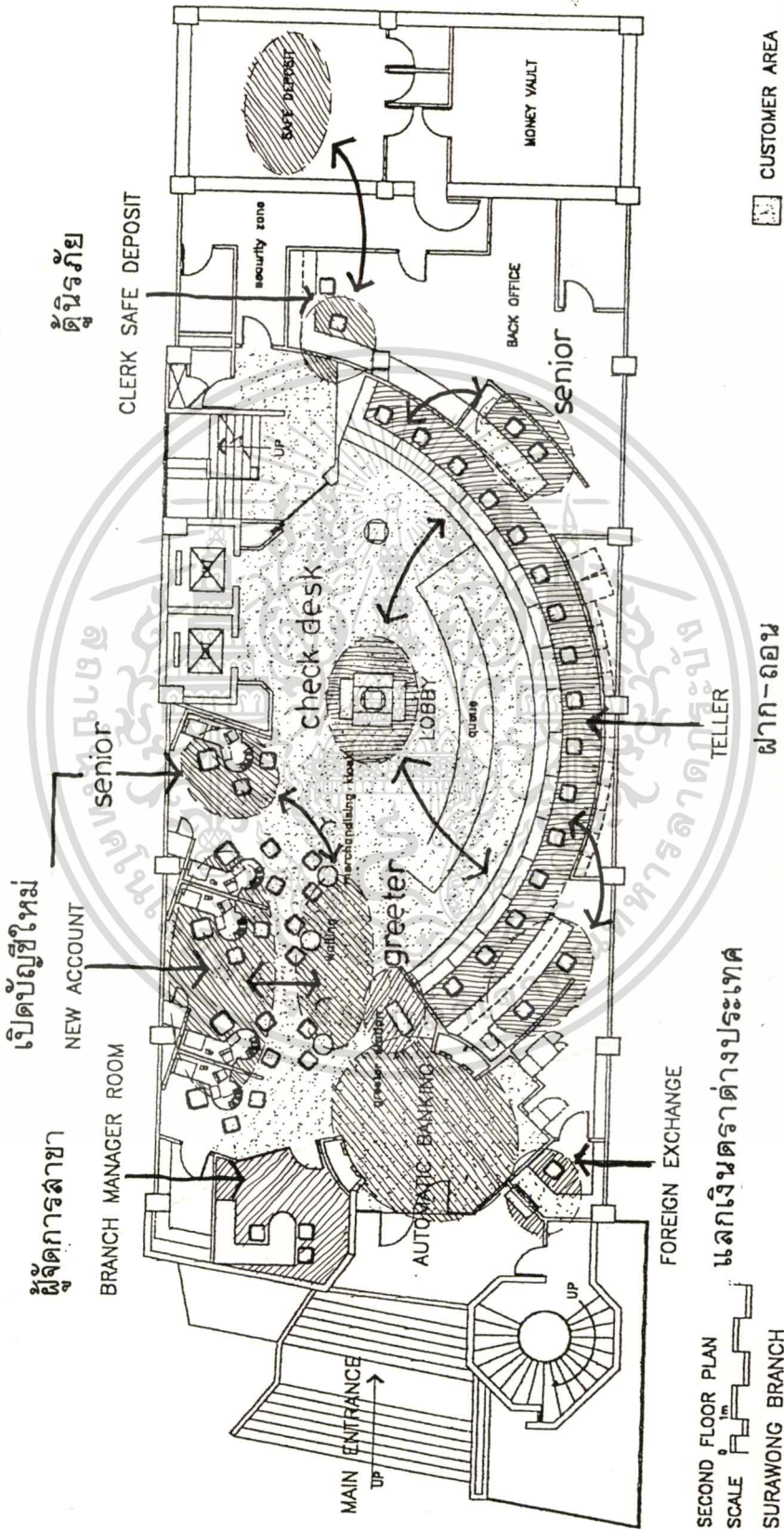
สาระบัญชี (Subbook & Clearing)

ภาพที่ 3.5 แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขาสุรวงศ์



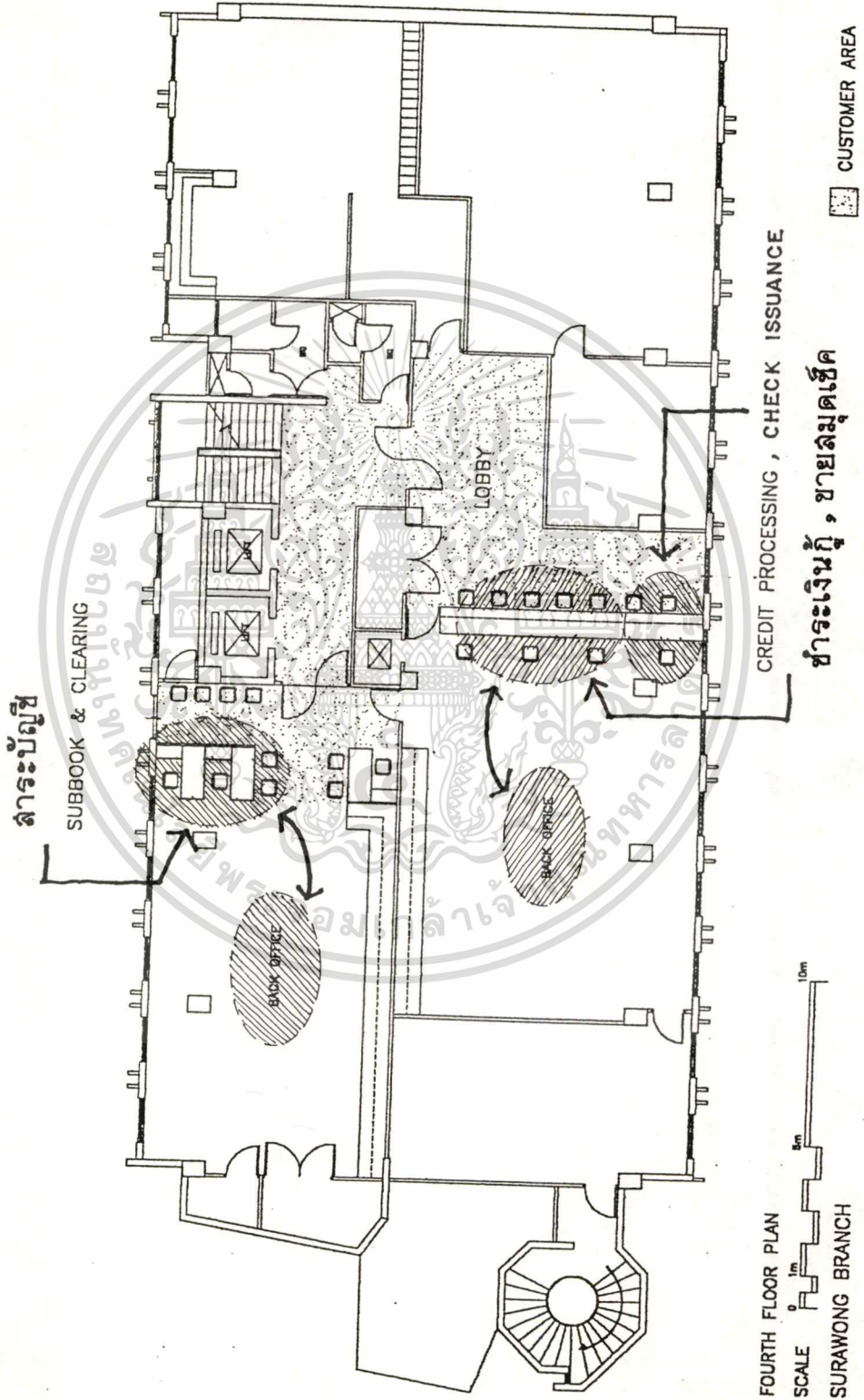
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยนาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.5 (ต่อ) แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขาสุรวงศ์



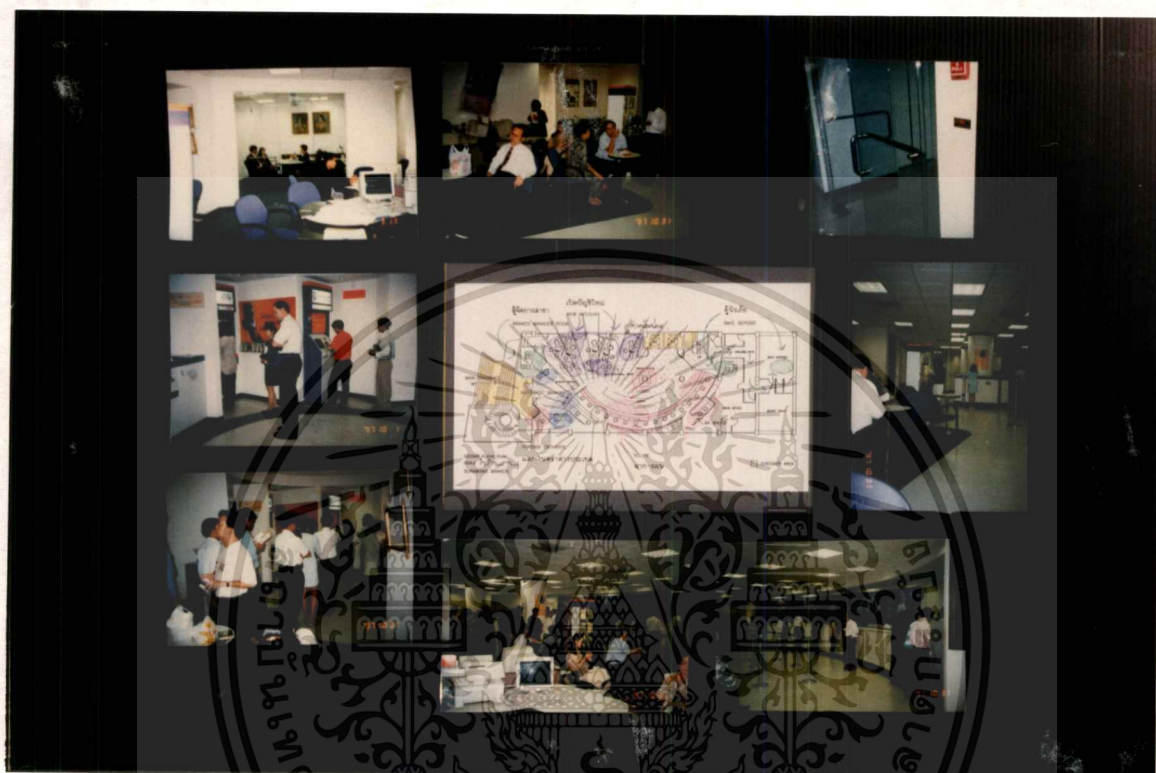
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.5 (ต่อ) แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขาสุรวงศ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.5 (ต่อ) แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขาสุรวงศ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.5 (ต่อ) แสดงลักษณะทั่วไป และการจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขาสุรวงศ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดแบ่งพื้นที่ ของส่วนบริการลูกค้า สาขาสุรวงศ์มีรายละเอียด ในแต่ละส่วนบริการ ดังนี้

1. บริการ ฝาก-ถอนอัตโนมัติ (Automatic Machine)

A.T.M. สามารถมองเห็น และใช้บริการจากภายนอกอาคาร ลูกค้าใช้ได้ตลอด 24 ชม.

2. บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Foreign Exchange)

ลูกค้าสามารถใช้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราตลอด 24 ชม. ได้จากพนักงานโดยเปิดช่องให้บริการด้านหน้าสาขา

3. บริการธนาคารอัตโนมัติ (Automatic Banking)

ลูกค้าสามารถใช้บริการด้วยตนเอง (Self Service) ด้วยเครื่องให้บริการอัตโนมัติ ประกอบด้วยเครื่องตรวจยอดสมุดรายการ (Passbook Update), เครื่องฝากเช็คด่วน (Express Deposit Box), เครื่องฝากเงินด่วน (Cash Deposit Machine) และ เครื่องฝาก-ถอน อัตโนมัติ (Automatic Machine) โดยโถง Self Service จะสามารถเปิดใช้ได้ทั้งในเวลาปกติ และนอกเวลาทำการบริเวณทางเข้าสาขา (Main Entrance)

4. ส่วนบริการ โถง (Lobby Second Floor)

ประชาสัมพันธ์ (Greeter Station)

เคาน์เตอร์ให้บริการสอบถาม และแนะนำบริการด้วยพนักงานเป็นลักษณะลอยตัวพร้อมจัดเก็บ และแสดง, บริการใหม่ ๆ ด้วย Brochure

ที่พักคอย (Waiting Area)

เก้าอี้พักคอย จัดวางเป็นกลุ่มบริเวณกลางโถงบริการ ระหว่างส่วนบัญชีใหม่ (New Account) และเคาน์เตอร์ฝาก-ถอน (Teller Counter)

ชั้นวาง Brochure แนะนำบริการ (Merchandising Kiosk)

เป็นที่แนะนำบริการ และบริการใหม่ๆของธนาคารด้วย brochure สามารถมองเห็นได้ดีจากบริเวณ โถงบริการ และบริเวณที่พักคอย

ที่เขียนใบรายการ (Check Writing)

ลักษณะที่เขียนใบรายการจัดวางเพื่อใช้งานในลักษณะวงกลมรอบตัว กลางโถงบริการ

ช่องคิว (Queue Line)

ลักษณะคิวเป็นแบบคิวเดี่ยว (Single Queue) กำหนดทางเข้า และออก ลูกค้า

สามารถใช้บริการได้ทุกช่องบริการหน้าเคาน์เตอร์ที่กำหนด และใช้บริการแบบอิสระในส่วน

เอ็กสทราเนอรัลเป็นเอกสารที่ส่งในวันเสาร์สำหรับนักเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

เคาน์เตอร์กำหนดรายการ

แม้ว่ากรณีใดๆทางสน ออกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ห้องผู้จัดการสาขา (Branch Manager Room)

ตำแหน่งห้องผู้จัดการสามารถดูแลกิจกรรมบริเวณโถงบริการ ภายในห้อง ประกอบด้วยชุดทำงาน และส่วนรับรองลูกค้า

6. บริการบัญชีใหม่ (New Account)

ลูกค้าสามารถติดต่อใช้บริการกับเจ้าหน้าที่ด้านหน้าของชุดทำงาน และจัดวาง แนวชุดทำงานให้ลูกค้าสามารถมองเห็นได้จากส่วน Self Service และออกแบบลักษณะพิเศษเพื่อความ เป็นกันเองในลักษณะโต๊ะกลม

7. บริการฝาก-ถอน (Teller)

เคาน์เตอร์ให้บริการมีลักษณะต่อเชื่อมเป็นแนวโค้ง พนักงาน และลูกค้าสามารถ เห็นกันได้ดี ในขณะที่อยู่ในคิว มีพนักงานด้านหลังเคาน์เตอร์ ปิดส่วนที่ทำงาน (Back Office) ตลอดแนว

8. บริการตู้निรภัย (Safe Deposit)

ลูกค้าสามารถติดต่อใช้บริการ ได้จากช่องหน้าต่างของเคาน์เตอร์ด้านหลังของ ส่วนบริการ และผ่านเข้าไปในส่วนของตู้นิรภัยโดยมีส่วนตรวจเช็คความปลอดภัย (Security Zone)

9. ส่วนบริการโถง (Lobby Third Floor)

เป็นส่วนพักคอยของลูกค้า โดยแบ่งออกเป็น โถงด้านหน้า บริการสินเชื่อ (Lending) ลูกค้านั่งคอยแบบแยกเป็นกลุ่มและ โถงด้านหน้า บริการต่างประเทศ (Foreign Remittance) ลูกค้านั่งพักคอยแบบแถวยาว

10. บริการสินเชื่อ (Lending)

โดยทั่วไปจะแยกให้บริการลูกค้าในลักษณะเป็นส่วนตัว โดยมีผนังเตี้ยกั้น ระหว่างเจ้าหน้าที่พร้อมมีส่วนประชุมรวม เพื่อใช้รับลูกค้า

11. บริการต่างประเทศ (Foreign Remittance), ขาเช็ค (Check Issuance) ลูกค้า

สามารถใช้ติดต่อใช้บริการได้จากบริการหน้าเคาน์เตอร์เตี้ย โดยใช้เคาน์เตอร์แบบแปลนโค้ง รัศมี ครั้งวงกลม และสามารถให้บริการได้ทุกช่องบริการ

12. ส่วนโถงบริการ (Lobby Fourth Floor)

เป็นส่วนพักคอยของลูกค้า นั่งพักคอยแบบแยกเป็นกลุ่ม

13. บริการสินเชื่อ (Credit Processing)

ลูกค้าสามารถติดต่อใช้บริการได้จากหน้าเคาน์เตอร์เตี้ย โดยให้บริการได้ทุกช่อง บริการ ลักษณะแนวเคาน์เตอร์ต่อเนื่องในแนวตรง

ศึกษาเปรียบเทียบ สาขาถอนปรับปรุง และสาขาปรับปรุงใหม่

ธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING)

	สรุปปัญหา	สรุปข้อดี
<u>สาขาก่อนปรับปรุง</u>	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่เป็นสัดส่วน - ไม่มีระบบคิว - กีดขวางทางสัญจร - มีรูปแบบหลากหลาย 	<ul style="list-style-type: none"> - โกลัสนักงานที่คอยแนะนำบริการ
<u>สาขาปรับปรุงใหม่</u>	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีระบบคิว - ทางสัญจรเข้าชั้น - ขนาดจุดให้คำแนะนำกรณีมีปัญหา 	<ul style="list-style-type: none"> - บริการนอกเวลาการทำกาได้ - มองเห็นได้จากภายนอก

แนวทางการจัดแบ่งพื้นที่

- ควรมีการจัดรูปแบบของ
AUTOMATIC MACHINE
- ควรปรับเพิ่ม - ลด ได้
- ควรรู้สึกเป็นส่วนสำคัญ เพื่อความลื่นไหลในการทำรายการ
- ควรกำหนดทางสัญจรเข้าออก
- ควรมีระบบคิวในเวลาสะสม

บริการเปิดบัญชีใหม่ (NEW ACCOUNT)

	สรุปปัญหา	สรุปข้อดี
<u>สาขาก่อนปรับปรุง</u>	<ul style="list-style-type: none"> - เคา์เตอร์เดียวทำให้ลูกค้ารู้สึกแบ่งแยก - ขนาดส่วนเก็บเอกสารและCOPY - ขนาดสื่อด้านการขาย - ที่พักคอยลูกค้าไม่เกิดระบบคิว 	
<u>สาขาปรับปรุงใหม่</u>	<ul style="list-style-type: none"> - ที่พักคอยน้อยเกินไป - ลูกค้าจะรบกวนขณะทำงาน - ที่นั่งระหว่างโต๊ะใกล้กันชิดเกินไป 	<ul style="list-style-type: none"> - จุดพักคอยเป็นส่วนตัวดี - มีสื่อการตลาดเพื่อแนะนำบริการใหม่ ๆ - จุดทำงานทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับลูกค้า

-บริการ ได้จุดเดียว(ONE STOP-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า (INTERVIEW)

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการจัดพื้นที่

- ควรมีระบบคิวในส่วนที่พักคอย
- ชุดทำงานควรมีสัดส่วนป้องกันลูกค้า
รบกวนแต่ต้องคงลักษณะที่เป็นแบบใกล้ชิด
- ควรมีสวนแนะนำและบริการ แบบเป็น
สัดส่วนและมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย
- ควรมีสื่อการขายในโถงลูกค้าพักคอย

บริการฝาก-ถอน (TELLER)

สรุปปัญหา

สรุปข้อดี

สาขาก่อนปรับปรุง

- มองเห็นส่วน BACK OFFICE
ดูไม่สวยงาม
- ระบบคิวไม่ชัดเจน
- เคาน์เตอร์หันข้างให้กับทางเข้า
สังเกตเห็นยาก

- เคาน์เตอร์แนวตรงจัดระบบคิวง่าย
ใช้พื้นที่น้อย

สาขาปรับปรุงใหม่

- เคาน์เตอร์ใช้พื้นที่มาก
- เคาน์เตอร์โค้งมีปัญหากับการ
จัดคิวหรือเสริมคิวในกรณีลูกค้า
หนาแน่น ได้น้อย

- กั้นแบ่งส่วนBACK OFFICE
ดูเรียบร้อยและทันสมัย
- มีผนังเสริมหลังเคาน์เตอร์สร้างจุด
เด่นและเสริมบรรยากาศในโถง
บริการ

แนวทางการจัดแบ่งพื้นที่

- ลูกค้าหยุดหงิดขณะรอรายการเพราะรอนาน
- มีผนังกั้นส่วน BACK OFFICE
เพื่อความเรียบร้อย และเน้นจุดเด่น และบรรยากาศ
- ออกแบบระบบคิวให้ชัดเจน และเหมาะสมกับช่องบริการ และเสริม
สื่อการตลาดเพื่อความเพลิดเพลิน ขณะรอรายการ

บริการด้านต่างประเทศ (FOREIGN RIMITTANCE)

สรุปปัญหา

สรุปข้อดี

สาขาก่อนปรับปรุง

- ลูกค้ำมองเห็นบริการด้านใน
- สื่อด้านการขายไม่มี

สาขาปรับปรุงใหม่

- ไม่มีการแสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินในโถงลูกค้า
- แบ่งสัดส่วนทำงานและส่วน รับลูกค้าที่ดี
- มีความปลอดภัยในกรณีที่มีการ

ชำระ

เงิน

แนวทางการจัดพื้นที่

- ควรมีเคาน์เตอร์สำหรับรับรองลูกค้า และแบ่งสัดส่วนเพื่อความปลอดภัยในกรณีที่มีการชำระเงิน
- ควรมีพนักงานระดับหัวหน้าคอยให้คำแนะนำตอบคำถามแก่ลูกค้า
- ควรมีบอร์ดแสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงิน
- ควรมีสวนแนะนำบริการกับลูกค้าใหม่

ผู้จัดการสาขา (BRANCH MANAGER)

สรุปปัญหา

สรุปข้อดี

สาขาก่อนปรับปรุง

- ไม่สามารถดูแลส่วน โถงบริการ ได้ทั่วถึง
- มีความเป็นส่วนตัว

สาขาปรับปรุงใหม่

- ชูครับแขกเสริมไม่เป็นสัดส่วน
- มีชูครับแขกเสริม
- ทิศทางตำแหน่งโต๊ะทำงานไม่ดีหันข้างให้โถงบริการ
- ดูแลโถงบริการได้จากภายในห้อง
- ขาดความเป็นส่วนตัว

แนวทางการจัดพื้นที่

- ควรดูแล โถงบริการได้จากภายในห้อง
- ควรมีความเป็นส่วนตัว
- ควรมีชูครับแขกเสริมที่เป็นสัดส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการสินเชื่อ (LENDING)

	สรุปปัญหา	สรุปข้อดี
<u>สาขาก่อนปรับปรุง</u>	<ul style="list-style-type: none"> - จุดให้บริการไม่เป็นส่วนตัว - ชุดทำงานไม่รู้สึกละอายใจในขณะเจรจา - ไม่มีสื่อด้านการขาย 	<ul style="list-style-type: none"> - มีTV เพื่อความเพลิดเพลินขณะรอ - พนักงานช่วยงานกันได้ - เก้าอี้นั่งสบายสังเกตเห็นจุดบริการได้ดี
<u>สาขาปรับปรุงใหม่</u>	<ul style="list-style-type: none"> - ส่วนพักคอยไม่สามารถเห็นจุดบริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นสัดส่วน - ลูกค้ามีความเป็นส่วนตัว - มีสื่อด้านการขาย - พนักงานช่วยงานกันได้ - มีส่วนประชุมสำหรับลูกค้ากลุ่ม
<u>ใหญ่</u>	<p>แนวทางการจัดพื้นที่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้าควรเป็นส่วนตัวระหว่างรายการ - พนักงานช่วยงานกันได้ - มี TV เพื่อความเพลิดเพลิน และลดการเบื่อหน่ายขณะรอบริการ - ควรมีห้องประชุมสำหรับลูกค้ากลุ่มใหญ่ - เก้าอี้พักคอยควรนั่งสบาย และเป็นสัดส่วน 	

บริการพิธีการสินเชื่อ (CREDIT PROCESSING)

	สรุปปัญหา	สรุปข้อดี
<u>สาขาก่อนปรับปรุง</u>	<ul style="list-style-type: none"> - ยังขาดสื่อการตลาดเพื่อเสริมการขาย 	<ul style="list-style-type: none"> - แบ่งสัดส่วนระหว่างลูกค้า และพนักงานด้วยเคาน์เตอร์เดี่ยวทำให้มีขอบเขต และสมาธิในการทำงาน
<u>สาขาปรับปรุงใหม่</u>	<ul style="list-style-type: none"> - ยังขาดสื่อการตลาดเพื่อเสริมการขาย 	<ul style="list-style-type: none"> - แบ่งสัดส่วนระหว่างลูกค้า และพนักงานด้วยเคาน์เตอร์เดี่ยวทำให้มีขอบเขต และมีสมาธิในการทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการจัดแบ่งพื้นที่

- ควรมีสื่อการตลาดเพื่อเสริมการขายผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ
- แบ่งสัดส่วนระหว่างลูกค้า และพนักงานด้วยเคาน์เตอร์เดี่ยวทำ
ให้ขอบเขตและสมาธิในการทำงาน

บริการตู้นิรภัย (SAFE DEPOSIT)

	สรุปปัญหา	สรุปข้อดี
<u>สาขาก่อนปรับปรุง</u>	- ไม่เป็นสัดส่วนระหว่างโถง ธนาคารกับห้อง SAFE DEPOSIT	- มีที่พักคอย
<u>สาขาปรับปรุงใหม่</u>	- ไม่มีที่พักคอยกรณีลูกค้ามาหลาย คน	- มีส่วนที่เป็น SECURITY ระหว่าง โถงธนาคารกับห้อง SAFE - ส่วน SECURITY ปิดทึบเกินไป

แนวทางการจัดแบ่งพื้นที่

- ควรมีส่วน SECURITY ระหว่าง โถงธนาคารกับห้อง SAFE DEPOSIT
และไม่ทึบตัน กล่าวคือสามารถมองเห็นจากภายนอก และภายใน
เข้าออกจากห้องนิรภัย
- ควรมีที่นั่งพักคอยกรณีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่า 1 คน

บริการสารบัญชี่ (SUBBOOK & CLEARING)

	สรุปปัญหา	สรุปข้อดี
<u>สาขาก่อนปรับปรุง</u>	- จุดให้บริการด้านหน้าไม่ชัดเจน - พื้นที่รับรองลูกค้าน้อยเกินไป - ยังขาดสื่อการตลาดเพื่อส่งเสริมการ ขาย	
<u>สาขาปรับปรุงใหม่</u>	- จุดให้บริการ ด้านหน้าไม่ชัดเจน - พื้นที่ลูกค้าน้อย - ยังขาดสื่อการตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย - ไม่มีการจัดระบบคิว	

แนวทางการจัดแบ่งพื้นที่

- ควรจัดช่องบริการที่ชัดเจน
- มีการจัดระบบคิวนำช่องบริการ
- เสริมสื่อการตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย

บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (FOREIGN EXCHANGE)

สรุปปัญหา

สรุปข้อดี

สาขาก่อนปรับปรุง

- ไม่สามารถให้บริการนอกเวลา

สาขาปรับปรุงใหม่

- ให้บริการนอกเวลาได้

แนวทางการจัดแบ่งพื้นที่

- ควรให้บริการนอกเวลาทำการได้ และมีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินเพราะบริการนอกเวลาทำการปกติ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศึกษาข้อมูลทั่วไป และช่วงเวลาผู้ใช้สอย ส่วนบริการลูกค้า

จากการศึกษาผู้ใช้สอยส่วนบริการลูกค้าแบ่งออกเป็น ผู้รับบริการ (ลูกค้า) และผู้ให้บริการ (พนักงานและธนาคารอัตโนมัติ AUTOMATIC BANKING) จากการเก็บข้อมูลโดยการทำแบบสอบถามลูกค้าและแบบ สัมภาษณ์พนักงาน ดังนี้

ลูกค้า

โดยการทำแบบสอบถามสำรวจข้อมูลส่วนตัว และ การใช้บริการ

ข้อมูลส่วนตัว ลูกค้าทั่วไปเป็นกลุ่มพนักงานบริษัท เฉลี่ยร้อยละ 64 อายุ 20 - 40 ปี เฉลี่ยร้อยละ 84 การศึกษาระดับปริญญาตรี เฉลี่ยร้อยละ 46 รายได้ ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท เฉลี่ยร้อยละ 30

ข้อมูลการใช้บริการ ลูกค้าทั่วไปมี บัญชีธนาคารประเภทสะสมทรัพย์ เฉลี่ยร้อยละ 60 บริการธนาคารที่มาใช้ประเภทถอนเงิน เฉลี่ยร้อยละ 23 โดยการใช้บริการกับพนักงาน เฉลี่ยร้อยละ 70 และมาใช้บริการคนเดียว เฉลี่ยร้อยละ 64

หมายเหตุ

ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามด้วยตนเอง และให้เจ้าหน้าที่สอบถาม จากการเก็บรวบรวมข้อมูลระดับหนึ่งพบว่าข้อมูลส่วนใหญ่ที่ต้องการ ไม่เหมาะสมกับวิธีการทำแบบสอบถาม เพราะมีรายละเอียดของพฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้สอยในแต่ละส่วนบริการมาก ประกอบด้วยลูกค้าไม่ให้ความสนใจ และปฏิเสธการตอบแบบสอบถามโดยให้เหตุผลว่าไม่มีเวลา ผู้วิจัยจึงได้เลือก วิธีการสังเกต และการสัมภาษณ์กับเจ้าหน้าที่ธนาคารโดยตรง ตลอดจนการนำเอาสถิติ บันทึกเกี่ยวกับการบริการ ของธนาคารมาประกอบการวิเคราะห์ วิจัยต่อไป

เจ้าหน้าที่

โดยการสัมภาษณ์กลุ่มงาน โครงการสาขา NEW LOOK (BRANCH BANKING)

ข้อมูลการใช้บริการ เจ้าหน้าที่และพนักงาน แบ่งออกเป็นส่วนบริการต่างๆ ดังนี้

- บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (FOREIGN EXCHANGE)
- โถงบริการ (LOBBY AREA)
- บริการบัญชีใหม่ (NEW ACCOUNT)
- บริการฝาก - ถอน (TELLER)
- บริการตู้നിรัภัย (SAFE DEPOSIT)
- บริการขายเช็ค (CHECK ISSUANCE)
- บริการต่างประเทศ (FOREIGN LIMITTANCE)
- บริการสินเชื่อ (LENDING)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สารบัญชี (SUBBOOK CLEARING)
- ผู้จัดการสาขา (BRANCE MANAGER)

โดยมีพนักงานทั่วไปให้บริการ และหัวหน้าหน่วยดูแลกิจกรรม และตัดสินใจในส่วนที่มีปัญหาบางกรณี เช่น การตรวจลายเซ็นต์ การอนุมัติวงเงินที่เกินกว่าปกติ เป็นต้น
ธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING)

โดยการสัมภาษณ์กลุ่มงานโครงการสาขา NEW LOOK (BRANCH BANKING)

ข้อมูลให้บริการ ธนาคารอัตโนมัติเป็นบริการด้วยตัวเอง (SELE SERVICE)
ประกอบด้วยบริการดังนี้

- บริการเงินค้วน (AUTOMATIC MACHINE)
- บริการตรวจยอดบัญชี (PASS BOOK UPDATE)
- บริการฝาก - ถอนอัตโนมัติ (CASH DEPOSIT MACHINE)
- บริการธนาคารทางโทรศัพท์ (BUALUANG PHONE)
- บริการฝากเช็คค้วน (EXPRESS DEPOSIT BOX)
- บริการประชาสัมพันธ์ (TV PROMOTION)
- บริการสอบถาม (TOUCH SCREEN)

โดยลูกค้าสามารถใช้ บริการด้วยตนเองภายในเวลาทำการ และนอกเวลาทำการ บริเวณ
SELF SERVICE AREA

เวลาผู้ใช้สอย

จากการศึกษาเวลาผู้ใช้สอยส่วนบริการลูกค้าแบ่งออกเป็น ผู้รับบริการ (ลูกค้า) และผู้ให้บริการ (พนักงาน และ ธนาคารอัตโนมัติ AUTOMATIC BANKING) โดยแบ่งได้ดังนี้

ลูกค้า สามารถใช้บริการกับพนักงานตั้งแต่เวลา 09.30 น. ถึง 15.30 น. ตั้งแต่วันจันทร์ ถึง วันศุกร์ และสามารถใช้บริการกับธนาคารอัตโนมัติ และปฏิบัติงานของพนักงานแบ่งช่วงเวลา ดังนี้

ตารางที่ 3.4 แสดงเวลาให้บริการของธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING)

TRANSACTION	TIME
- AUTOMATIC MACHINE (ATM.)	24 ชม.
- PASSBOOK UPDATE	9.30-15.30 น.
- CASH DEPOSIT MACHINE	7.00-20.00 น.
- BUALUANG PHONE	9.30-15.30 น.
- EXPRESS DEPOSIT BOX	7.00-15.30 น.
- TOUCH SCREEN	9.30-15.30 น.

ตารางที่ 3.5 แสดงเวลาในการให้บริการ และปฏิบัติงานของพนักงาน

เวลา	ชั่วโมง	กิจกรรม
08.30 - 09.30 น.	1	เข้างาน และ เตรียมงาน
09.30 - 12.00 น.	2.5	ให้บริการลูกค้า
12.00 - 13.00 น.	1	พักกลางวัน
13.00 - 15.30 น.	2.5	ให้บริการลูกค้า
15.30 - 17.00 น.	1.5	ปฏิบัติงาน และ เลิกงาน

จากตารางที่ 3.5 แสดงเวลาในการปฏิบัติงานของพนักงาน คือช่วงเวลา ตั้งแต่ 08.30 - 17.00 น. เป็นเวลา 8.5 ชั่วโมง โดยแบ่งเป็นเวลาในการให้บริการ 6 ชั่วโมง และเวลาปฏิบัติงาน 2.5 ชั่วโมง

ศึกษาอุปกรณ์เครื่องเรือน และการใช้พื้นที่

จากการศึกษาอุปกรณ์มาตรฐาน และลักษณะการใช้งานสามารถจัดกลุ่ม และแยกออกได้เป็น องค์ประกอบของแต่ละส่วนบริการ ตลอดจนสามารถสรุปความต้องการพื้นที่ใช้สอย ของส่วนให้บริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบของเครื่องใช้สำนักงาน เครื่องเรือน เครื่องใช้อัตโนมัติ และทาง สัตถุจร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ภาพที่ 3.6 แสดงการใช้พื้นที่ ของจุดให้บริการ และทำรายการ



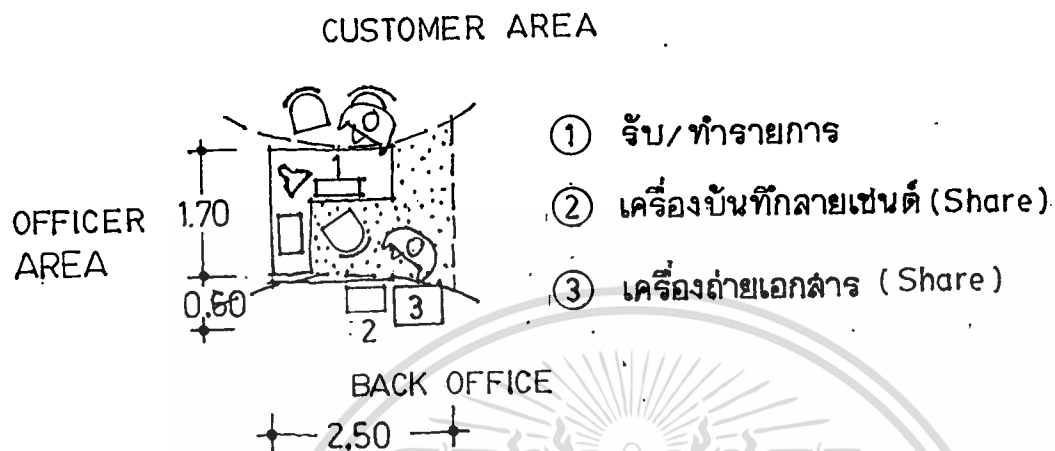
บริการ สินเชื่อ (lending)

บริการ ด้านต่างประเทศ (foreign limittance)

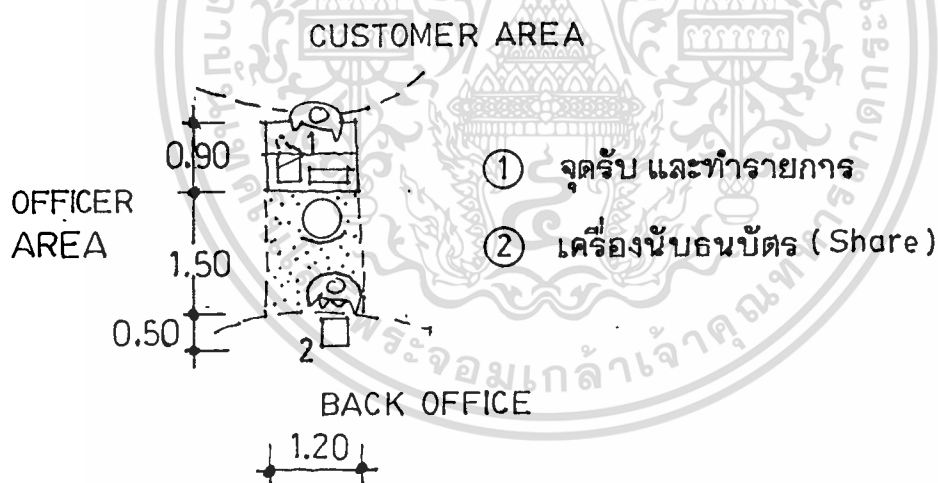
ผู้จัดการสาขา (branch manager)

ผู้ช่วย ผจก. (assistance b.m.)

ภาพที่ 3.6 (ต่อ) แสดงการใช้พื้นที่ ของจุดให้บริการ และทำรายการ

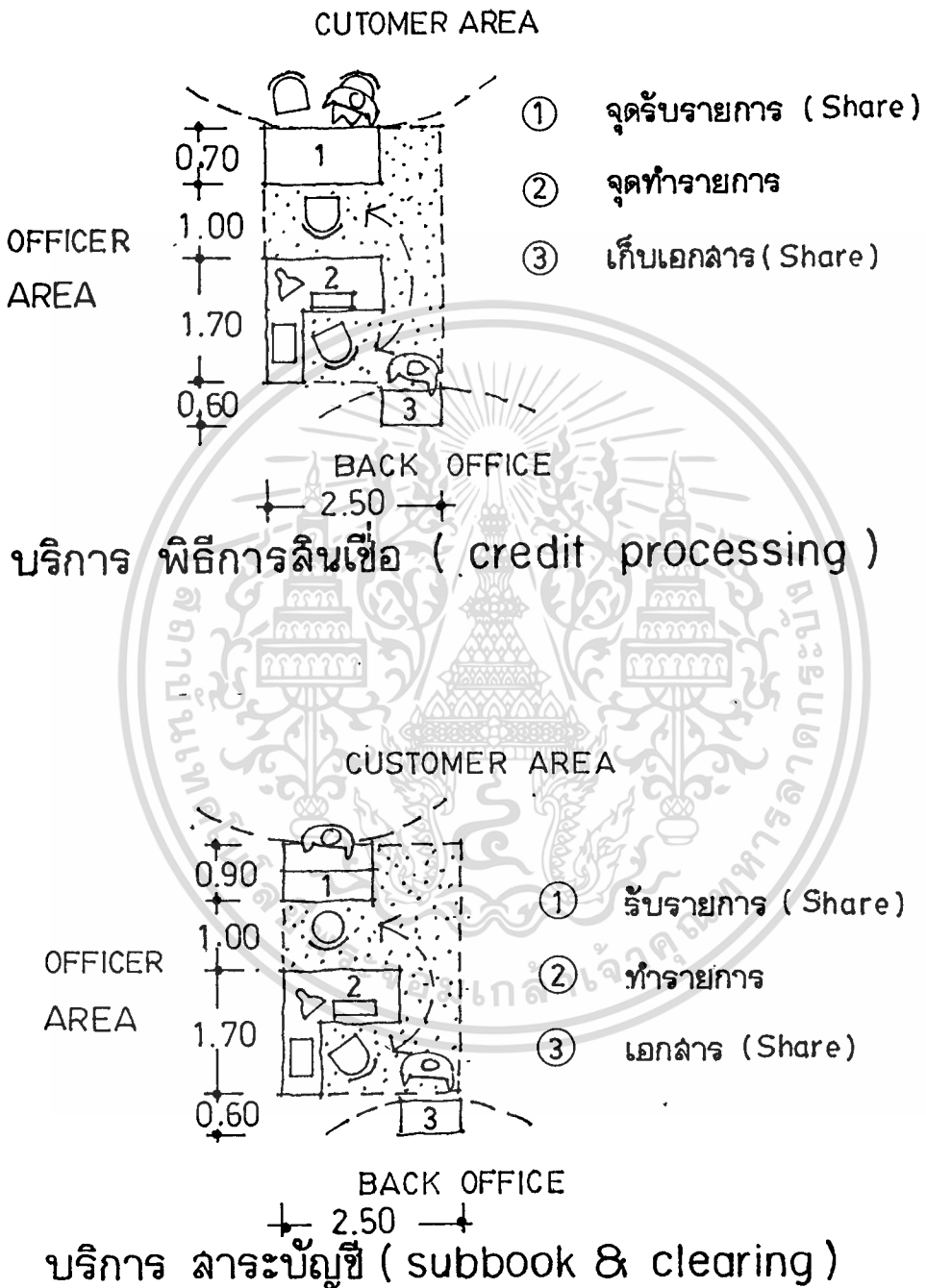


บริการ เปิดบัญชีใหม่ (new account)



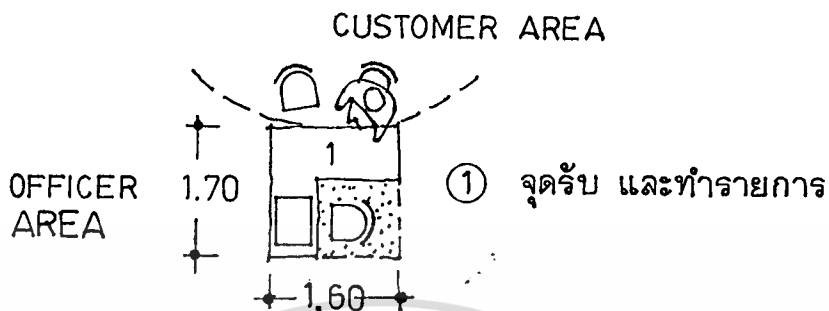
บริการ ฝาก-ถอน (teller)

ภาพที่ 3.6 (ต่อ) แสดงการใช้พื้นที่ ของจุดให้บริการ และทำรายการ



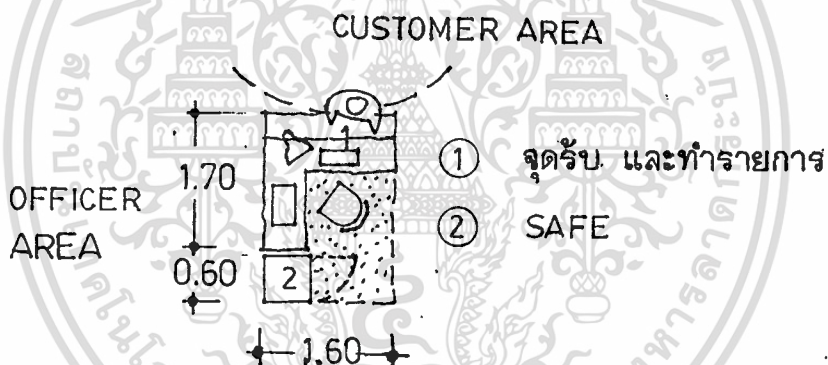
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.6 (ต่อ) แสดงการใช้พื้นที่ ของจุดให้บริการ และทำรายการ



① จุดรับ และทำรายการ

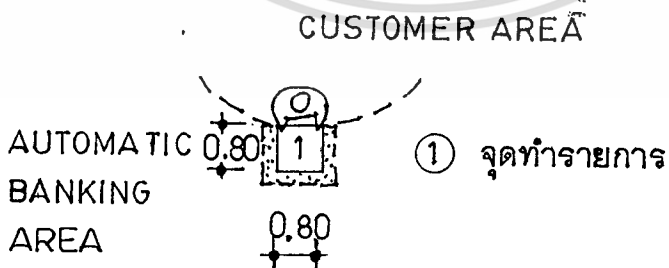
บริการ ขายล้มชุดเช็ค (check issuance)



① จุดรับ และทำรายการ

② SAFE

บริการ แลกเปลี่ยนเงินตรา (exchange)



① จุดทำรายการ

บริการ ธนาคารอัตโนมัติ (automatic banking)

บทที่ 4

วิเคราะห์ผลการศึกษาเพื่อการวิจัย

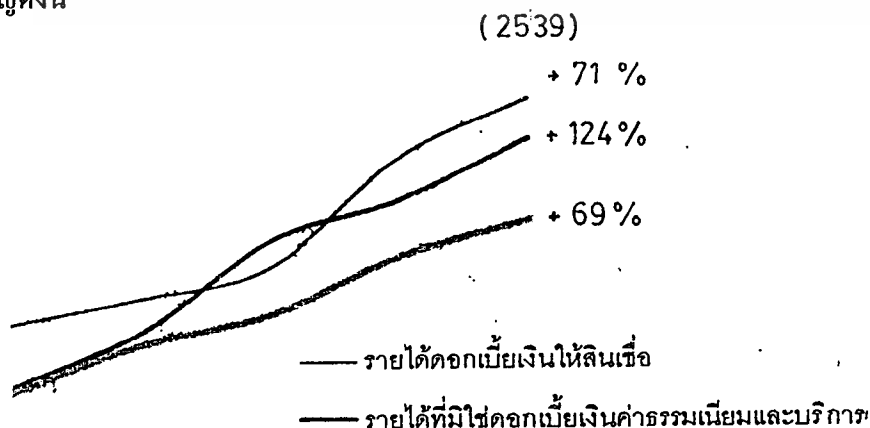
วิเคราะห์แนวโน้มผลการประกอบการส่วนให้บริการลูกค้า

จากการรวบรวมข้อมูลของธนาคารกรุงเทพ โดยใช้ข้อมูลจากงบกำไรขาดทุนและเงินฝาก ระหว่างปี พ.ศ.2535-2539 เพื่อนำมาวิเคราะห์ในเรื่องต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงภาพรวมรายได้และระดับเงินฝากระหว่างปี พ.ศ. 2535-2539

ลำดับ ที่	รายการ	2535 (ล้านบาท)	2536 (ล้านบาท)	2537 (ล้านบาท)	2538 (ล้าน บาท)	2539 (ล้าน บาท)
1.	รายได้ดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ	65,427	70,994	76,756	100,559	112,192
2.	รายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ยเงินค่า ธรรมเนียมและบริการ	5,088	6,276	8,221	9,075	10,300
3	เงินฝาก	498,753	591,534	657,282	770,422	843,682

จากการวิเคราะห์ระดับการเพิ่มขึ้นของรายได้และเงินฝากทำให้ได้แนวทางการจัดลำดับความสำคัญในการบริการเพื่อการหารายได้ และบริการเงินฝาก และสามารถแยกส่วนบริการตามความสำคัญดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ ~~การเงินฝาก~~ การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 แสดงรายได้และเงินฝากระหว่างปี พ.ศ. 2535-2539 และบริการต่าง ๆ

ลำดับ (PRIORITY)		เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	เฉลี่ย (ร้อยละ/ปี)	บริการ (SERVICE)
1	รายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย เงินค่าธรรมเนียมและบริการ	124	19.4	-แลกเปลี่ยน เงินตราต่างประเทศ -ธนาคารอัตโนมัติ -เปิดบัญชีใหม่ -ด้านต่างประเทศ -โอนเงิน -สละบัญชี -ขายสมุดเช็ค -ตู้നിရံ -สินเชื่อ
2	รายได้ดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ	71	14.7	-สินเชื่อ
3	เงินฝาก	69	13.5	-ฝาก-ถอน

จากการศึกษาพบว่ารายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย เงินค่าธรรมเนียมและบริการ โดยได้มาจากการให้บริการธุรกิจใหม่ๆ ของธนาคารเป็นต้น เป็นแนวโน้มอัตราส่วนมาก รายได้เงินได้จากดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อและอัตราเงินฝากในการระดมเงินทุนและทุนประกอบการตามลำดับสามารถวิเคราะห์การจัดลำดับความสำคัญ (PRIORITY) ของการบริการเพื่อการหาทุนประกอบของธนาคารตามลำดับดังนี้

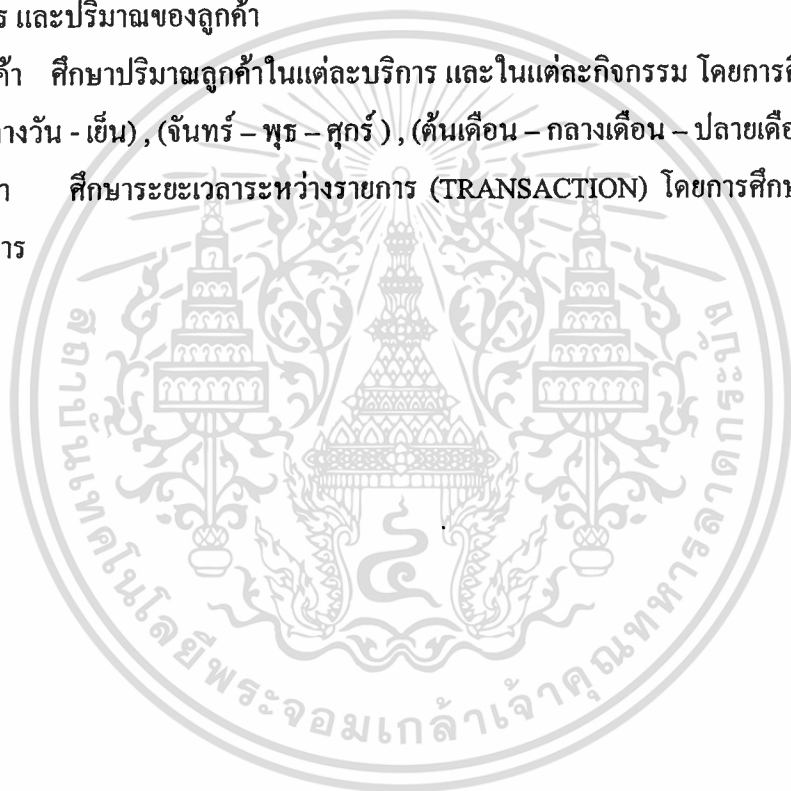
วิเคราะห์ ปริมาณ กิจกรรม และเวลาการใช้บริการของลูกค้า

ในการศึกษาจะทำการศึกษา ปริมาณ กิจกรรม และเวลาการใช้สอยบริการของลูกค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์ และสรุปเสนอแนะแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ส่วนบริการลูกค้า ที่สอดคล้องกับกิจกรรม และช่วงเวลาของผู้ใช้สอย โดยวิธีการในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล และค่าเฉลี่ยต่าง ๆ โดยการ สังเกต สัมภาษณ์ และค่าสถิติบันทึก ของสาขาตัวอย่าง สามารถแบ่งรายละเอียด ได้ดังนี้

บริการ ศึกษาลักษณะกิจกรรม และความถี่ ในแต่ละกิจกรรม โดยการศึกษาจากปริมาณของรายการ และปริมาณของลูกค้า

ลูกค้า ศึกษาปริมาณลูกค้าในแต่ละบริการ และในแต่ละกิจกรรม โดยการศึกษาจากช่วงเวลา (เช้า – กลางวัน - เย็น) , (จันทร์ – พุธ – ศุกร์) , (ต้นเดือน – กลางเดือน – ปลายเดือน)

เวลา ศึกษาระยะเวลาระหว่างรายการ (TRANSACTION) โดยการศึกษาจากขั้นตอนในแต่ละรายการ



ตารางที่ 4.3 แสดงปริมาณ กิจกรรม และเวลา การใช้บริการของลูกค้า ของส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง ธนาคารกรุงเทพ

บริการ	ลูกค้า:วัน		กิจกรรมลูกค้า	ร้อยละ	เวลา: เฉลี่ย (นาที)
	ปกติ	สูงสุด			
ฝาก-ถอน	849	1,014	-ฝาก-ถอน -ตราสารการเงิน, โอนเงินในประเทศ -ชำระค่าสินค้าบริการ	65 25 10	3
ธนาคารอัตโนมัติ	530	603	-ถอนเงิน -เช็คสอบบคบัญชี -ฝากเช็คด่วน -ฝากเงินด่วน	48 29 12 11	1
ที่เขียนใบรายการ	180	263	-เขียนใบรายการ	100	2
ตราบัญชี	45	62	-ขอขอคบัญชีเงินเดือน -รับเช็คกิน -ชำระเงินเดือนพนักงาน	55 25 20	4
เปิดบัญชีใหม่	36	48	-เปลี่ยนสมุดรายการ -เปิดบัญชีสะสมทรัพย์ -ทำบัตรเอทีเอ็ม -เปิดบัญชีประจำ -ซื้อขายกองทุน -อื่น ๆ เช่น สมุดหาย เปลี่ยนชื่อ ที่อยู่ -เปิดบัญชีเงินมีระยะ	29 27 19 10 7 5 1	15
พิธีการสินเชื่อ	32	42	-ชำระเงินกู้ -ทำสัญญาหนังสือค้ำประกัน -ทำสัญญาขายรถเช็ค -ทำสัญญาบัตรเครดิต -ทำสัญญาเงินกู้ -ทำสัญญาเบิกเงินกินบัญชี	28 23 22 15 8 5	20
ค้ำต่างประเทศ	24	40	-รับซื้อ-ขายเงิน -โอนเงิน -ฝาก-ถอน -เช็คเดินทาง	23 22 14 1	20
สินเชื่อ	20	31	-เบิกเงินกินบัญชี -ค้ำสัญญาใช้เงิน ,ขายรถเช็ค -กู้เงิน	55 25 20	60
ขายสมุดเช็ค	17	22	-ซื้อสมุดเช็ค	100	5
แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	12	18	-แลกเงิน	100	5
ผู้จัดการสาขา	5	7	-ปรึกษา,เจรจา	100	-
คู่มือ	4	5	-เปิดคู่มือ	100	5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์การจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง

จากการศึกษา ลักษณะทั่วไป พฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้สอย ตลอดจนแนวคิด และการบริการของธนาคารยุคใหม่สามารถวิเคราะห์ปริมาณลูกค้า และปริมาณผู้ให้บริการ และเสนอแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่แต่ละส่วนบริการที่สอดคล้องกับกิจกรรม ปริมาณ และการใช้บริการของลูกค้าในส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง ดังนี้

บริการฝาก-ถอน (TELLER)

-การคำนวณจำนวนลูกค้า : วัน (เฉลี่ย)

สูตร จำนวนลูกค้าปกติ + จำนวนลูกค้าสูงสุด

$$\frac{849 + 1014}{2} = 931 \text{ คน}$$

-เวลา : รายการ

-การคำนวณรายการ : วัน

สูตร เวลา : วัน (นาที)

$$\frac{360}{3} = 120 \text{ รายการ}$$

-การคำนวณลูกค้า : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : วัน × เวลา : รายการ (นาที)

$$\frac{931 \times 3}{360} = 8 \text{ คน}$$

-การคำนวณผู้ให้บริการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : วัน

รายการ : วัน

$$\frac{931}{120} = 8 \text{ คน}$$

-การคำนวณลูกค้าสะสม : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : รายการ - จำนวนผู้ให้บริการ

(กรณีในวันที่มีลูกค้าสูงสุด)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 8-8 = 0 คน
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น)

11-8 = 3 คน

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้าในวันที่มีลูกค้าสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้าในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น หมายถึง จำนวนลูกค้าสูงสุด : ชั่วโมง ของ สาขา สุรวงศ์

จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ย 931 คน (ใช้เวลา : รายการ เฉลี่ย 3 นาที) แบ่งเป็น ลูกค้าที่ใช้บริการประเภท ผัก-ถอน เฉลี่ยร้อยละ 65 และบริการอื่นๆ อาทิ บริการธุรกิจ, ธุรการการเงิน, เช็ค และชำระค่าสินค้าบริการเป็นต้น เฉลี่ยร้อยละ 35 พฤติกรรมและความต้องการพื้นฐานของผู้ฝาก และถอนเงิน มีความต้องการความสะดวกรวดเร็วในการฝาก และถอนเงิน ในปัจจุบันได้มีการใช้ระบบคิว เพื่อย่นระยะเวลาที่ใช้ และความยุติธรรมในการรอคอยของผู้ใช้บริการ โดยอาศัยหลักการ มาถึงจุดบริการก่อนได้รับบริการก่อน (FIRST-COME, FIRST-SERVICE) ตลอดจนจนถึงให้พนักงานมีสมาธิในการทำงานดีขึ้น การศึกษาการจัดคิวลูกค้าของธนาคารกรุงเทพพบว่า กว่าร้อยละ 90 เห็นว่าการจัดคิว ก่อให้เกิดผลดี แต่การจัดคิวทำให้เสียเวลายืนรอควรมีการแก้ปัญหาดังกล่าว การจัดแบ่งเคาน์เตอร์ ปัจจุบันลูกค้าสามารถใช้บริการได้ทุกช่องบริการ เฉลี่ยร้อยละ 65 และกำหนดประเภทบริการ เฉลี่ยร้อยละ 35

ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (ดูภาพที่ 4.1 ประกอบ)

จุดให้บริการ และทำรายการ : สำหรับบริการลูกค้าด้านฝาก-ถอน สามารถให้บริการเช่นเดียวกัน หมดทุกช่องบริการประเภทรายการที่ใช้เวลาน้อยและแยกช่องบริการ รายการที่ต้องใช้เวลาหรือรายการที่ต้องให้ระดับหัวหน้างาน (อาวุโส) พิจารณา ตรวจสอบรายการ ดังนั้นในการสร้างรูปแบบ จุดให้บริการ และทำรายการจะแบ่งช่องบริการดังกล่าวด้วยการแบ่งช่องเป็นเคาน์เตอร์ เฉลี่ยร้อยละ 65 สำหรับรายการที่ใช้เวลาน้อยเพื่อความสะดวกรวดเร็วเช่นรายการฝาก-ถอนทั่วไป ไว้ด้านหน้า และเฉลี่ยร้อยละ 35 สำหรับประเภทแยกช่องบริการ และต้องพิจารณา ตรวจสอบรายการ เช่น บริการธุรกิจ, ธุรการการเงิน, โอนเงินในประเทศและฝาก-ถอนเช็คต่างๆ เป็นต้น ไว้ด้านใน ในการศึกษาพบว่า จุดให้บริการ และทำรายการไม่ควรให้ลูกค้าเข้าถึงด้านหลังเคาน์เตอร์ ฝาก - ถอนได้ เพราะในส่วนนี้ เป็นส่วนที่มีรายการเงินสดมาก จากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่า และเฉลี่ยร้อยละ 70 มาใช้บริการคนเดียว โดยจะใช้เวลาต่อรายการระหว่าง 1- 6 นาที หรือเฉลี่ยร้อยละ 3 นาทีโดยสรุปจากการศึกษาพบว่าจึงไม่จำเป็นต้องมีที่นั่งสำหรับติดต่อ ระหว่างรายการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

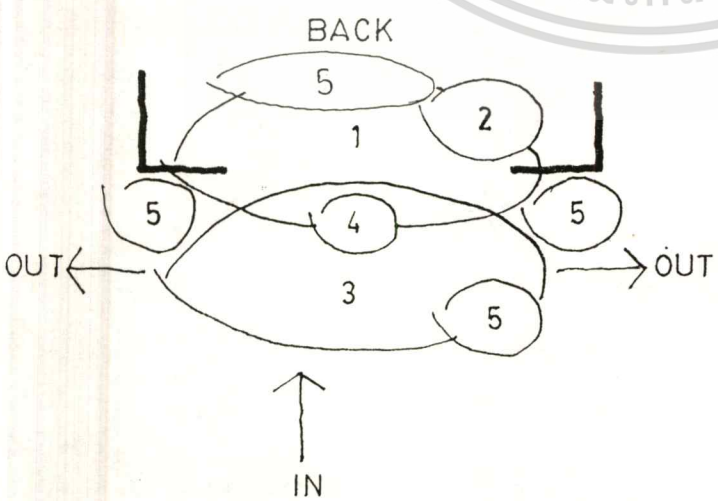
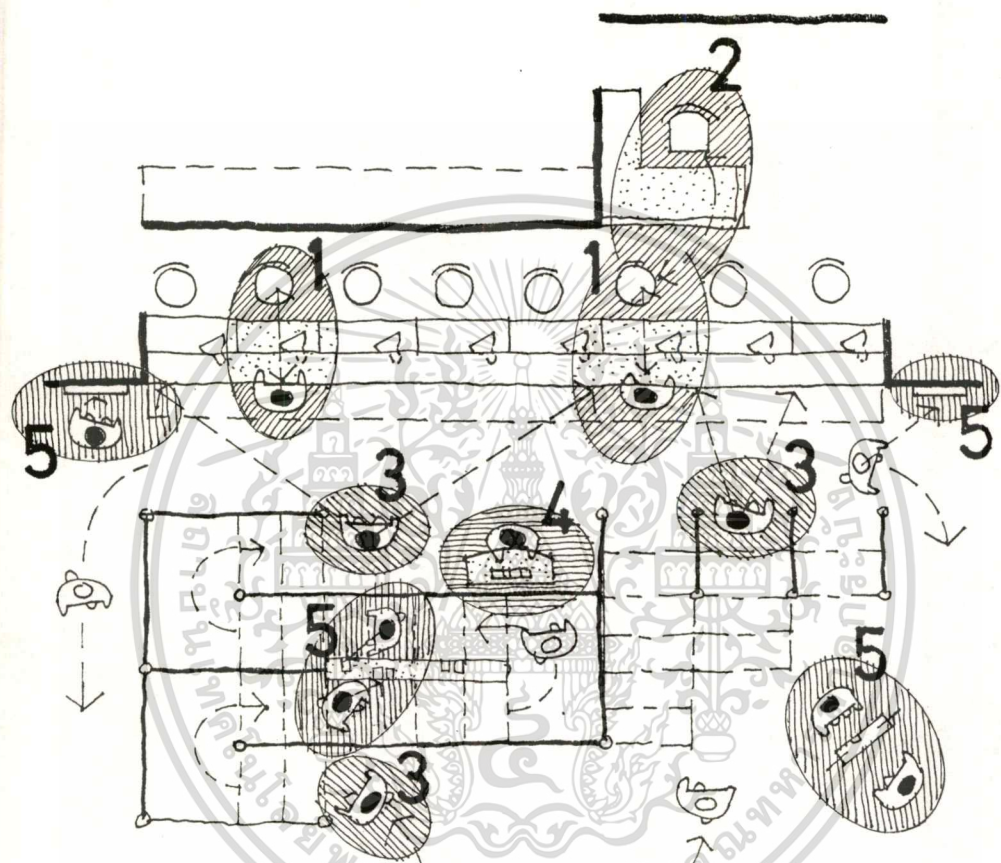
บริเวณคอยทำรายการ (คิว) : จากการวิเคราะห์ พบว่าในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) จะมีลูกค้าสะสมประมาณ 40 คน ระหว่างชั่วโมง โดยพบว่าในส่วนนี้ใช้เวลาต่อรายการน้อย ในการวิจัยได้เสนอรูปแบบสำหรับลูกค้าขณะคอยทำรายการ ในลักษณะ คิว (QUEUE) ในลักษณะเข้าใช้บริการในระบบคิวเดี่ยว (SINGLE QUEUE) รูปแบบ (SNAKE QUEUE) และออกจากคิวค้ำข้าง (TURN - BACK SERVICE) ในส่วนบริการประเภทรายการที่มีลูกค้ามาก ใช้เวลาน้อย ให้บริการเช่นเดียวกันหมด การจัดรูปแบบคิวในลักษณะนี้ จะช่วยให้ลูกค้า ได้รับความยุติธรรมในการเข้าใช้บริการ สะดวกรวดเร็ว และใช้พื้นที่น้อย โดยสามารถที่จะสังเกตเห็นช่องบริการ และสัญญาณเข้าใช้ช่องบริการได้ในขณะอยู่ในคิว โดยกำหนดให้ลูกค้าหยุดต่อใช้บริการที่กึ่งกลาง และอยู่ในแนวตั้งฉากกับเคาน์เตอร์ และใช้รูปแบบคิวในลักษณะเข้าใช้บริการแบบแยกช่องบริการ (SEPARATE QUEUE) และออกจากคิวค้ำข้าง (TURN - BACK SERVICE) .ในส่วนนี้มีการแยกประเภทในการให้บริการในแต่ละช่องบริการ ใช้เวลามาก และต้องมีการตรวจสอบรายการ การจัดรูปแบบคิวในลักษณะนี้จะช่วยในลูกค้าใช้บริการตามต้องการได้ โดยไม่ต้องรอคิวร่วมกับรายการอื่น และมีอิสระในการรอใช้บริการ หรือมีโอกาสใช้บริการอื่นๆ ระหว่างรอรายการ เสร็จ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าในส่วนนี้ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานตัวแทนประจำของบริษัทใกล้เคียง มีความคุ้นเคยกับขั้นตอน และเวลาต่อรายการของการให้บริการ

หมายเหตุ ปริมาณลูกค้าสะสมในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) เกิดจากสาเหตุบางประการอย่างใดอย่างหนึ่งประกอบด้วยสาเหตุหลัก ๆ ดังนี้ (1) มีปริมาณลูกค้ามากในระหว่างชั่วโมง (2) ลูกค้าทำรายการใช้เวลาต่อรายการมาก (3) พนักงานใช้เวลาทำรายการต่อรายการมาก ในการวิจัยได้วิเคราะห์จากการคำนวณ และเปรียบเทียบ การสังเกต บันทึก ของกลุ่มสาขาตัวอย่าง

การเสริมการขาย : สำหรับให้ข่าวสารบริการ ด้วยแผ่นพับแนะนำบริการ (BROCHURE) โดยมีจุดประสงค์หลักคือแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ตลอดจนลดการเมื่อหน่ายในระหว่างคอยทำรายการ และเพื่อความเข้าใจผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับของลูกค้า และการตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ ๆ กับธนาคาร ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ต่อธนาคารเช่นกัน

ที่เขียนใบรายการ : สำหรับใช้แก้ไขใบรายการ กรณีเขียนใบรายการในกรณีเขียนใบรายการผิดในระหว่างทำรายการ เพื่อความสะดวกและรวดเร็วของลูกค้ารายการต่อไป

ภาพที่ 4.1 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนให้บริการฝาก - ถอน สาขาในเขตนครหลวง



- 1 จุดให้บริการ และทำรายการ
- 2 ตรวจสอบ กำกับรายการ
- 3 บริเวณคอยทำรายการ (คิว)
- 4 จุดแก้ไขใบรายการ
- 5 การตลาด ข้าราชการบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING)

- การคำนวณจำนวนลูกค้า : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{จำนวนลูกค้าปกติ} + \text{จำนวนลูกค้าสูงสุด}}$

2

$$\frac{530 + 603}{2} = 566 \text{ คน}$$

2

- เวลา : รายการ = 1 นาที

- การคำนวณรายการ : วัน

สูตร เวลา : วัน (นาที)

เวลา : รายการ

$$\frac{360}{1} = 360 \text{ รายการ}$$

1

-การคำนวณลูกค้า : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน} \times \text{เวลา : รายการ(นาที)}}{\text{เวลา : วัน (นาที)}}$

เวลา : วัน (นาที)

$$\frac{566 \times 1}{360} = 1 \text{ คน}$$

360

-การคำนวณเครื่องให้บริการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน}}{\text{รายการ : วัน}}$

รายการ : วัน

$$\frac{566}{360} = 1 \text{ เครื่อง}$$

360

-การคำนวณลูกค้าสะสม : รายการ(เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : รายการ} - \text{จำนวนผู้ให้บริการ}}$

(กรณีในวันที่มีลูกค้าสูงสุด) 1-1 = 0 คน

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น) 2-1 = 1 คน

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้าในวันที่มีลูกค้าสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้าในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น หมายถึง จำนวนลูกค้าสูงสุด : ชั่วโมง

ของสาขา สุรวงศ์

จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ย 931 คน (ใช้เวลา : รายการ เฉลี่ย 3 นาที) จากการศึกษารายการธนาคารอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING) พบว่าลูกค้าสามารถบริการด้วยตัวเองได้และรวดเร็ว โดยในปัจจุบัน มีเครื่องบริการอัตโนมัติทดแทนการให้บริการด้วยบุคคลประกอบด้วยบริการดังนี้

1. บริการสอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชี (PASSBOOK UPDATE)
2. บริการฝากเงินสด (CASH DEPOSIT MACHINE)
3. บริการฝากเช็คด่วน (EXPRESS DEPOSIT)
4. บริการสอบถามข้อมูลต่างๆ (TOUCH SCREEN)
5. บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ (BUALUANG PHONE)
6. บริการฝาก-ถอนเงินสด และอื่นๆ (ATM.)
7. บริการข่าวสารและข้อมูลประชาสัมพันธ์ (TV. INFORMATION)

เครื่องบริการอัตโนมัติสามารถที่จะให้บริการนอกเวลาทำการของธนาคาร จากแนวคิดและการมุ่งนำเทคโนโลยีใหม่ๆ และการที่สามารถให้บริการได้ในเนื้อที่ขนาดเล็กเข้ามาทดแทนพนักงานตลอดจนการลดค่าใช้จ่ายของต้นทุน ต่อรายการบริการดังกล่าวจะเป็นแนวทางที่ดีสำหรับการสนองความต้องการของลูกค้า โดยพบว่าในปัจจุบันลูกค้าได้เลือกใช้บริการธนาคารอัตโนมัติทดแทนการให้บริการกับพนักงานด้าน เคาน์เตอร์ ฝาก - ถอน เฉลี่ยร้อยละ 60

ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (ดูภาพที่ 4.2 ประกอบ)

จุดให้บริการ และทำรายการ : ลูกค้าสามารถใช้บริการด้วยตนเอง (SELF SERVICE) ด้วยเครื่องอัตโนมัติในลักษณะสลับฟันปลา (STAGGERED) เพื่อช่วยให้ปีดบังความลับของข้อมูลในขณะทำรายการได้ดีขึ้น โดยแยกช่องบริการตามลักษณะเฉพาะบริการของเครื่องนั้นๆ จากการศึกษพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่าและมาใช้บริการคนเดียว ใช้เวลาเฉลี่ยต่อรายการ 2 นาที โดยสรุปจากการศึกษาพบว่าไม่จำเป็นต้องมีที่นั่งสำหรับให้บริการ

จุดเสริมช่วยบริการ : สำหรับให้บริการติดต่อขอคำแนะนำ และช่วยเหลือ เช่นกรณีการใช้บริการผิด และต้องการแก้ไขรายการ และโดยส่วนใหญ่ยังไม่กล้าใช้บริการ ในการศึกษาพบว่าพนักงานจะต้องช่วยแนะนำในการใช้บริการ

บริเวณคอยทำรายการ (คิว) : จากการวิเคราะห์ พบว่าในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) จะมีลูกค้าสะสมประมาณ 40 คน ระหว่างชั่วโมง โดยพบว่าในส่วนนี้ใช้เวลาต่อรายการน้อย ในการวิจัยได้เสนอรูปแบบสำหรับลูกค้าขณะคอยทำรายการ ในลักษณะเข้าใช้บริการแบบแยกช่องบริการ (SEPARATE QUEUE) และออกจากคิวด้านข้าง (TURN - BACK SERVICE) .ในส่วนนี้มีการแยก

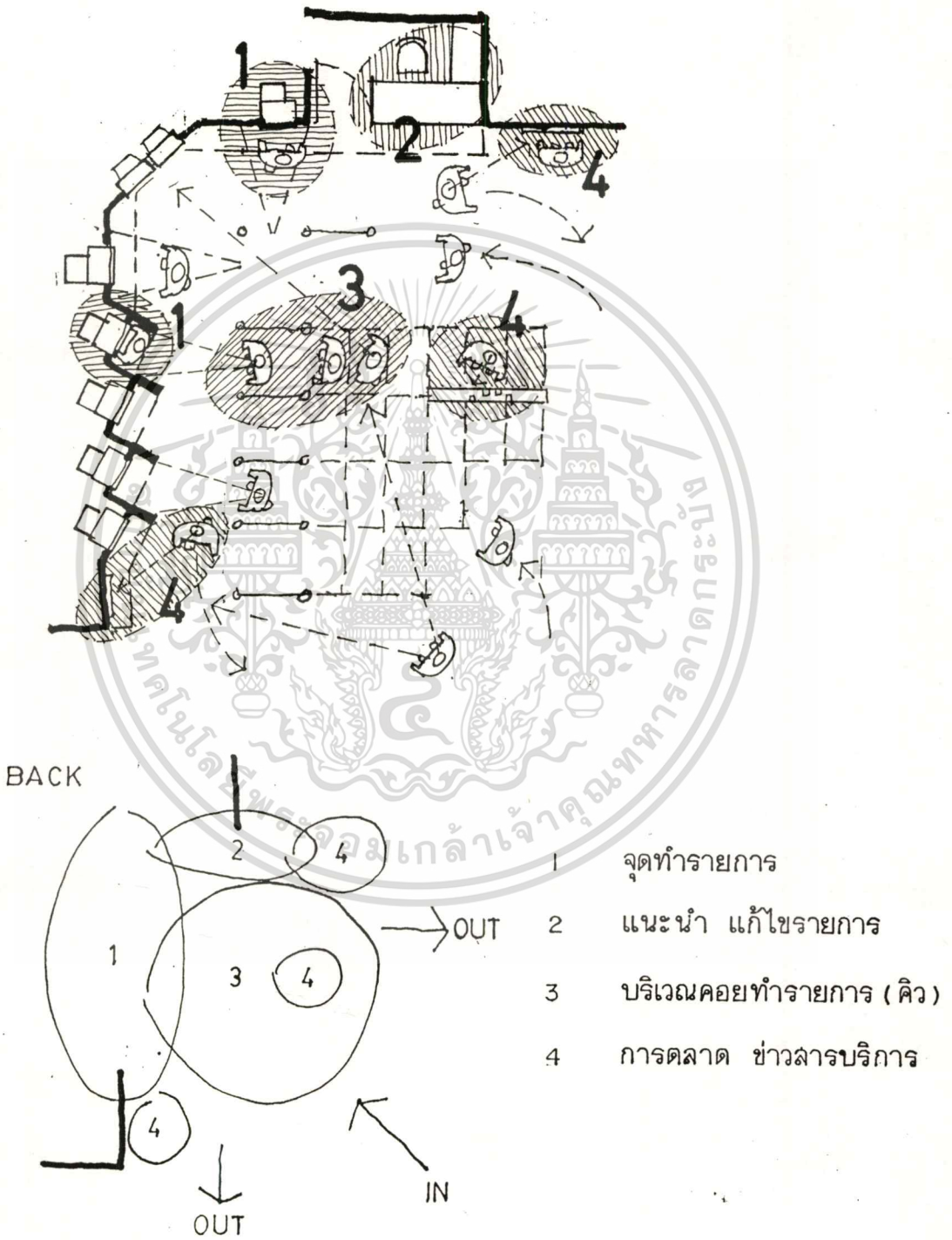
ประเภทในการให้บริการในแต่ละช่องบริการ การจัดรูปแบบคิวในลักษณะนี้จะช่วยในลูกค้าใช้บริการตามต้องการได้ โดยไม่ต้องรอคิวร่วมกับรายการอื่น และมีอิสระในการรอใช้บริการ หรือมีโอกาสใช้บริการอื่นๆ ระหว่างรอรายการ เสรี

หมายเหตุ ปริมาณลูกค้าสะสมในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) เกิดจากสาเหตุบางประการอย่างใดอย่างหนึ่งประกอบด้วยสาเหตุหลัก ๆ ดังนี้ (1) มีปริมาณลูกค้ามากในระหว่างชั่วโมง (2) ลูกค้าทำรายการใช้เวลาต่อรายการมาก (3) พนักงานใช้เวลาทำรายการต่อรายการมาก ในการวิจัยได้วิเคราะห์จากการคำนวณ และเปรียบเทียบ การสังเกต บันทึก ของกลุ่มสาขาตัวอย่าง

การเสริมการขาย : สำหรับให้ข่าวสารบริการ ด้วยแผ่นพับแนะนำบริการ (BROCHURE) และโปสเตอร์แนะนำบริการ โดยมีจุดประสงค์หลักคือแนะนำผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ๆ ตลอดจนลดการเบียดหน้ในระหว่างคอยทำรายการ และเพื่อความเข้าใจผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับของลูกค้า และการตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ ๆ กับธนาคาร ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ต่อธนาคารเช่นกัน



ภาพที่ 4.2 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนให้บริการอาคารอัตโนมัติ สาขาในเขตนครหลวง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการที่เขียนใบรายการ (CHECK WRITING)

-การคำนวณจำนวนลูกค้า : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{จำนวนลูกค้าปกติ} + \text{จำนวนลูกค้าสูงสุด}}$

2

$$\frac{180 + 263}{2} = 221 \text{ คน}$$

2

-เวลา : รายการ = 2 นาที

-การคำนวณรายการ : วัน

สูตร เวลา : วัน (นาที)

เวลา : รายการ

$$\frac{360}{2} = 180 \text{ รายการ}$$

2

-การคำนวณลูกค้า : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน} \times \text{เวลา : รายการ(นาที)}}{\text{เวลา : วัน (นาที)}}$

$$\frac{221 \times 2}{360} = 1 \text{ คน}$$

-การคำนวณที่เขียนใบรายการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน}}{\text{รายการ : วัน}}$

รายการ : วัน

$$\frac{221}{180} = 1 \text{ ที่}$$

180

-การคำนวณลูกค้าสะสม : รายการ(เฉลี่ย)

สูตร $\text{ลูกค้า : รายการ} - \text{จำนวนผู้ให้บริการ}$

(กรณีในวันที่มีลูกค้าสูงสุด) 1-1 = 0 คน

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น) 2-1 = 1 คน

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้า ในวัน ที่มีลูกค้าสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้าในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น หมายถึง จำนวนลูกค้าสูงสุด : ชั่วโมง

ของสาขา สุรวงศ์

จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

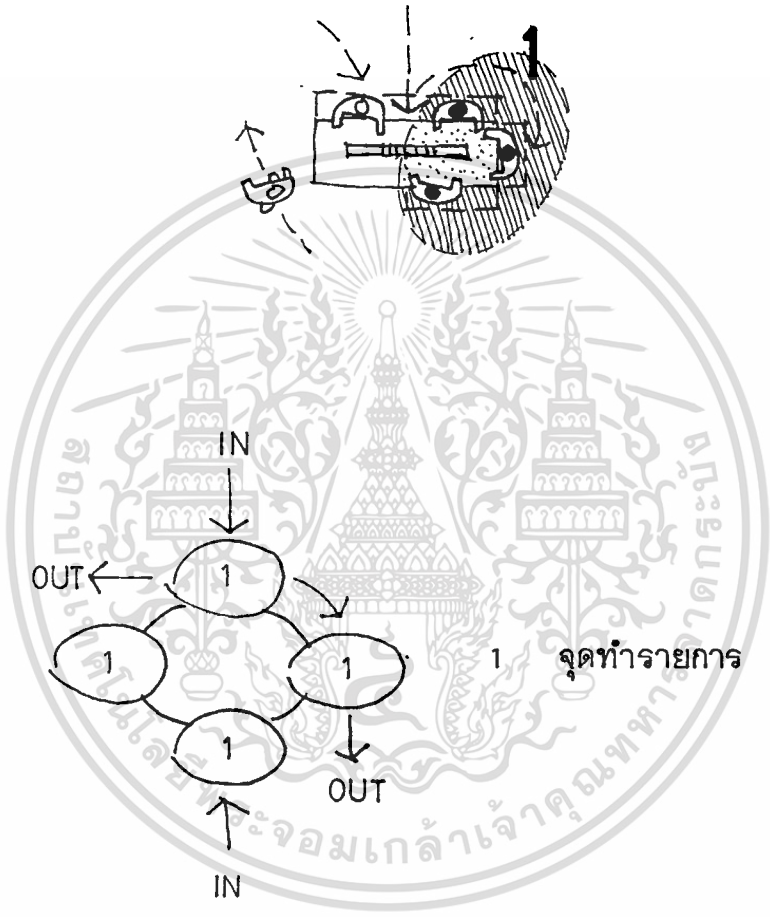
ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ย 931 คน (ใช้เวลา : รายการ เฉลี่ย 3 นาที) แบ่งเป็นลูกค้าที่มาเขียนใบรายการเพื่อใช้บริการฝาก-ถอนทั่วไปที่สาขาเฉลี่ยร้อยละ 35 และส่วนที่เหลือจะไม่ใช้ที่เขียนใบรายการ สาเหตุก็คือการเขียนมาจากที่อื่นก่อนมาใช้บริการเฉลี่ยร้อยละ 65 ลูกค้าสามารถมาใช้บริการที่เขียนใบรายการได้ในบริเวณโรงพักคอย และพบว่าในกรณีเขียนใบรายการผิดพลาดจะทำการแก้ไขที่ช่องบริการนั้นๆ ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการประเภทที่ใช้เวลา เช่น ช่องบริการธุรกิจ, ตราสารการเงิน จะเขียนใบรายการที่ช่องบริการนั้นๆ

ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (รูปภาพที่ 4.3 ประกอบ)

จุดให้บริการ และทำรายการ : สำหรับเขียนใบรายการ โดยมีใบรายการ ,ปากกา และเครื่องคิดเลข ตลอดจนถังขยะเมื่อมีการเขียนใบรายการผิด ในลักษณะใช้บริการรอบครั้งละ 4-6คนในเวลาเดียวกัน ลูกค้าสามารถเขียนใบรายการด้วยตัวเองใช้เวลาต่อรายการเฉลี่ย 2 นาทีไม่จำเป็น ต้องมีที่นั่งเขียนใบรายการ โดยสรุปจากการศึกษาพบว่าลูกค้าจะใช้เวลาส่วนใหญ่ขณะเขียนใบรายการเพื่อการทบทวนการเขียนใบรายการ

บริเวณคอยทำรายการ (คิว) : จากการวิเคราะห์ พบว่าในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) จะมีลูกค้าสะสมประมาณ 5 คน ระหว่างชั่วโมง โดยพบว่าในส่วนนี้มีลูกค้าสะสมน้อย และบริการไม่ยุ่งยากลูกค้าส่วนใหญ่จะใช้บริการตามคิวแบบอัตโนมัติ ในลักษณะการเข้าถึงจุดเขียนใบรายการก่อนหลัง และจากการเสนอแนะลักษณะที่เขียนใบรายการแบบรอบตัว จะทำให้ไม่มีลูกค้าสะสม และใช้พื้นที่น้อย

ภาพที่ 4.3 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ที่เขียนใบรายการ สาขาในเขตนครหลวง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการชำระบัญชี (SUBBOOK CLEARING)

-การคำนวณจำนวนลูกค้า : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{จำนวนลูกค้าปกติ} + \text{จำนวนลูกค้าสูงสุด}}$

2

$$\frac{45+62}{2} = 53 \text{ คน}$$

2

-เวลา : รายการ = 4 นาที

-การคำนวณรายการ : วัน

สูตร $\frac{\text{เวลา : วัน (นาที)}}$

เวลา : รายการ

$$\frac{360}{4} = 90 \text{ รายการ}$$

4

-การคำนวณลูกค้า : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน} \times \text{เวลา : รายการ (นาที)}}$

เวลา : วัน (นาที)

$$\frac{53 \times 4}{360} = 1 \text{ คน}$$

360

-การคำนวณผู้ให้บริการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน}}$

รายการ : วัน

$$\frac{53}{90} = 1 \text{ คน}$$

90

-การคำนวณลูกค้าสะสม : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : รายการ} - \text{จำนวนผู้ให้บริการ}}$

(กรณีในวันที่มีลูกค้าสูงสุด) 1-1 = 0 คน

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น) 2-1 = 1 คน

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้าในวันที่มีลูกค้าสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้าในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น หมายถึง จำนวนลูกค้าสูงสุด : ชั่วโมง

ของสาขา สุรวงศ์

จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ย 53 คน (ใช้เวลา:รายการ เฉลี่ย 4 นาที) แบ่งเป็น กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการประเภทขอ STATEMENT เฉลี่ยร้อยละ 50 และบริการรับเช็คคืน, เข้าบัญชีเงินเดือนพนักงานบริษัท เฉลี่ยร้อยละ 50 กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพนักงานเดินเอกสารของบริษัทต่างๆ ซึ่งมีความคุ้นเคยกับการบริการของธนาคาร และจะติดต่อกับธนาคารทางโทรศัพท์ก่อนการมาใช้บริการ

ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (ดูภาพที่ 4.4 ประกอบ)

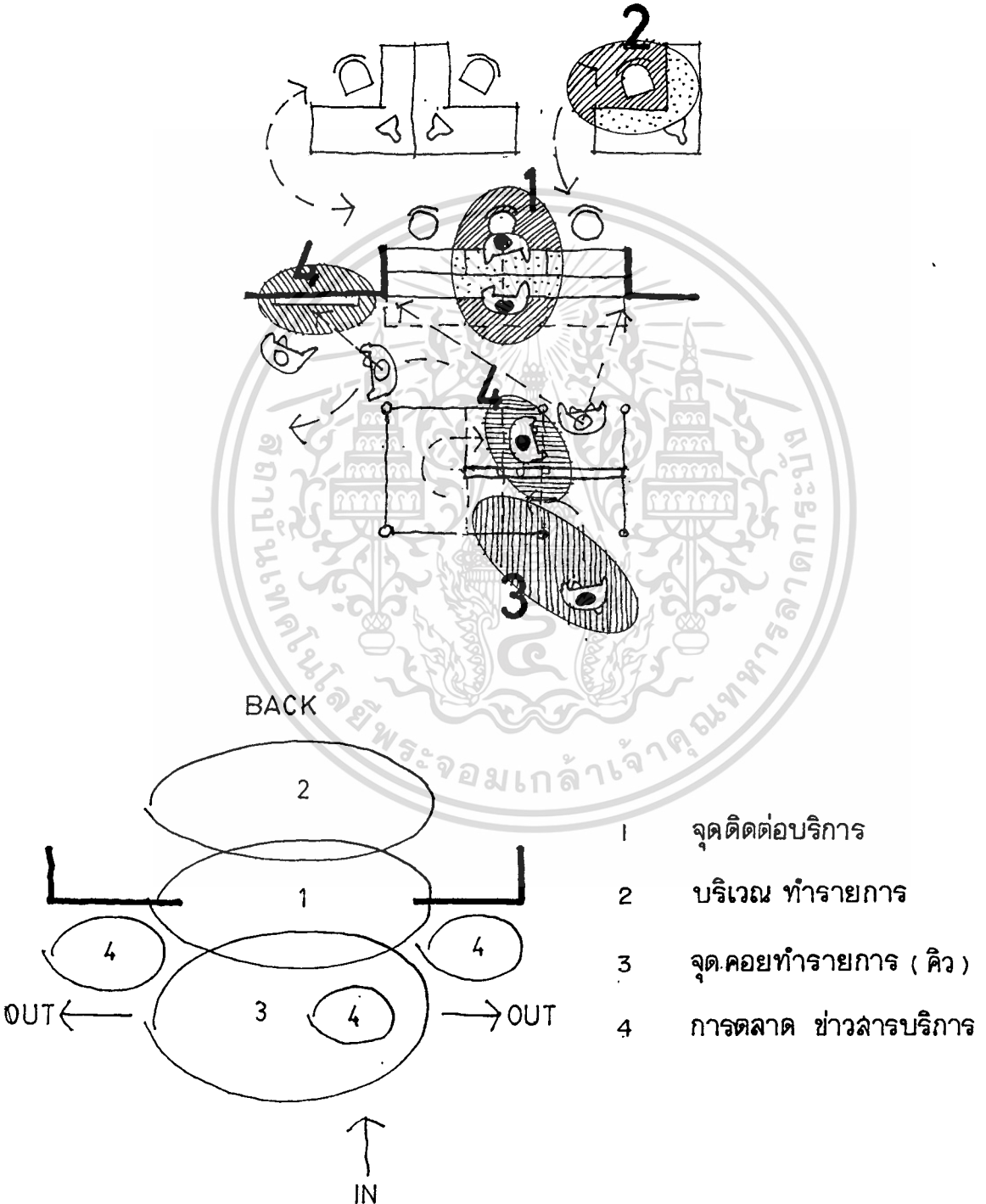
จุดให้บริการ และทำรายการ : สามารถให้บริการเช่นเดียวกันหมดโดยการจัดเคาน์เตอร์สำหรับรับรายการด้านหน้า และทำรายการด้านหลัง สาเหตุก็คือในส่วนนี้พนักงานจะทำรายการให้ลูกค้าทั้งหมด และมีหลายขั้นตอน และพบว่าพนักงานควรช่วยเหลืองานกันได้ในส่วนจุดทำรายการ

บริเวณคอยทำรายการ (คิว) : จากการวิเคราะห์ พบว่าในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) จะมีลูกค้าสะสมประมาณ 9 คน ระหว่างชั่วโมง โดยพบว่าในส่วนนี้ใช้เวลาต่อรายการน้อย ในการวิจัยได้เสนอรูปแบบสำหรับลูกค้าขณะคอยทำรายการ ในลักษณะ คิว (QUEUE) ในลักษณะเข้าใช้บริการในระบบคิวเดี่ยว (SINGLE QUEUE) รูปแบบ (SNAKE QUEUE) และออกจากคิวด้านข้าง (TURN - BACK SERVICE) การใช้รูปแบบคิวในลักษณะนี้จะช่วยให้ลูกค้า ได้รับความยุติธรรมในการเข้าใช้บริการ สะดวกรวดเร็ว และใช้พื้นที่น้อย โดยสามารถที่จะสังเกตเห็นช่องบริการ และสัญญาณเข้าใช้ส่งบริการได้ในขณะอยู่ในคิว โดยกำหนดให้ลูกค้าหยุดรอต่อใช้บริการที่ปลายคิว

หมายเหตุ ปริมาณลูกค้าสะสมในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) เกิดจากสาเหตุบางประการอย่างใดอย่างหนึ่งประกอบด้วยสาเหตุหลัก ๆ ดังนี้ (1) มีปริมาณลูกค้ามากในระหว่างชั่วโมง (2) ลูกค้าทำรายการใช้เวลาต่อรายการมาก (3) พนักงานใช้เวลาทำรายการต่อรายการมาก ในการวิจัยได้วิเคราะห์จากการคำนวณ และเปรียบเทียบ การสังเกต บันทึก ของกลุ่มสาขาตัวอย่าง

การเสริมการขาย : สำหรับให้ข่าวสารบริการ ด้วยแผ่นพับแนะนำบริการ (BROCHURE) โดยมีจุดประสงค์หลักคือแนะนำผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ๆ ตลอดจนลดการเบียดหนายในระหว่างคอยทำรายการ และเพื่อความเข้าใจผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับของลูกค้า และการตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ ๆ กับธนาคาร ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ต่อธนาคารเช่นกัน

ภาพที่ 4.4 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการสาธารณะบัญชี สาขาในเขตนครหลวง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการเปิดบัญชีใหม่(NEW ACCOUNT)

-การคำนวณจำนวนลูกค้า : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{จำนวนลูกค้าปกติ} + \text{จำนวนลูกค้าสูงสุด}}$

2

$$\frac{36 + 48}{2} = 42 \text{ คน}$$

2

-เวลา : รายการ = 15 นาที

-การคำนวณรายการ : วัน

สูตร $\frac{\text{เวลา : วัน (นาที)}}{\text{เวลา : รายการ}}$

เวลา : รายการ

$$\frac{360}{15} = 24 \text{ รายการ}$$

15

-การคำนวณลูกค้า : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน} \times \text{เวลา : รายการ (นาที)}}{\text{เวลา : วัน (นาที)}}$

เวลา : วัน (นาที)

$$\frac{42 \times 15}{360} = 2 \text{ คน}$$

360

-การคำนวณผู้ให้บริการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน}}{\text{รายการ : วัน}}$

รายการ : วัน

$$\frac{42}{24} = 2 \text{ คน}$$

24

-การคำนวณลูกค้าสะสม : รายการ(เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : รายการ} - \text{จำนวนผู้ให้บริการ}}$

(กรณีในวันที่มี ลูกค้า สูงสุด) $2 - 2 = 0 \text{ คน}$

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น) $3 - 2 = 1 \text{ คน}$

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้าในวันที่มีลูกค้าสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้าในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น หมายถึง จำนวนลูกค้าสูงสุด : ชั่วโมง

ของสาขา สุรวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ย 42 คน (ใช้เวลา : รายการ เฉลี่ย 15 นาที) แบ่งเป็นลูกค้าที่ใช้บริการแบ่งออกเป็นลูกค้าใหม่เฉลี่ยร้อยละ 40 และลูกค้าเก่าเฉลี่ยร้อยละ 60 บริการเปิดบัญชีใหม่ในปัจจุบันพบว่านอกจากจะสามารถให้บริการได้ครบถ้วนจนจบในจุดเดียว (ONE STOP INTERVIEW) แล้ว ยังเน้นความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีแนวความคิดส่งเสริมการขาย และบริการด้านการตลาดของธนาคาร เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจประโยชน์ที่จะได้รับ และทำธุรกิจใหม่ๆกับธนาคาร

ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (ดูภาพที่ 4.5 ประกอบ)

จุดให้บริการ และทำรายการ : สำหรับให้บริการและทำรายการเปิดบัญชีใหม่ สามารถให้บริการครบถ้วนที่จุดเดียว (ONE STOP INTERVIEW) ด้วยคอมพิวเตอร์บริการ ช่วยเก็บข้อมูล และตรวจสอบรายการจากจอภาพ (MONITOR) ดังนั้นในการสร้างรูปแบบ การให้บริการ และทำรายการ จึงเน้นการขายและการบริการลักษณะดังกล่าว ให้มีความสะดวกในการทำรายการแบบและเป็นกันเองใกล้ชิด กับพนักงาน และข้อมูลในลักษณะที่ประชุมเจรจา ลูกค้ามาใช้บริการแบ่งออกเป็นลูกค้าเดี่ยว และกลุ่มสองถึงสามคนในบางครั้ง และต้องการใกล้ชิดข้อมูลในระหว่างรายการสาเหตุ ก็คือต้องการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลส่วนตัว โดยใช้เวลาต่อรายการเฉลี่ย 15 นาที โดยสรุปจึงจำเป็นต้องมีที่นั่ง 1-2 คน สำหรับทำรายการ จากการศึกษพบว่าในส่วนเปิดบัญชีใหม่จะมีเจ้าหน้าที่ระดับผู้ช่วยผู้จัดการ ด้านการตลาดมีหน้าที่ดูแลบริการลูกค้าด้านหน้า และต้องสามารถ เข้า-ออก จุดให้บริการ และทำรายการ โดยสะดวก เพื่อแนะนำบริการลูกค้าในบริเวณโดยพักคอย ในขั้นตอนการติดต่อมีงานเอกสาร และการเก็บบันทึกประวัติลูกค้าใหม่ จึงต้องมีส่วนจัดเก็บ และอัดสำเนาเอกสารประวัติที่ใกล้ จุดให้บริการ และทำรายการ เพื่อความสะดวกรวดเร็ว

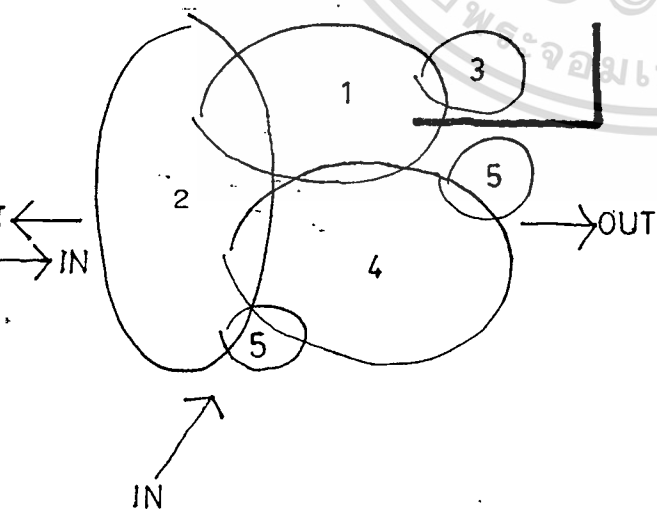
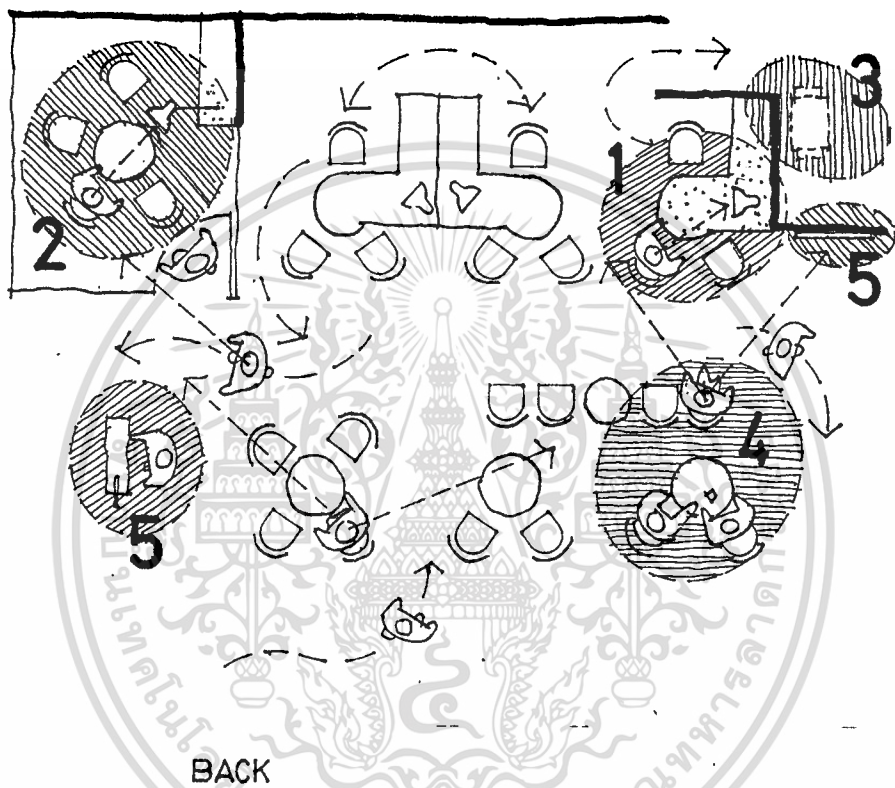
บริเวณคอยทำรายการ (คิว) : จากการวิเคราะห์ พบว่าในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) จะมีลูกค้าสะสมประมาณ 4-8 คน ระหว่างชั่วโมง โดยพบว่าในส่วนนี้ใช้เวลาต่อรายการมาก ในการวิจัยได้เสนอรูปแบบสำหรับลูกค้าขณะคอยทำรายการ ในลักษณะ คิว โดยอัตโนมัติ ด้วยเก้าอี้ตรงจุดให้บริการนั้น ๆ (SEPARATE QUEUE) โดยออกจากจุดทำรายการไปทางด้านข้าง (TURN - BACK SERVICE) และลูกค้าสะสมที่ต้องรอนานด้วยลักษณะหุ้บรองแบบมีโต๊ะกลาง สำหรับกรอกรายการในระหว่างรอทำรายการ เพื่อลดขั้นตอน และเวลาเมื่อต้องทำรายการ

หมายเหตุ ปริมาณลูกค้าสะสมในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) เกิดจากสาเหตุบางประการอย่างใดอย่างหนึ่งประกอบด้วยสาเหตุหลัก ๆ ดังนี้ (1) มีปริมาณลูกค้ามากในระหว่างชั่วโมง (2) ลูกค้าทำรายการใช้เวลาต่อรายการมาก (3) พนักงานใช้เวลาทำรายการต่อรายการมาก ในการวิจัยได้วิเคราะห์จากการคำนวณ และเปรียบเทียบ การสังเกต บันทึก ของกลุ่มสาขาตัวอย่าง

การเสริมการขาย : สำหรับให้ข่าวสารบริการ ด้วยแผ่นพับแนะนำบริการ (BROCHURE) โปสเตอร์ และการแนะนำบริการแบบครบถ้วนในจุดเดียว (ONE STOP SERVICE) โดยมีจุดประสงค์หลักคือแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ตลอดจนลดการเบียดเบียนในระหว่างคอยทำรายการ และเพื่อความเข้าใจผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับของลูกค้า และการตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ ๆ กับธนาคาร ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ต่อธนาคารเช่นกัน



ภาพที่ 4.5 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนให้บริการเปิดบัญชีใหม่ สาขาในเขตนครหลวง



- 1 จุดให้บริการ และทำรายการ
- 2 บริการ "ONE STOP SERVICE"
- 3 ลานเอนก
- 4 บริเวณคอยทำรายการ
- 5 การตลาด ชำลารบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการพิธีการสินเชื่อ(CREDIT PROCESSING)

-การคำนวณจำนวนลูกค้า : วัน (เฉลี่ย)

สูตร จำนวนลูกค้าปกติ + จำนวนลูกค้าสูงสุด

2

$$\frac{32+42}{2} = 37 \text{ คน}$$

2

-เวลา : รายการ = 20 นาที

-การคำนวณรายการ : วัน

สูตร เวลา : วัน (นาที)

เวลา : รายการ

$$\frac{360}{20} = 18 \text{ รายการ}$$

20

-การคำนวณลูกค้า : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : วัน × เวลา : รายการ (นาที)

เวลา : วัน (นาที)

$$\frac{37 \times 20}{360} = 2 \text{ คน}$$

360

-การคำนวณผู้ให้บริการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : วัน

รายการ : วัน

$$\frac{37}{18} = 2 \text{ คน}$$

18

-การคำนวณลูกค้าสะสม : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : รายการ - จำนวนผู้ให้บริการ

(กรณีในวันที่มีลูกค้าสูงสุด) 2-2 = 0 คน

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น) 3-2 = 1 คน

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้าในวันที่มีลูกค้าสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้าในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น หมายถึง จำนวนลูกค้าสูงสุด : ชั่วโมง

ของสาขา สุรวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการ เฉลี่ย 37 คน(ใช้เวลา :รายการ 20 นาที) ลูกค้าส่วนมากติดต่อใช้บริการประเภทชำระเงินกู้, ชำระบัตรเครดิต, ขยายเช็ค เฉลี่ยร้อยละ 65 ใช้เวลาเฉลี่ย 10-15 นาที และใช้บริการประเภทขอหนังสือค้ำประกัน(กรณีบุคคลธรรมดาและบริษัท ต้องมีการค้ำประกันบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป), และเบิกเงินเกินบัญชี เฉลี่ยร้อยละ 35 ใช้เวลาเฉลี่ย 30 นาที ลูกค้าสามารถใช้บริการด้านหน้าเคาน์เตอร์เดียวได้ทุกช่องบริการ

ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (ดูภาพที่ 4.6 ประกอบ)

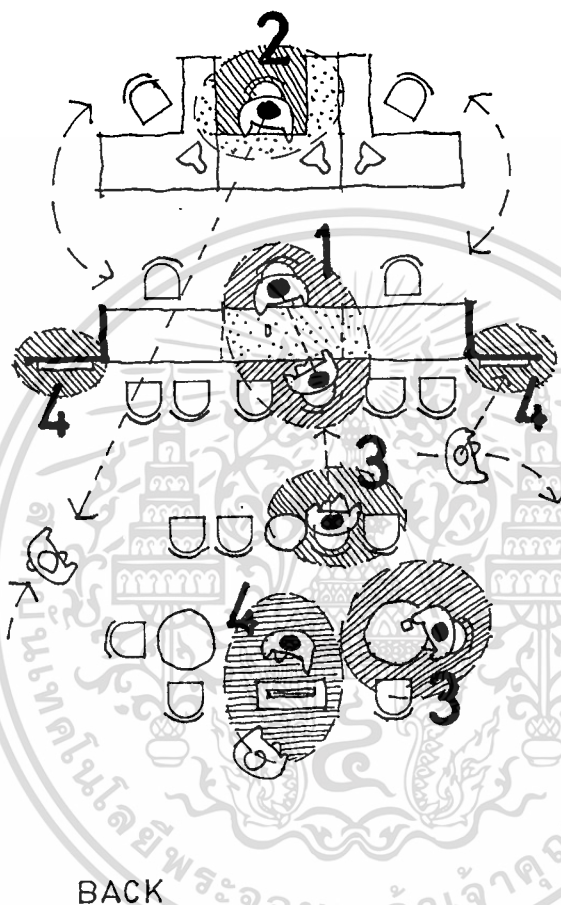
จุดให้บริการ แลทำรายการ : สามารถให้บริการเช่นเดียวกันหมดโดยการรับบริการด้วยเคา์เตอร์ด้านหน้า ในลักษณะเคาน์เตอร์เดี่ยว และทำรายการด้านหลังสาเหตุก็คือในส่วนนี้ พนักงานจะทำรายการให้ทั้งหมด มีความละเอียดและเอกสารมาก พนักงานควรมีสมาธิและเป็นสัดส่วนในการทำงาน จึงควรแบ่งขอบเขตของลูกค้า และพนักงาน ควรช่วยเหลืองานกันได้ในขณะที่งานมากทั้งด้านหน้า และ ด้านหลัง จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามาใช้บริการมากกว่า 1 คนในกรณีการทำสัญญาค้ำประกันเฉลี่ยร้อยละ 50 ใช้เวลาต่อรายการ เฉลี่ย 20 นาทีโดยสรุปจากการศึกษาพบว่าจำเป็นต้องมีที่นั่ง 2 คนสำหรับติดต่อขณะรายการ

บริเวณคอยทำรายการ (คิว) : จากการวิเคราะห์ พบว่าในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) จะมีลูกค้าสะสมประมาณ 2-8 คน ระหว่างชั่วโมง โดยพบว่าในส่วนนี้ใช้เวลาต่อรายการมาก ในการวิจัยได้เสนอรูปแบบสำหรับลูกค้าขณะคอยทำรายการ ในลักษณะ คิว โดยอัตโนมัติ ด้วยเก้าอี้ตรงจุดให้บริการนั้น ๆ (SEPARATE QUEUE) โดยออกจากจุดทำรายการไปทางด้านข้าง (TURN - BACK SERVICE) และลูกค้าสะสมที่ต้องรอนานด้วยลักษณะชุดรับรองแบบมีโต๊ะกลาง สำหรับกรอกรายการในระหว่างรอทำรายการ เพื่อลดขั้นตอน และเวลาเมื่อต้องทำรายการ

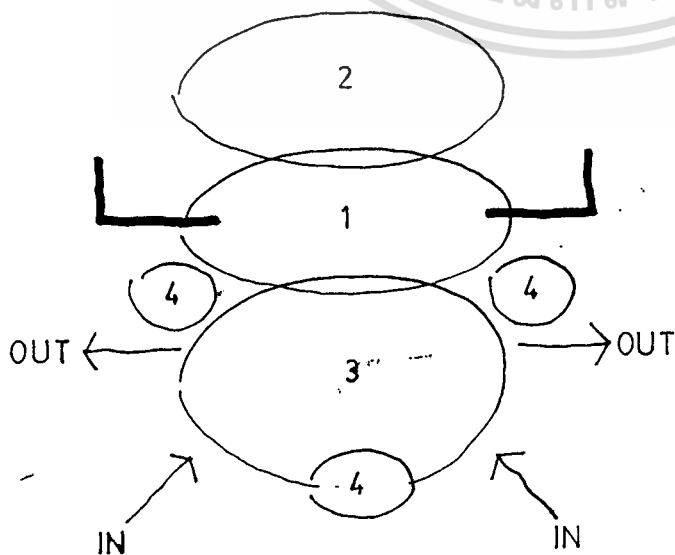
หมายเหตุ ปริมาณลูกค้าสะสมในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) เกิดจากสาเหตุบางประการอย่างใดอย่างหนึ่งประกอบด้วยสาเหตุหลัก ๆ ดังนี้ (1) มีปริมาณลูกค้ามากในช่วงชั่วโมง (2) ลูกค้าทำรายการใช้เวลาต่อรายการมาก (3) พนักงานใช้เวลาทำรายการต่อรายการมาก ในการวิจัยได้วิเคราะห์จากการคำนวณ และเปรียบเทียบ การสังเกต บันทึก ของกลุ่มสาขาตัวอย่าง

การเสริมการขาย : สำหรับให้ข่าวสารบริการ ด้วยแผ่นพับแนะนำบริการ (BROCHURE) โปสเตอร์ โดยมีจุดประสงค์หลักคือแนะนำผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ๆ ตลอดจนลดการเบียดหนายในระหว่างคอยทำรายการ และเพื่อความเข้าใจผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับของลูกค้า และการตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ ๆ กับธนาคาร ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ต่อธนาคารเช่นกัน

ภาพที่ 4.6 แสดงแนวทางการใช้พื้นที่ ส่วนบริการพิธีการสินเชื่ สาขาในเขตนครหลวง



BACK



- 1 จุดติดต่อบริการ
- 2 บริเวณทำรายการ
- 3 บริเวณคอยทำรายการ (คิว)
- 4 การตลาด ข่าวสารบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการด้านต่างประเทศ (FOREIGN REMITTANCE)

-การคำนวณจำนวนลูกค้า : วัน (เฉลี่ย)

สูตร จำนวนลูกค้าปกติ + จำนวนลูกค้าสูงสุด

2

$$\frac{24+40}{2} = 32 \text{ คน}$$

2

-เวลา : รายการ = 15 นาที

-การคำนวณรายการ : วัน

สูตร เวลา : วัน (นาที)

เวลา : รายการ

$$\frac{360}{15} = 24 \text{ รายการ}$$

15

-การคำนวณลูกค้า : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : วัน × เวลา : รายการ (นาที)

เวลา : วัน (นาที)

$$\frac{32 \times 15}{360} = 2 \text{ คน}$$

360

-การคำนวณผู้ให้บริการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : วัน

รายการ : วัน

$$\frac{32}{24} = 2 \text{ คน}$$

24

-การคำนวณลูกค้าสะสม : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : รายการ - จำนวนผู้ให้บริการ

(กรณีในวันที่มีลูกค้าสูงสุด) 1-1 = 0 คน

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น) 2-1 = 1 คน

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้าในวันที่มีลูกค้าสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้าในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น หมายถึง จำนวนลูกค้าสูงสุด : ชั่วโมง ของ

สาขา สุรวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ย 32 คน (ใช้เวลา : รายการ เฉลี่ย 15 นาที) แบ่งเป็นลูกค้าโดยส่วนใหญ่ที่ใช้บริการประเภทซื้อ-ขายเงิน, ครีฟหรือเช็ค เฉลี่ยร้อยละ 60, และใช้บริการประเภทโอนเงินเข้า-ออก ต่างประเทศ, เช็คเดินทาง, และฝาก-ถอน, เปิด-ปิดบัญชี เงินต่างประเทศ เฉลี่ยร้อยละ 40 ในส่วนโถงลูกค้าจะแสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการ การยืนยันและความถูกต้องของอัตราแลกเปลี่ยนเงิน ณ. ปัจจุบัน โดยจะสอบถามกับพนักงานโดยตรง

ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (ดูภาพที่ 4.7 ประกอบ)

จุดให้บริการ และทำรายการ : สำหรับให้บริการลูกค้าด้านต่างประเทศ สามารถให้บริการลูกค้าด้วยพนักงาน โดยตรง และเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้างาน สาเหตุก็คือลูกค้าต้องการ การยืนยัน และความถูกต้องของอัตราแลกเปลี่ยนเงิน ณ. ปัจจุบันจากพนักงานที่เชื่อถือได้มากที่สุด โดยสรุปจากการศึกษาพบว่าควรมีเคาน์เตอร์สำหรับรับรองลูกค้าในส่วนบริการด้านหน้า สาเหตุก็คือในระหว่างรายการมีการให้บริการเกี่ยวกับเงินสด เช่นเดียวกับบริการด้านเคาน์เตอร์ฝาก - ถอน ไม่ควรให้ลูกค้าเข้าถึงด้านหลังเคาน์เตอร์ได้ เพื่อป้องกันความปลอดภัย จากการศึกษาค้นคว้าจะมีเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าเพื่อดูแล และตัดสินใจในการบริการ และงานเก็บเอกสารในส่วนหลัง ในขณะที่ทำการ ลูกค้าสามารถติดต่อโดยตรงกับพนักงานใน ส่วนหน้าเคาน์เตอร์ โดยใช้เวลาดำรายการ เฉลี่ย 15 นาที โดยสรุปจากการศึกษาพบว่าจำเป็นต้องมีที่นั่งสำหรับลูกค้าสำหรับ ติดต่อขณะรายการ

บอร์ดแสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงิน : สำหรับแสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงิน ณ. ปัจจุบันลูกค้าสามารถดูเปรียบเทียบได้ด้วยตัวเอง

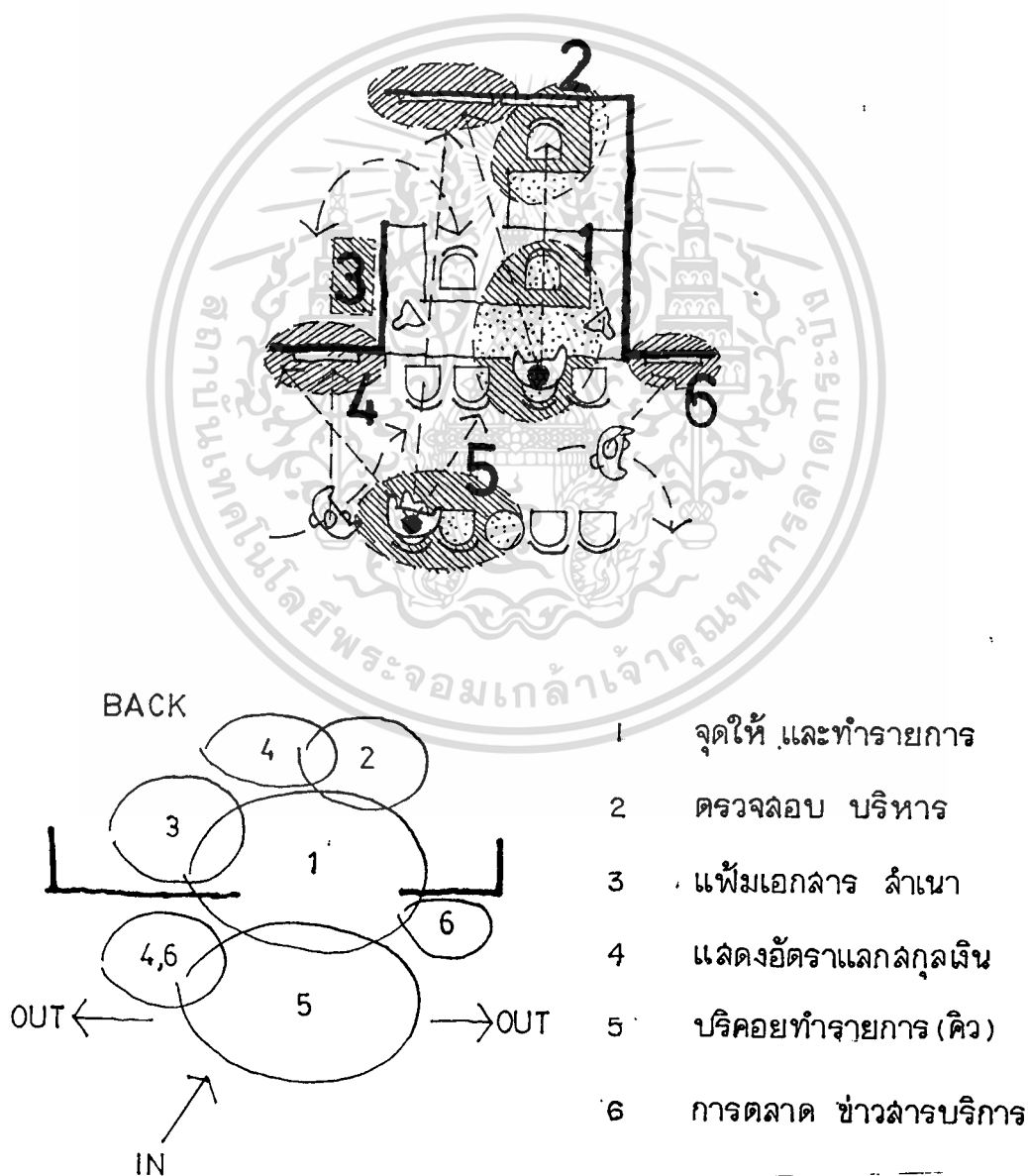
บริเวณคอยทำรายการ (คิว) : จากการวิเคราะห์ พบว่าในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) จะมีลูกค้าสะสมประมาณ 4 คน ระหว่างชั่วโมง โดยพบว่าในส่วนนี้ใช้เวลาต่อรายการมาก ในการวิจัยได้เสนอรูปแบบสำหรับลูกค้าขณะคอยทำรายการ ในลักษณะแถว ในลักษณะนี้ลูกค้าจะสามารถเข้าใช้บริการตามลำดับคิว อย่างอัตโนมัติโดยการสังเกตเห็นจุดให้บริการจากที่นั่งพักคอย โดยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการคนเดียว

หมายเหตุ ปริมาณลูกค้าสะสมในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) เกิดจากสาเหตุบางประการอย่างใดอย่างหนึ่งประกอบด้วยสาเหตุหลัก ๆ ดังนี้ (1) มีปริมาณลูกค้ามากในระหว่างชั่วโมง (2) ลูกค้าทำรายการใช้เวลาต่อรายการมาก (3) พนักงานใช้เวลาทำรายการต่อรายการมาก ในการวิจัยได้วิเคราะห์จากการคำนวณ และเปรียบเทียบ การสังเกต บันทึก ของกลุ่มสาขาตัวอย่าง

การเสริมการขาย : สำหรับให้ข่าวสารบริการ ด้วยแผ่นพับแนะนำบริการ (BROCHURE) และโปสเตอร์แนะนำบริการ โดยมีจุดประสงค์หลักคือแนะนำผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ๆ ตลอด

จนลดการเมื่อหน่ายในระหว่างคอยทำรายการ และเพื่อความเข้าใจผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับของถูกค้า และการตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ๆ กับธนาคาร ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ต่อธนาคารเช่นกัน

ภาพที่ 4.7 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนให้บริการด้านต่างประเทศ สาขาในเขตนครหลวง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการสินเชื่อ(LENDING)

-การคำนวณจำนวนลูกค้า : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{จำนวนลูกค้าปกติ} + \text{จำนวนลูกค้าสูงสุด}}$

2

$$\frac{20 + 31}{2} = 25 \text{ คน}$$

2

-เวลา : รายการ = 60 นาที

-การคำนวณรายการ : วัน

สูตร $\frac{\text{เวลา : วัน (นาที)}}{\text{เวลา : รายการ}}$

เวลา : รายการ

$$\frac{360}{60} = 6 \text{ รายการ}$$

60

-การคำนวณลูกค้า : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน} \times \text{เวลา : รายการ (นาที)}}{\text{เวลา : วัน (นาที)}}$

เวลา : วัน (นาที)

$$\frac{25 \times 60}{360} = 4 \text{ คน}$$

360

-การคำนวณผู้ให้บริการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน}}{\text{รายการ : วัน}}$

รายการ : วัน

$$\frac{25}{6} = 4 \text{ คน}$$

6

-การคำนวณลูกค้าสะสม : รายการ(เฉลี่ย)

สูตร $\text{ลูกค้า : รายการ} - \text{จำนวนผู้ให้บริการ}$

(กรณีในวันที่มีลูกค้าสูงสุด) $4 - 4 = 0$ คน

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น) $5 - 4 = 1$ คน

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้าในวันที่มีลูกค้าสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้าในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น หมายถึง จำนวนลูกค้าสูงสุด : ชั่วโมง

ของสาขา สุรวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ย 25 คน (ใช้เวลา : รายการ เฉลี่ย 60 นาที) แบ่งเป็นลูกค้ามีความต้องการความเป็นส่วนตัวในการติดต่อหรือเจรจา โดยทั่วไปส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายย่อย 1-2 คน เฉลี่ยร้อยละ 60 , กลุ่มลูกค้ารายย่อย 3-4 คน เฉลี่ยร้อยละ 30 , และกลุ่มลูกค้า 5 คนขึ้นไป เช่น กลุ่มบริษัท เฉลี่ยร้อยละ 10 แบ่งออกเป็นลูกค้าเก่าและใหม่ เฉลี่ยร้อยละ 50 , แต่พบว่าเจ้าหน้าที่ต้องการติดต่อช่วยงานขณะบริการลูกค้า

ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (ดูภาพที่ 4.8 ประกอบ)

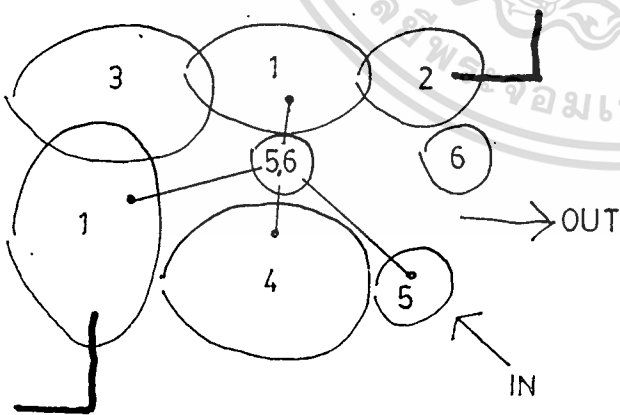
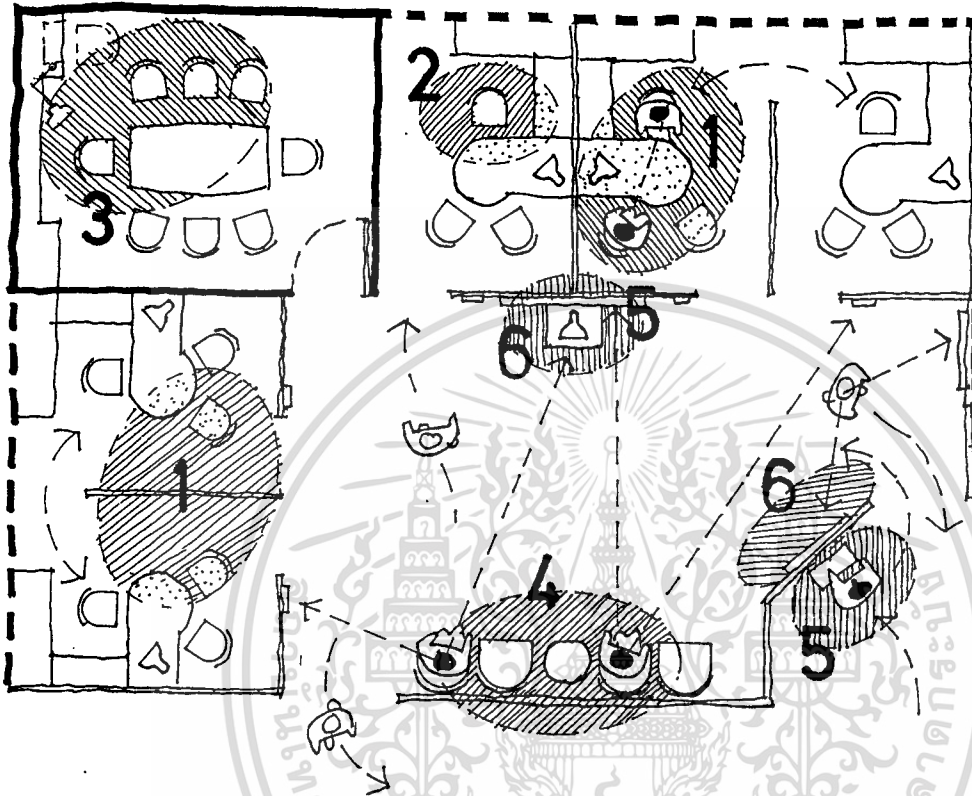
จุดให้บริการ และทำรายการ : สามารถให้บริการลูกค้า เช่นเดียวกับเปิดบัญชีใหม่ในลักษณะ ครบถ้วนในจุดเดียว (ONE STOP INTERVIEW) แบบเป็นสัดส่วนจัดส่วนแยกออกจากกัน โดยพนักงานทุกคนสามารถให้บริการ เช่นเดียวกันหมด และสามารถพบว่าพนักงานต้องการช่วยเหลืองานกันได้ระหว่างรายการ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าต้องการเป็นสัดส่วนในขณะที่ทำรายการ ไม่ต้องการให้คนอื่นทราบสาเหตุ และรายละเอียดในการขอกู้สินเชื่อแบ่งออกเป็นมาใช้บริการเฉลี่ยร้อยละ 60 เปอร์เซ็นมาใช้บริการ 1-3 คน เฉลี่ยร้อยละ 30 มาใช้บริการ 3-4 คน และเฉลี่ยร้อยละ 10 มาใช้บริการตั้งแต่ 5 คนขึ้นไปใช้เวลาเฉลี่ยต่อรายการ 60 นาทีโดยสรุปจากการศึกษาพบว่าจำเป็นต้องมีที่นั่ง จุดให้และทำรายการ 1-2 ที่นั่ง

บริเวณคอยทำรายการ (คิว) : จากการวิเคราะห์ พบว่าในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) จะมีลูกค้าสะสมประมาณ 1-2 คน ระหว่างชั่วโมง โดยพบว่าในส่วนนี้ใช้เวลาต่อรายการมาก ในการวิจัยได้เสนอรูปแบบสำหรับลูกค้าขณะคอยทำรายการ แบบสบาย และมีสัดส่วน สาเหตุลูกค้าต้องใช้เวลาในการรอคอยทำรายการนาน

หมายเหตุ ปริมาณลูกค้าสะสมในช่วงเวลาหนาแน่น (PEAK) เกิดจากสาเหตุบางประการอย่างใดอย่างหนึ่งประกอบด้วยสาเหตุหลัก ๆ ดังนี้ (1) มีปริมาณลูกค้ามากในระหว่างชั่วโมง (2) ลูกค้าทำรายการใช้เวลาต่อรายการมาก (3) พนักงานใช้เวลาทำรายการต่อรายการมาก ในการวิจัยได้วิเคราะห์จากการคำนวณ และเปรียบเทียบ การสังเกต บันทึก ของกลุ่มสาขาตัวอย่าง

การเสริมการขาย : สำหรับให้ข่าวสารบริการ ด้วยแผ่นพับแนะนำบริการ (BROCHURE) โปสเตอร์ และโทรทัศน์ (TV-PROMOTIN) แนะนำบริการโดยมีจุดประสงค์หลักคือแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ตลอดจนลดการเบื่อหน่ายในระหว่างคอยทำรายการ และเพื่อความเข้าใจผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับของลูกค้า และการตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ ๆ กับธนาคาร ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ต่อธนาคารเช่นกัน

ภาพที่ 4.8 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนให้บริการสินเชื่อ สาขาในเขตนครหลวง



- 1 จุดให้ และทำรายการ
- 2 บริหาร บริการ
- 3 ประชุม เจรจา.
- 4 บริเวณคอยทำรายการ (คิว)
- 5 บัตรคิว (ระบบไฟฟ้า)
- 6 การตลาด ข่าวสารบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการขายสมุดเช็ค (CHECK ISSUANCE)

-การคำนวณจำนวนลูกค้า : วัน (เฉลี่ย)

สูตร จำนวนลูกค้าปกติ + จำนวนลูกค้าสูงสุด

2

$$\frac{17+22}{2} = 19 \text{ คน}$$

-เวลา : รายการ = 5 นาที

-การคำนวณรายการ : วัน

สูตร เวลา : วัน (นาที)

เวลา : รายการ

$$\frac{360}{5} = 70 \text{ รายการ}$$

-การคำนวณลูกค้า : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : วัน × เวลา : รายการ (นาที)

เวลา : วัน (นาที)

$$\frac{19 \times 5}{360} = 1 \text{ คน}$$

-การคำนวณผู้ให้บริการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : วัน

รายการ : วัน

$$\frac{19}{70} = 1 \text{ คน}$$

-การคำนวณลูกค้าสะสม : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : รายการ - จำนวนผู้ให้บริการ

(กรณีในวันที่มีลูกค้าสูงสุด) 1-1 = 0 คน

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น) - = 0 คน

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้าในวันที่มีลูกค้าสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้าในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น หมายถึง จำนวนลูกค้าสูงสุด : ชั่วโมง

ของสาขา สุรวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการ เฉลี่ย 19 คน (ใช้เวลา:รายการ เฉลี่ย 5 นาที) แบ่งเป็นลูกค้าทั่วไปจะซื้อสมุดเช็คครั้งละ 1 เล่ม และลูกค้าประเภทบริษัทจะซื้อสมุดเช็คคราวละ 2-10 เล่ม ซึ่งสามารถติดต่อขอซื้อสมุดเช็คได้จากด้านหน้าเคาน์เตอร์เดี่ยวของส่วนขายเช็คของเคาน์เตอร์

ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (ดูภาพที่ 4.4 ประกอบ)

จุดให้บริการ และทำรายการ : สำหรับบริการ และขายสมุดเช็คสามารถทำรายการเช็คตามที่ถูกสั่งต้องการ ณ จุดบริการโดยการให้บริการ และทำรายการด้วยลักษณะเคาน์เตอร์สาเหตุก็คือ ในส่วนนี้พนักงานจะทำรายการทั้งหมด ด้วยเครื่องพิมพ์เช็คพนักงานไม่จำเป็นต้องใกล้ชิดกับลูกค้า และควรเป็นส่วนในการทำรายการจากการศึกษาพบว่าจะมีกลุ่มลูกค้าบริษัทมาใช้บริการที่ละหลายรายการเฉลี่ย 2-10 รายการต่อครั้ง ในเวลาปลายเดือนจึงควรจะมีที่นั่งสำหรับติดต่อขณะรายการ ลูกค้าโดยส่วนใหญ่ใช้บริการคนเดียว

การเสริมการขาย : สำหรับให้ข่าวสารบริการ ด้วยแผ่นพับแนะนำบริการ (BROCHURE) ไปสเตอร์ โดยมีจุดประสงค์หลักคือแนะนำผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ๆ ตลอดจนลดการเบียดเบียนในระหว่างคอยทำรายการ และเพื่อความเข้าใจผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับของลูกค้า และการตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ ๆ กับธนาคาร ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ต่อธนาคารเช่นกัน

ภาพที่ 4.9 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการขายสมุดเช็ค สาขาในเขตนครหลวง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (FOREIGN EXCHANGE)

-การคำนวณจำนวนลูกค้า : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{จำนวนลูกค้าปกติ} + \text{จำนวนลูกค้าสูงสุด}}$

2

$$\frac{12+18}{2} = 15 \text{ คน}$$

2

-เวลา : รายการ = 8 นาที

-การคำนวณรายการ : วัน

สูตร $\frac{\text{เวลา : วัน (นาที)}}$

เวลา : รายการ

$$\frac{360}{8} = 45 \text{ รายการ}$$

8

-การคำนวณลูกค้า : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน} \times \text{เวลา : รายการ (นาที)}}$

เวลา : วัน (นาที)

$$\frac{15 \times 8}{360} = 1 \text{ คน}$$

360

-การคำนวณผู้ให้บริการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร $\frac{\text{ลูกค้า : วัน}}$

รายการ : วัน

$$\frac{15}{45} = 1 \text{ คน}$$

45

-การคำนวณลูกค้าสะสม : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร $\text{ลูกค้า : รายการ} - \text{จำนวนผู้ให้บริการ}$

(กรณีในวันที่มีลูกค้าสูงสุด) $1-1 = 0 \text{ คน}$

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้านาน) $- = 0 \text{ คน}$

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้าในวันที่มีลูกค้าสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้าในช่วงเวลาที่มีลูกค้านาน หมายถึง จำนวนลูกค้าสูงสุด : ชั่วโมง

ของสาขา สุรวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

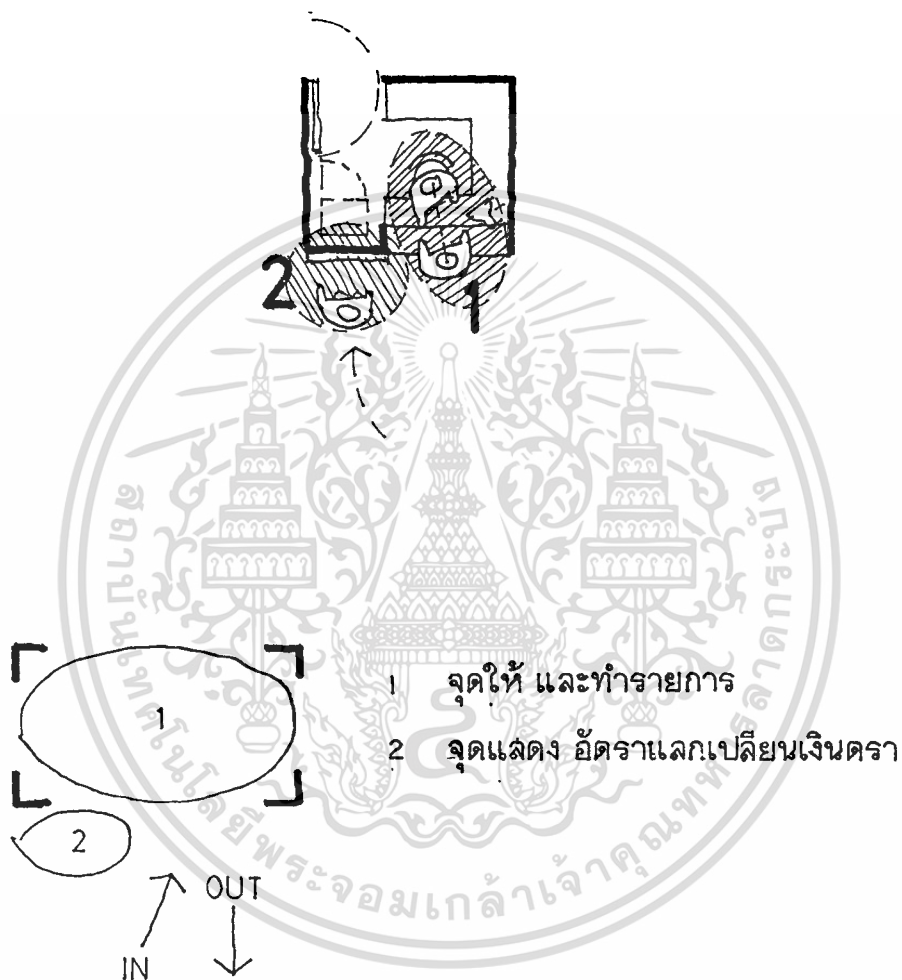
ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ย 15 คน (ใช้เวลา:รายการ เฉลี่ย 8 นาที) พบว่าสามารถให้บริการนอกเวลาทำการได้ และจำเป็นที่ต้องสังเกตเห็นได้ชัดเจน และปลอดภัยทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ โดยลูกค้าสามารถติดต่อได้จากด้านหน้าเคาน์เตอร์บริการ

ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (รูปภาพที่ 4.10 ประกอบ)

จุดให้บริการ และทำรายการ : สำหรับให้บริการลูกค้าที่ต้องการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจากการศึกษาพบว่าสามารถให้บริการได้ครบถ้วนในจุดเดียว และสามารถบริการได้นอกเวลาทำการ ควรมีความปลอดภัย จากบุคคลทั่วไปในเวลา นอกเวลาทำการ ลูกค้าสามารถติดต่อโดยตรงกับเคา์เตอร์ แลกเปลี่ยนเงินจากการศึกษาพบว่าในส่วนนี้ใช้เวลาทำรายการน้อย และไม่มีภาระจากรูทิจจะนั้นสามารถให้บริการได้โดยไม่ต้องมีเก้าอี้ สำหรับลูกค้าติดต่อขณะรายการ

จุดแสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา : สำหรับแสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของสกุลเงินต่าง ๆ โดยสังเกตเห็นได้โดยง่าย

ภาพที่ 4.10 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สาขาในเขต นครหลวง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้จัดการสาขา (BRANCH MANAGER)

-การคำนวณจำนวนลูกค้า : วัน (เฉลี่ย)

สูตร จำนวนลูกค้าปกติ + จำนวนลูกค้าสูงสุด

$$\frac{4+7}{2} = 5 \text{ คน}$$

-เวลา : รายการ = 20 นาที

-การคำนวณรายการ : วัน

สูตร เวลา : วัน (นาที)

$$\frac{360}{20} = 18 \text{ รายการ}$$

-การคำนวณลูกค้า : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : วัน × เวลา : รายการ (นาที)

$$\frac{5 \times 20}{360} = 1 \text{ คน}$$

-การคำนวณผู้ให้บริการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : วัน

$$\frac{18}{18} = 1 \text{ คน}$$

-การคำนวณลูกค้าสะสม : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้า : รายการ - จำนวนผู้ให้บริการ

(กรณีในวันที่มีลูกค้าสูงสุด) 1-1 = 0 คน

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น) 1-1 = 0 คน

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้าในวันที่มีลูกค้าสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้าเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้าในช่วงเวลาที่มีลูกค้าหนาแน่น หมายถึง จำนวนลูกค้าสูงสุด : ชั่วโมง ของ

สาขา สุรวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ย 5 คน (ใช้เวลา : รายการ เฉลี่ย 20 นาที) แบ่งเป็นลูกค้าที่ต้องการพบผู้จัดการคือ ลูกค้ารายใหญ่ประเภทสินเชื่อ เฉลี่ยร้อยละ 50 และลูกค้ารายใหญ่ประเภทเงินฝาก เฉลี่ยร้อยละ 50 นอกจากนี้คือ ลูกค้าประเภทที่มีปัญหาบางกรณี ปัจจุบันผู้จัดการสาขานอกจากมีหน้าที่บริหารและบังคับบัญชาแล้ว ต้องมีหน้าที่บริหารและดูแลลูกค้าบริเวณโถงบริการ

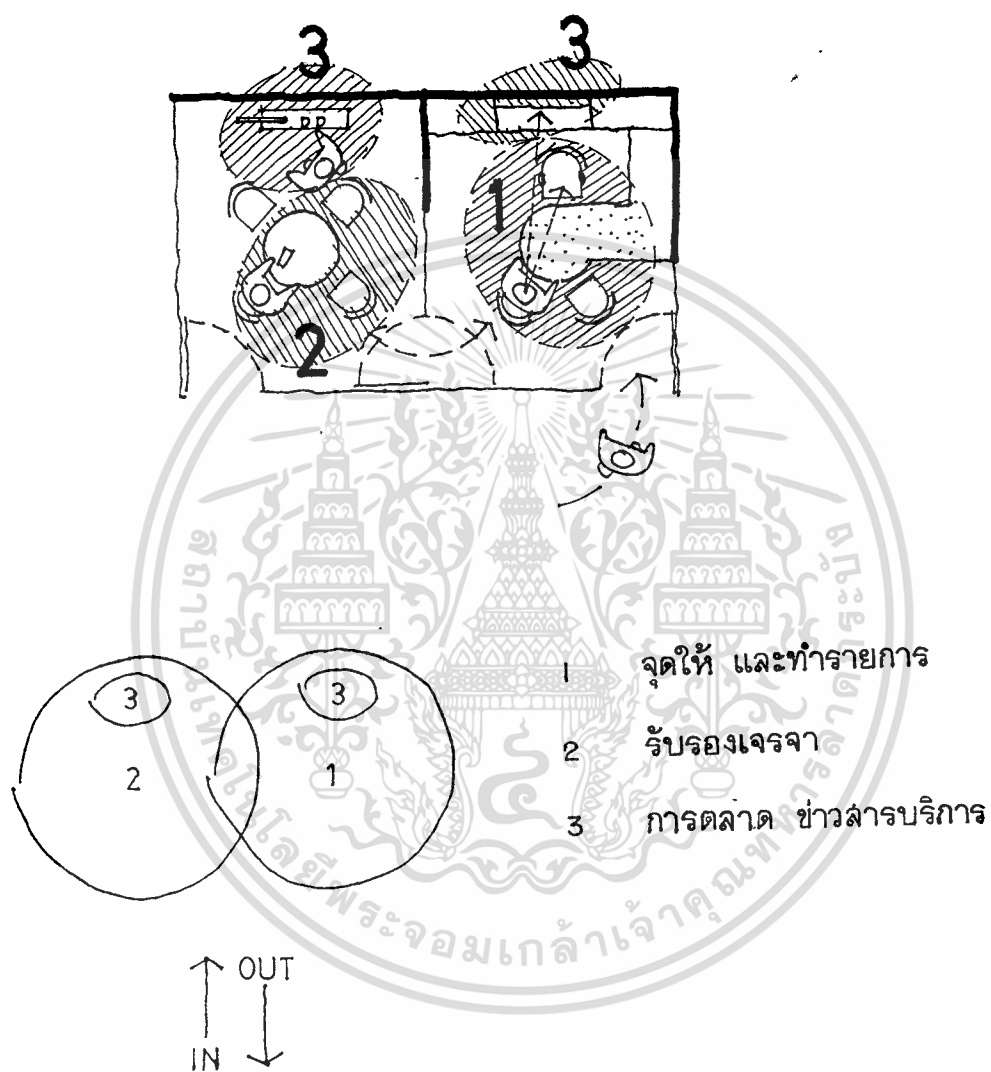
ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (ดูภาพที่ 4.11 ประกอบ)

จุดให้บริการ และทำรายการ : สำหรับต้อนรับลูกค้า โดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่ต้องการพบผู้จัดการ จะเป็นลูกค้ารายใหญ่ และกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการทำรายการ และ ต้องการเจรจาอย่างเป็นความลับ และโดยส่วนตัว ในการจัดชุดทำงานจะเป็นในลักษณะพิเศษ เพื่อความเหมาะสมกับตำแหน่งโดยใช้เวลาต่อรายการเฉลี่ย 20 นาทีโดยสรุปจากการศึกษาพบว่าควรมีที่นั่งขณะติดต่อเจรจา และทำรายการ

ห้องประชุมเจรจา : สำหรับการเจรจา และรับรองลูกค้าพิเศษ หรือเป็นกลุ่ม สามารถให้ความเป็นส่วนตัว และเป็นความลับในกรณีลูกค้าต้องการ หรือลูกค้าที่มีปัญหาต่าง ๆ

การเสริมการขาย : สำหรับให้ข่าวสารบริการ ด้วยแผ่นพับแนะนำบริการ (BROCHURE) โดยมีจุดประสงค์หลักคือแนะนำผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ๆ ตลอดจนลดการเบี่ยงหน่ายในระหว่างคอยทำรายการ และเพื่อความเข้าใจผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับของลูกค้า และการตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ ๆ กับธนาคาร ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ต่อธนาคารเช่นกัน

ภาพที่ 4.11 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนผู้จัดการสาขา สาขาในเขตนครหลวง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการตู้নিরক্ষ (SAFE DEPOSITE)

-การคำนวณจำนวนลูกค้ำ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร จำนวนลูกค้ำปกติ + จำนวนลูกค้ำสูงสุด

2

$\frac{4-5}{2} = 4$ คน

2

-เวลา : รายการ = 3 นาที

-การคำนวณรายการ : วัน

สูตร เวลา : วัน (นาที)

เวลา : รายการ

$\frac{360}{3} = 120$ รายการ

3

-การคำนวณลูกค้ำ : รายการ (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้ำ : วัน X เวลา : รายการ(นาที)

เวลา : วัน (นาที)

$\frac{4 \times 3}{360} = 1$ คน

360

-การคำนวณผู้ให้บริการ : วัน (เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้ำ : วัน

รายการ : วัน

$\frac{4}{120} = 1$ คน

120

-การคำนวณลูกค้ำสะสม : รายการ(เฉลี่ย)

สูตร ลูกค้ำ : รายการ - จำนวนผู้ให้บริการ

(กรณีในวันที่มีลูกค้ำสูงสุด) $1-1 = 0$ คน

(กรณีในช่วงเวลาที่มีลูกค้ำหนาแน่น) $- = 0$ คน

หมายเหตุ

จำนวนลูกค้ำในวันที่มีลูกค้ำสูงสุด หมายถึง จำนวนลูกค้ำเฉลี่ยสูงสุดของการวิจัย

จำนวนลูกค้ำในช่วงเวลาที่มีลูกค้ำหนาแน่น หมายถึง จำนวนลูกค้ำสูงสุด : ชั่วโมง

ของสาขา สุรวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

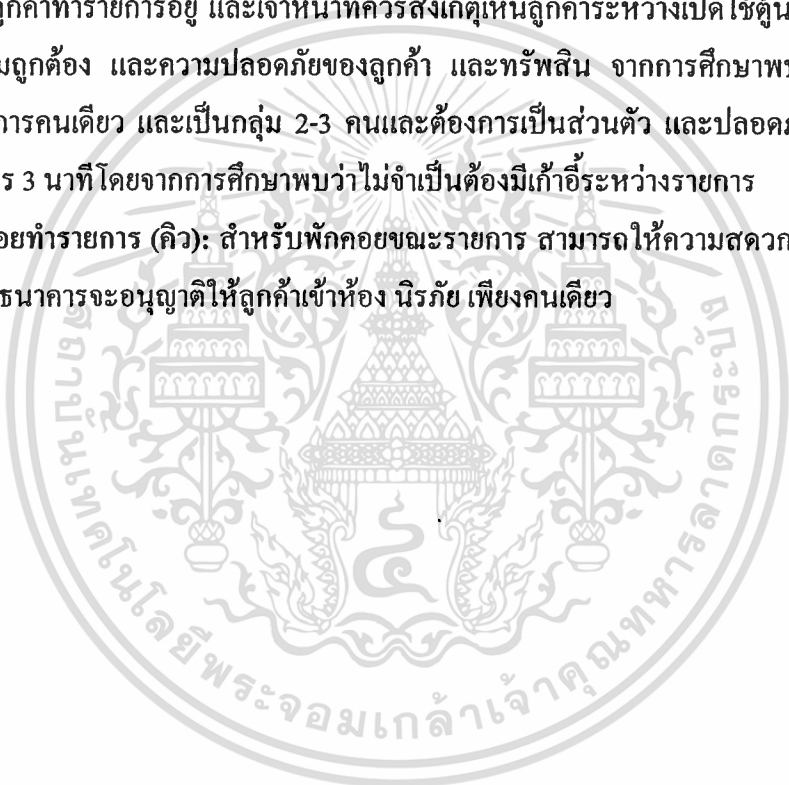
จากการคำนวณ สรุปได้ดังนี้

ในเวลาทำการมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ย 4 คน (ใช้เวลา:รายการ เฉลี่ย 3 นาที) ลูกค้าควรมีความรู้สึกปลอดภัยและเป็นส่วนตัวในระหว่างการใช้บริการ เช่น การขอเปิดตู้นิรภัยส่วนตัว

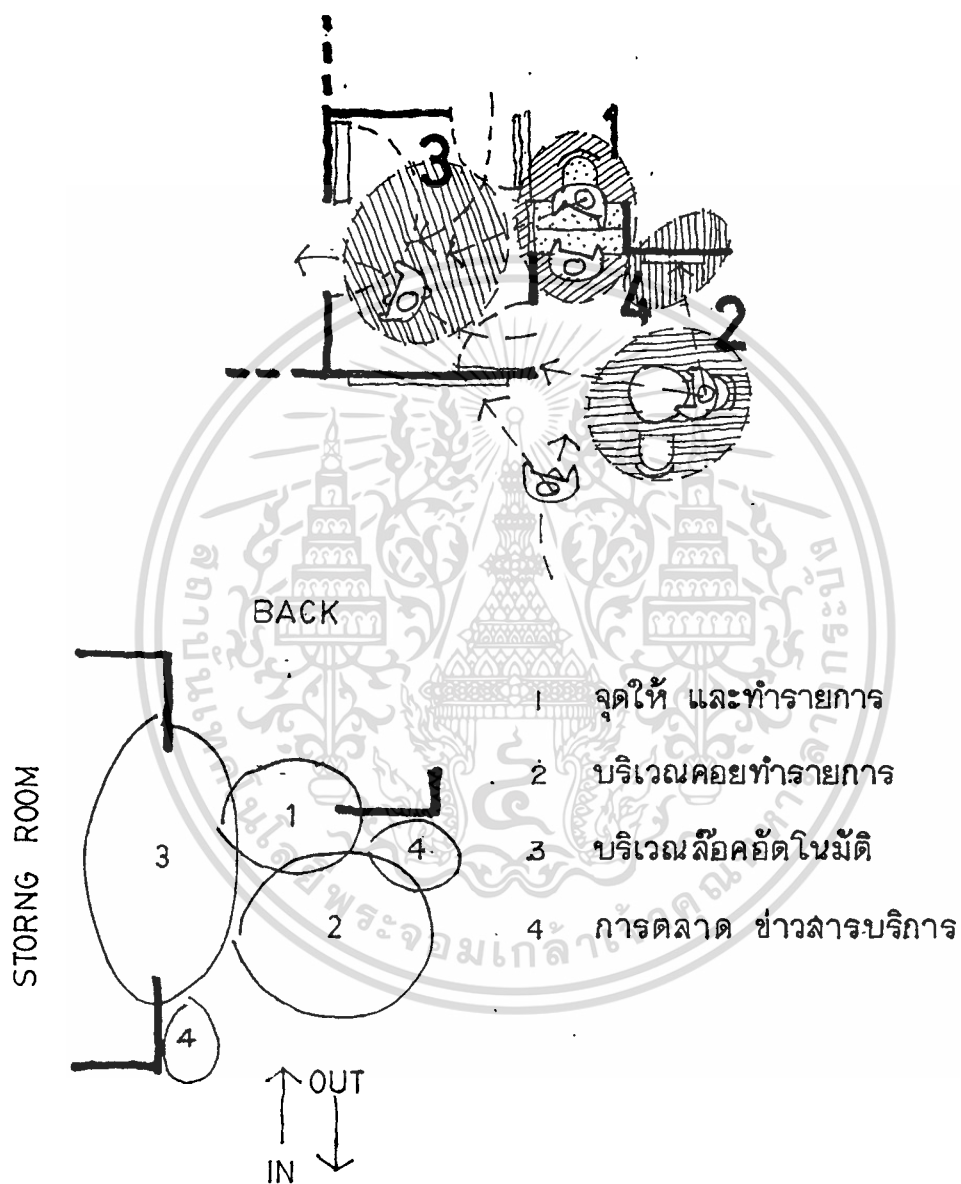
ดังนั้นในการออกแบบได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ สรุป เสนอแนวทางการจัดพื้นที่ โดยมีแนวคิด (DESIGN BRIEF) ในการจัดแบ่งพื้นที่ ดังนี้ (ดูภาพที่ 4.12 ประกอบ)

จุดให้บริการ และทำรายการ : สำหรับรับลูกค้าขอเปิดตู้นิรภัยส่วนตัว สามารถให้บริการ และทำรายการ ด้วยการจัดเคาน์เตอร์ และบริเวณพื้นที่ ล็อกอัตโนมัติ เพื่อป้องกันผู้อื่นเข้าถึงในส่วนตู้นิรภัยได้ ขณะมีลูกค้าทำรายการอยู่ และเจ้าหน้าที่ควรสังเกตเห็นลูกค้าระหว่างเปิดตู้นิรภัย เพื่อการตรวจสอบความถูกต้อง และความปลอดภัยของลูกค้า และทรัพย์สิน จากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการคนเดียว และเป็นกลุ่ม 2-3 คนและต้องการเป็นส่วนตัว และปลอดภัยโดยใช้เวลาเฉลี่ยต่อรายการ 3 นาทีโดยจากการศึกษาพบว่าไม่จำเป็นต้องมีเก้าอี้ระหว่างรายการ

บริเวณคอยทำรายการ (คิว): สำหรับพักคอยขณะรายการ สามารถให้ความสะดวก โดยการ จัดที่นั่งสาเหตุก็คือธนาคารจะอนุญาตให้ลูกค้าเข้าห้อง นิรภัย เพียงคนเดียว



ภาพที่ 4.12 แสดงแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการตู้നിရိယံ สาขาในเขตนครหลวง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป และเสนอแนะผลการวิจัย

แนวทางการจัดความสัมพันธ์ (FUNCTION RELATIONSHIP) ส่วนบริการลูกค้า

ในการทำวิจัยมุ่งหมายเพื่อเสนอแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ ส่วนบริการลูกค้า จากการศึกษา เปรียบเทียบ และวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยข้างต้น สามารถจัดความสัมพันธ์ ของส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวงตามแนวทาง และผลการวิจัย สามารถสรุปความสัมพันธ์ตามลำดับความสำคัญ ก่อน – หลัง (PRIORITY) ในแต่ละกิจกรรมการบริการ ได้ดังนี้

- เน้นรูปแบบการบริการด้วยตนเอง (SELF SERVICE) และบริการที่สามารถให้บริการนอกเวลาทำการได้ (24 HOUR SERVICE) ประกอบด้วย บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ , บริการธนาคารอัตโนมัติ และบริการ ONE - STOP SERVICE โดยจัดลำดับไว้ เป็นส่วนแรก เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวก และรวดเร็ว และทำให้ไม่เกิดการสะสมของลูกค้าในบริเวณ โถงธนาคาร

- เน้นส่วนที่ก่อให้เกิดรายได้ให้กับธนาคาร (SALE AREA) ในปัจจุบันรายได้จากค่าธรรมเนียม และบริการ เป็นโอกาสทางธุรกิจแนวใหม่ ของธนาคารยุคใหม่ ในส่วนนี้ประกอบด้วย บริการเปิดบัญชีใหม่ , บริการด้านต่างประเทศ จากการศึกษาพบว่า เป็นส่วนที่มีลูกค้าประเภทลูกค้ารายใหม่ ควรมีการให้ข่าวสารบริการ และการตลาด (MERCHAN DISING) และการแนะนำบริการที่มากพอ เพื่อจะทำให้ลูกค้าเองเข้าใจผลประโยชน์ที่ลูกค้าควรจะได้รับเพื่อการตัดสินใจ บริการ ONE STOP SERVICE ผู้ช่วยผู้จัดการ (ด้านการตลาด) และผู้จัดการ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการบริการ และบริหาร ในส่วน SALE AREA ดังกล่าว และการบริการขายสมุดเช็ค , บริการพิธีการสินเชื่อ เป็นส่วนที่ก่อให้เกิดรายได้ทางธุรกิจแนวใหม่ เช่นกัน

- เน้นการดูแลลูกค้าหน่วยงานด้านอำนวยความสะดวก (TELLER COUNTER) ประกอบด้วย บริการฝาก – ถอน , บริการสาระบัญชี , และบริการตู้നിรัภัย จากการศึกษาพบว่าลูกค้าในส่วนนี้เป็นลูกค้าเก่า และเป็นลูกค้าประเภทรายย่อย (RETAIL) มีปริมาณลูกค้ามาก ยกเว้นบริการตู้നിรัภัย และมีการสะสมระหว่างรายการ ฉะนั้นในส่วนนี้จึงไม่ควรให้ลูกค้าสะสมหนาแน่นในส่วนหน้า และควรมีการจัดระบบคิว เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และเกิดความยุติธรรมก่อน – หลัง ตลอดจนการให้ข่าวสารการบริการ และการตลาด บริเวณทำรายการ และทางสัญจร เพื่อลดความเบียดหนั

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

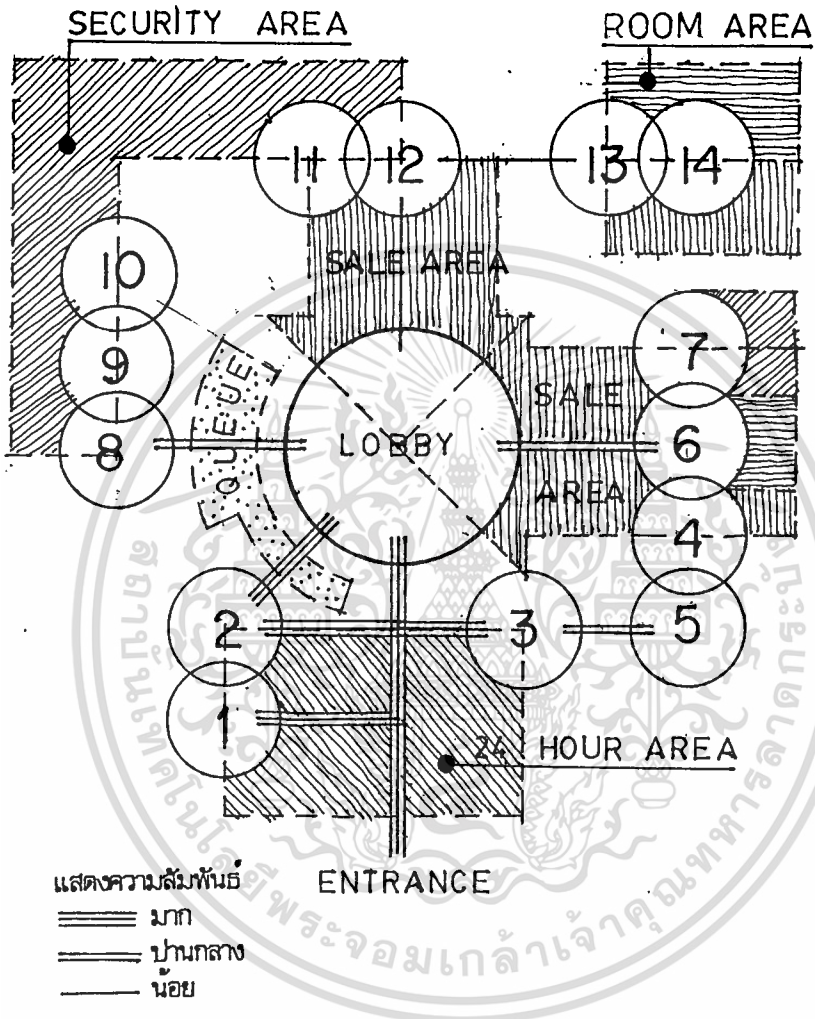
ขณะอาศัยทำรายการ และเพื่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจใหม่ ๆ กับธนาคาร ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ให้กับธนาคารต่อไป

- ให้การดูแลเป็นพิเศษในส่วนให้สินเชื่อ จากการศึกษาพบว่าในส่วนนี้มีความต้องการความเป็นสัดส่วน และความลับของรายการ จึงควรเป็นส่วนที่ไม่มีลูกค้าอื่น ๆ ปะปน และในส่วนนี้เป็นส่วนที่เป็นรายได้หลักของธนาคาร และมีการรอยคยระหว่างรายการนาน คอยมีการจัดรูปแบบพักคยให้ลูกค้าได้รับความสะดวก และสบาย ตลอดจนมีลำดับคิว และการลดความเบื้อหน้ายขณะคยทำรายการ

ในการจัดความสัมพันธ์ (FUNCTION RELATIONSHIP) ตามแนวทาง และผลสรุปของการศึกษาวิจัยข้างต้นแล้ว ในการสรุปยังพิจารณาถึงความสัมพันธ์ทางด้านสายงานบริหาร , บริการ และบังคับบัญชา ประกอบการจัดความสัมพันธ์ โดยสามารถสรุป และเสนอแนวทางเพื่อเป็นต้นแบบ (PROTOTYPE) และโปรแกรม เพื่อการจัดแบ่งพื้นที่ส่วนบริการลูกค้าต่อไป



ภาพที่ 5.1 แสดงแนวทางการจัดความสัมพันธ์ (FUNCTION RELATIONSHIP)
ส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง



- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| 1. บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา | 8. บริการฝาก - ถอน |
| 2. บริการธนาคารอัตโนมัติ | 9. บริการสารະบัญชี |
| 3. บริการ ONE STOP SERVICE | 10. บริการตู้നിรภัย |
| 4. บริการเปิดบัญชีใหม่ | 11. บริการขายสมุดเช็ค |
| 5. ผู้ช่วยผู้จัดการ (การตลาด) | 12. บริการรับชำระเงินกู้ |
| 6. ผู้จัดการสาขา | 13. ผู้ช่วยผู้จัดการ (สินเชื่อ) |
| 7. บริการด้านต่างประเทศ | 14. บริการสินเชื่อ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY – OUT PLAN) ส่วนบริการลูกค้า

แนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY – OUT PLAN) ส่วนบริการลูกค้า สาขาในเขตนครหลวง ถูกจัดขึ้นตามลำดับความสำคัญก่อน – หลัง (PRIORITY) ตามสัมพันธ์ (FUNCTION RELATIONSHIP) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลของสาขาก่อนปรับปรุง และสาขาปรับปรุงใหม่ ตลอดจนศึกษาแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ธนาคารอื่น ๆ เปรียบเทียบ เพื่อเสนอแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ

ในการวิจัยได้ทำการศึกษาแนวทางการขยายสาขา (NEW BRANCH) ในเขตนครหลวงของธนาคารกรุงเทพ เพื่อจัดได้เสนอแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY – OUT PLAN) ที่สามารถมีข้อพิจารณา และมีความสอดคล้องกับแนวทางในปัจจุบัน และอนาคต จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันสาขาเปิดใหม่ นอกจากการพิจารณาที่ตั้งในย่านธุรกิจเป็นหลักแล้วยังมีความจำเป็นต้องมีความสะดวกในการมาใช้บริการ และสังเกตเห็นได้ชัด ตลอดจนต้องมีการลงทุนที่ไม่มากจนเกินไปในอดีตธนาคารกรุงเทพได้ทำการขยายสาขา (NEW BRANCH) ในลักษณะอาคารสร้างใหม่ โดยมีรูปแบบถึงมาตรฐานในการพิจารณาจัดซื้อที่ดิน เพื่อทำการก่อสร้างสาขาใหม่นั้น ๆ

จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันในเขตนครหลวง เขตกำหนดที่ดินประเภทพาณิชย์กรรมหรือย่านธุรกิจ มีความเจริญทางธุรกิจ และอสังหาริมทรัพย์ รวดเร็ว ทำให้การขยายสาขาในรูปแบบอาคารสร้างใหม่ ของธนาคารกรุงเทพต้องมีข้อพิจารณา และทบทวนการลงทุน เนื่องมาจากปัญหาบางประการ เช่น การจัดหาที่ดิน , ราคาที่ดิน ตลอดจนข้อกำหนดกฎหมายการก่อสร้างอาคาร และปริมาณที่จอดรถ เป็นต้น ทำให้พบว่าในปัจจุบันมีสาขาเปิดใหม่ ในลักษณะอยู่ในอาคารอื่น ๆ โดยการเช่าพื้นที่เพื่อเปิดเป็นที่ให้บริการ และทำการ

ในการวิจัยจึงได้ทำการศึกษา เพื่อให้ได้แนวทางของการขยายสาขาใหม่ โดยทำการเปรียบเทียบ ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบระหว่างสาขาสร้างใหม่ กับสาขาในอาคารเช่า ดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงข้อ ได้เปรียบ และเสียเปรียบระหว่างสาขาสร้างใหม่ กับสาขาในอาคารเช่า ใน เขตนครหลวง ของธนาคารกรุงเทพ

สาขาสร้างใหม่	สาขาในอาคารเช่า
- มีการลงทุนที่สูงตั้งแต่เริ่มต้น	- ไม่ต้องลงทุนสูงในตอนเริ่มต้น โดยเป็นการเช่าพื้นที่ และค่ารักษาดูแลส่วนกลางเป็นรายเดือน
- ถูกค้าส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มเป้าหมายจากธุรกิจใกล้เคียง	- คาดว่าจะมีกลุ่มเป้าหมายจากสำนักงานอื่น ๆ มากขึ้น ภายในอาคารเดียวกัน โดยลูกค้าจะได้รับความสะดวก และสบาย
- ไม่สามารถมีที่จอดรถได้มาก เนื่องจากมีความต้องการพื้นที่สำหรับส่วนบริการลูกค้า และที่ทำการ	- มีที่จอดรถมากพอ และดูแลโดยผู้รักษาความปลอดภัยของอาคาร
- เนื่องจากที่ดินราคาสูง ทำให้อาคารส่วนใหญ่ต้องแบ่งชั้นในแนวตั้ง (เฉลี่ย 2-3ชั้น) ทำให้ไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้ในชั้น(FLOOR) เดียว	- ส่วนมากเป็นอาคารขนาดใหญ่ มีพื้นที่สามารถให้บริการ ได้ทั้งหมดในชั้นเดียว ทำให้ลูกค้าสังเกตเห็นบริการได้มาก และมีความสะดวกมากขึ้น

จากตารางที่ 5.1 แสดงผลเปรียบเทียบ ข้อ ได้เปรียบและเสียเปรียบระหว่างสาขาสร้างใหม่กับสาขาในอาคารเช่า สามารถได้แนวทางในการเสนอแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY – OUT PLAN) เพื่อที่จะได้มีข้อพิจารณา และมีความสอดคล้องกับแนวทางในปัจจุบัน โดยเป็นต้นแบบ (PROTOTYPE) ต่อไป

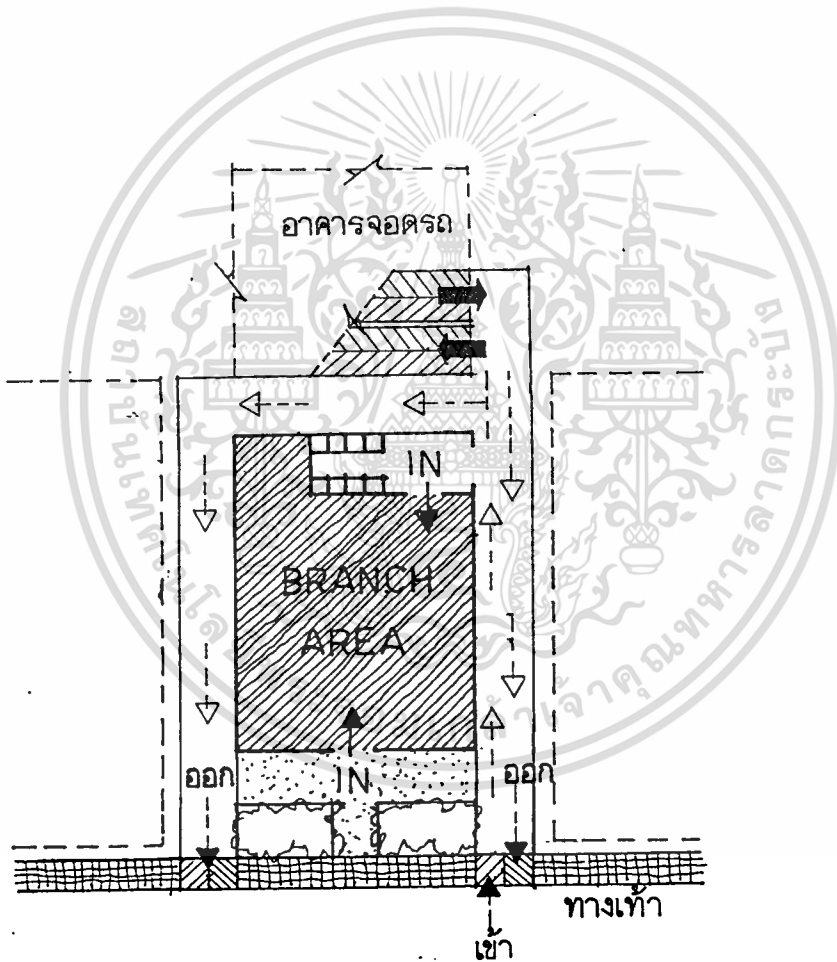
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเลือกสาขาประเภทเช่าพื้นที่ภายในอาคาร เป็นสาขา เพื่อวางแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY – OUT PLAN) โดยมีรายละเอียดของสาขาประกอบ และมีข้อเสนอแนะผลการวิจัย ดังนี้

ชื่อสาขา : สาขาเอกมัย

ประเภทอาคาร : อาคารสูง 30 ชั้น

พื้นที่เช่า : 900 ตารางเมตร

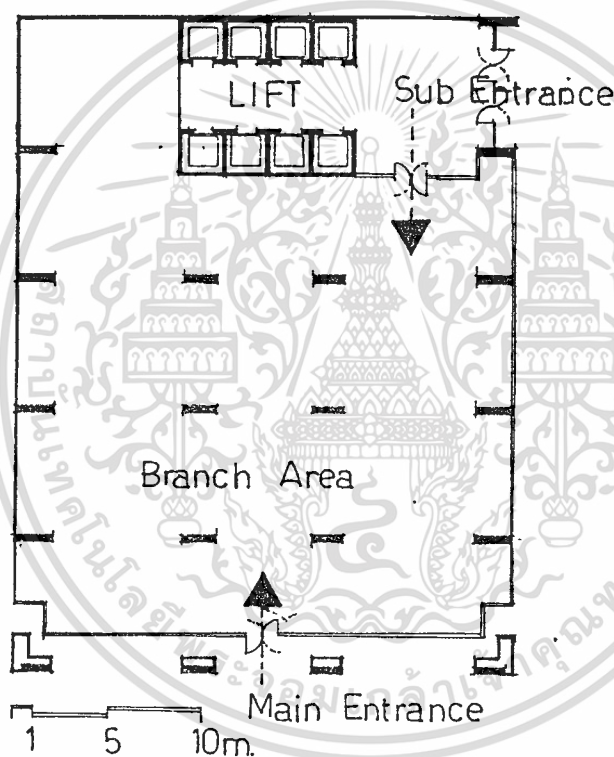
ลักษณะที่ตั้ง : ด้านหน้าติดถนนเอกมัย (สุขุมวิท ซอย 63) ห่างจากปากซอยประมาณ 500 เมตร บริเวณโดยรอบเป็นอาคารสำนักงาน กลุ่มลูกค้าทั่วไป และอาคารใกล้เคียง สามารถเข้าใช้บริการทางด้านหน้า และเข้าใช้บริการด้านหลัง ในกรณีเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว และกลุ่มลูกค้าภายในอาคาร สามารถเข้าใช้บริการทางด้านหลัง โดยลงมาทางลิฟท์โดยสารภายใน



ถนน เอกมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

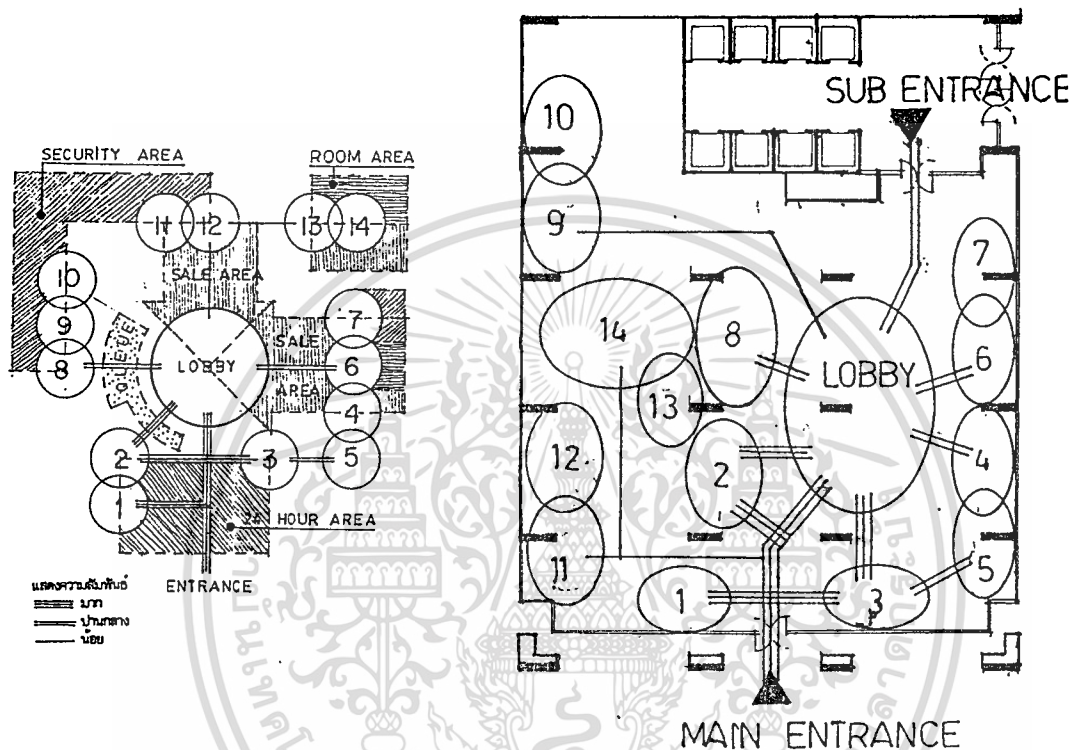
ลักษณะพื้นที่ : ด้านหน้าสาขามีลักษณะ เป็นผนังกระจกโปร่งใสตลอดแนว ลูกค้านำสามารถสังเกตเห็นบริการด้านในจากภายนอก ภายในมีลักษณะเป็นพื้นที่โล่ง แบ่งเป็นช่วงเสา ตามโครงสร้างของอาคาร โดยมีขนาดเสาโดยประมาณ 0.60 X 2.00 เมตร แบ่งเป็นด้านกว้าง 3 คูหา และด้านลึก 4 คูหา โดยมีความสูงประมาณ 4 เมตร



หมายเหตุ สาขาเอกมัยเป็นโครงการจริงของธนาคารกรุงเทพ ซึ่งอยู่ในไตรมาสที่ 2 มีกำหนดเปิดให้บริการในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2541

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

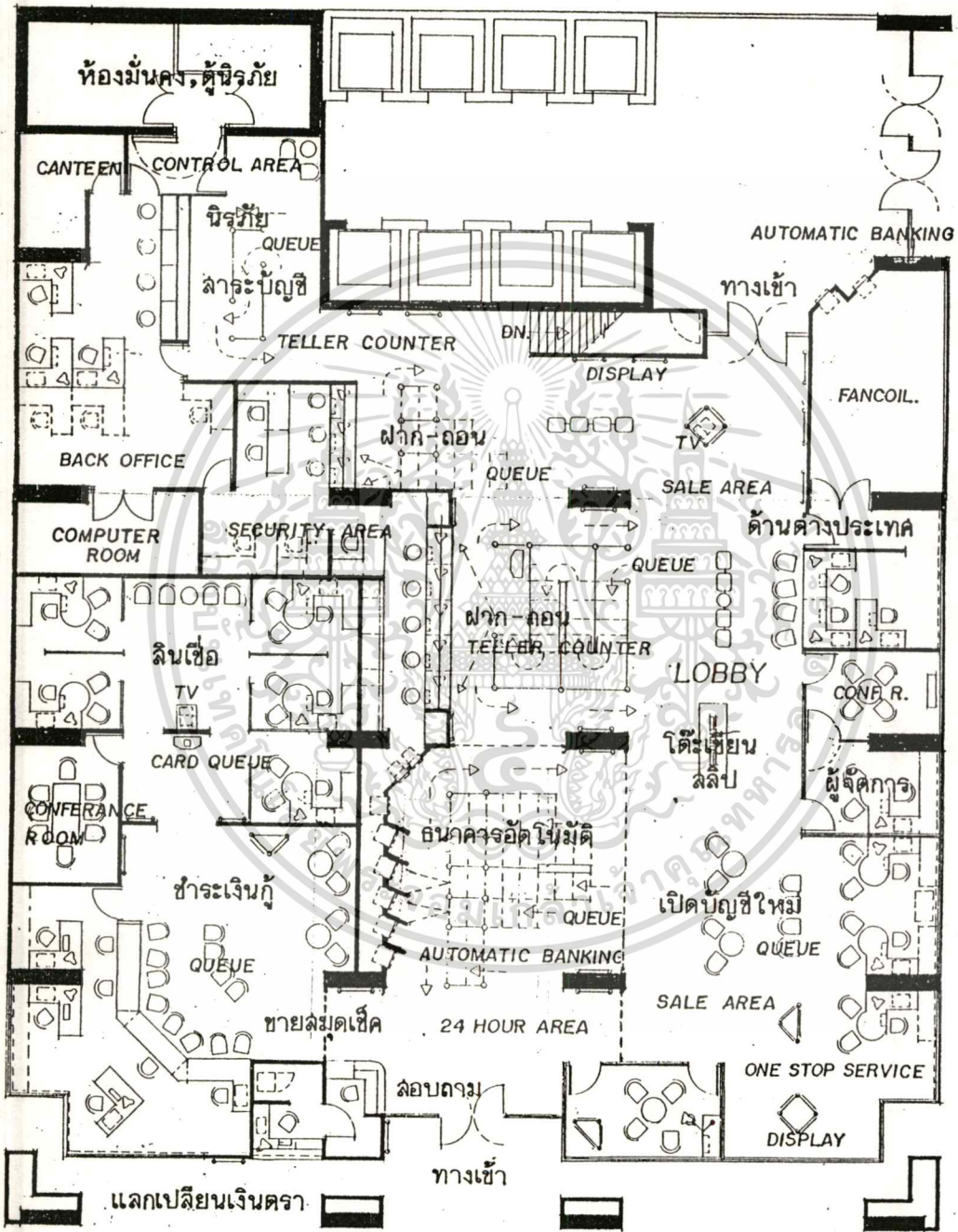
ภาพที่ 5.2 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY - OUT PLAN) ส่วนบริการลูกค้า สาขาเอมบี



- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| 1. บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา | 8. บริการฝาก - ถอน |
| 2. บริการธนาคารอัตโนมัติ | 9. บริการสารະบัญชี |
| 3. บริการ ONE STOP SERVICE | 10. บริการตู้നിรภัย |
| 4. บริการเปิดบัญชีใหม่ | 11. บริการขายสมุดเช็ค |
| 5. ผู้ช่วยผู้จัดการ (การตลาด) | 12. บริการรับชำระเงินกู้ |
| 6. ผู้จัดการสาขา | 13. ผู้ช่วยผู้จัดการ (สินเชื่อ) |
| 7. บริการด้านต่างประเทศ | 14. บริการสินเชื่อ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

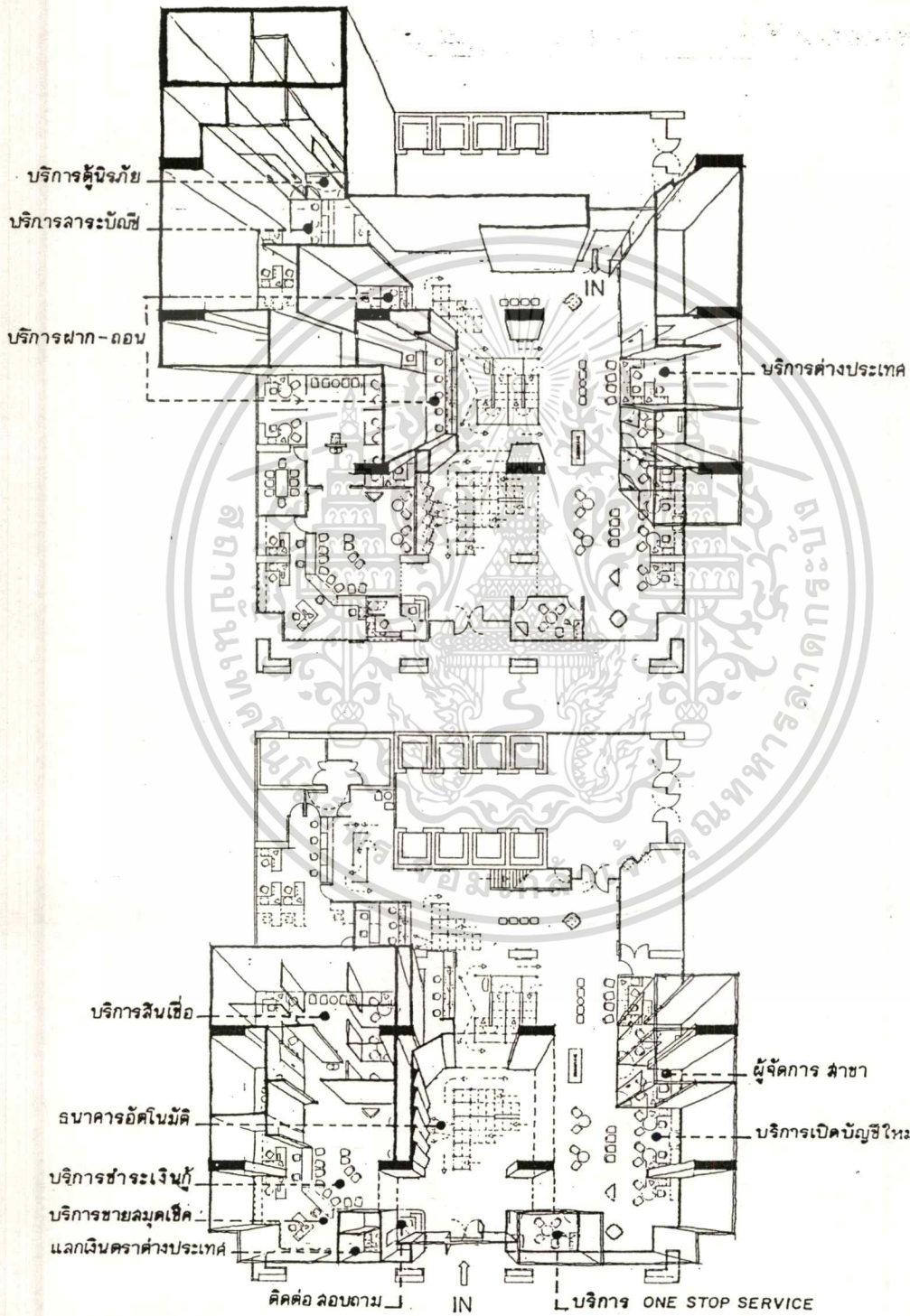
ภาพที่ 5.2 (ต่อ) แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY - OUT PLAN) ส่วนบริการ
ลูกค้าสาขาเอกมัย



LAY OUT PLAN EKAMI BRANCH

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

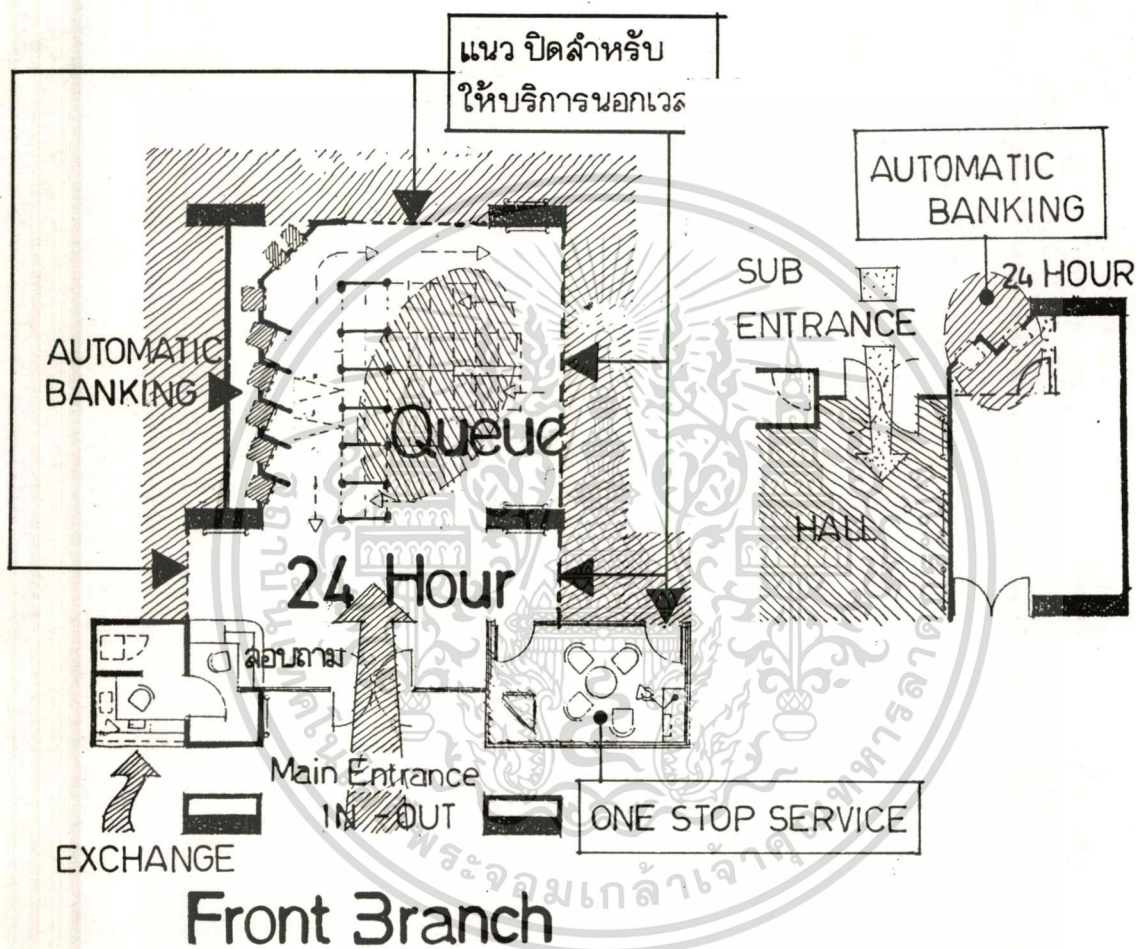
ภาพที่ 5.2 (ต่อ) แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY - OUT PLAN) ส่วนบริการ
ลูกค้าสาขาเอกรมัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 5.2 สามารถสรุปแนวทางการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY - OUT PLAN) ตามแนวทางการจัดความสัมพันธ์ (FUNCTION RELATION) และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

- การเน้นรูปแบบการบริการด้วยตนเอง (SELF SERVICE)

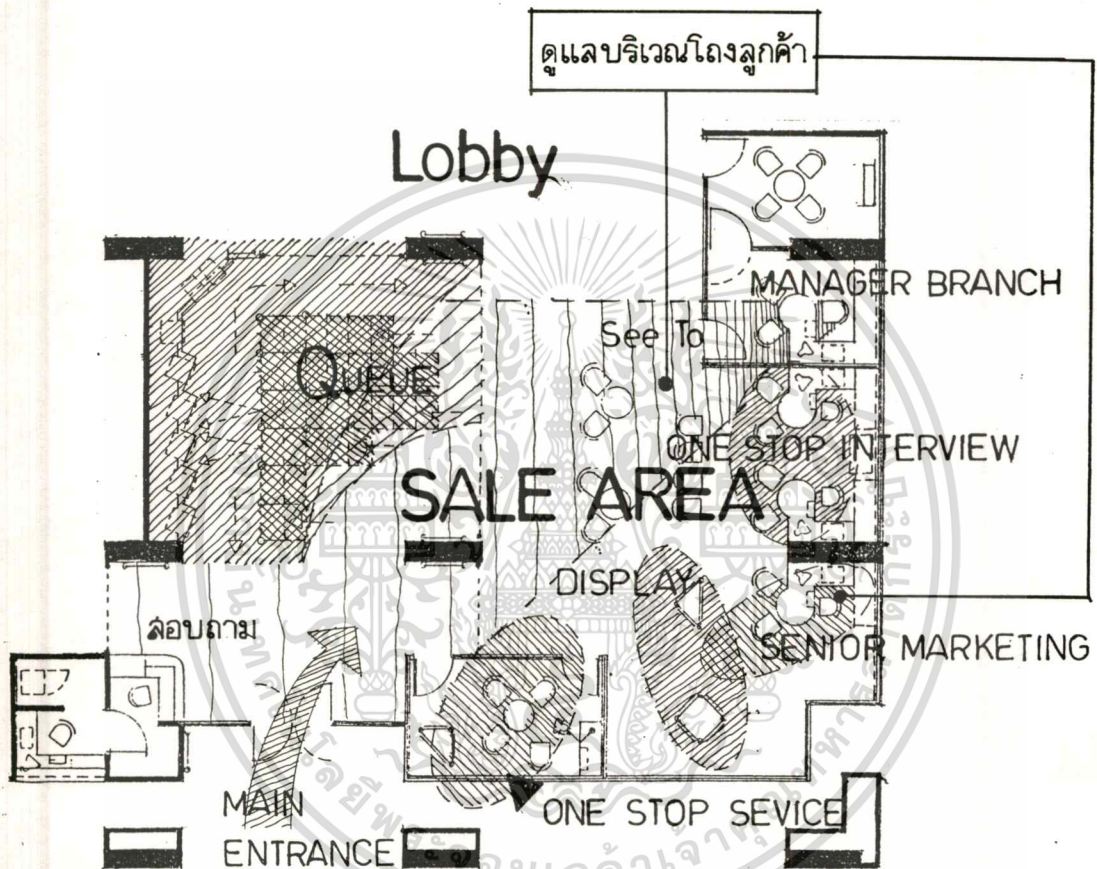


ในการจัดแบ่งพื้นที่ที่ได้ทำการเน้นการให้บริการด้วยเครื่องอัตโนมัติ (AUTOMATIC BANKING) ในลักษณะการให้บริการด้วยตนเอง และสามารถแยกส่วน เพื่อให้บริการนอกเวลาทำการ (24 HOUR SERVICE) ได้ โดยลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการจากด้านหน้าสาขา (MAIN ENTRANCE) และด้านที่มาจากภายในอาคาร และที่จอดรถ (SUB ENTRANCE) ในบริเวณโถงลูกค้าส่วนธนาคารอัตโนมัติมีการจัดระบบคิว (QUEUE) และการให้ข่าวสารบริการ และความบันเทิง เพื่อลดความเบื่อหน่าย โดยจะมีความสัมพันธ์กับลูกค้าที่คอยในคิว และช่องบริการ โดยส่วนช่องบริการจะทำมุมเฉียงสัมพันธ์กับมุมมอง และทางสัญจรด้านนอก, ทางเข้า และด้านใน และแบ่งช่องจัดเงินปิดบังเพื่อความลับของรายการขณะลูกค้าใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

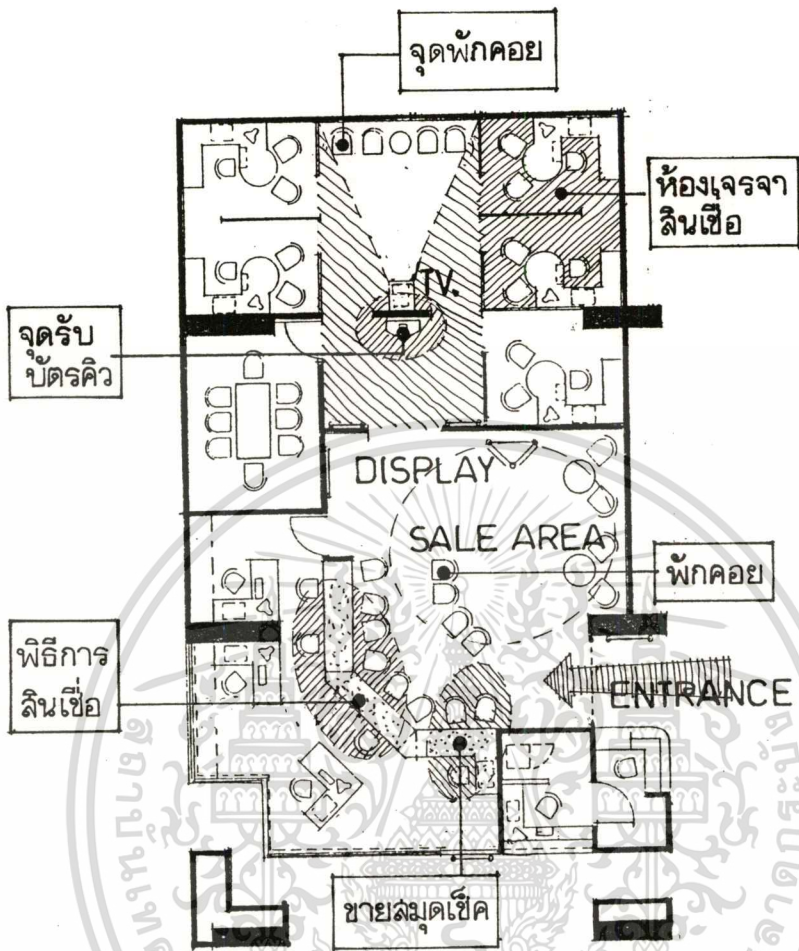
ในส่วนแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศลูกค้าสามารถใช้บริการกับเคาท์เตอร์ได้จากภายนอกสาขาโดยตรง สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนจากภายนอก ด้านหน้าสามารถมีส่วนบริการแนะนำบริการต่าง ๆ แบบ ONE – STOP SERVICE ทั้งในเวลา และนอกเวลาได้

- การเน้นส่วนที่ก่อให้เกิดรายได้กับธนาคาร (SALE AREA)



ในการจัดแบ่งพื้นที่ได้ทำการเน้นบริการหลัก และบริการเสริมที่ก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบค่าธรรมเนียมและบริการ โดยเสริมบริการให้ลูกค้ามีโอกาสสังเกตเห็น และศึกษาการให้บริการ เพื่อความเข้าใจบริการ และผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับจากธนาคาร ในส่วนห้องแนะนำบริการ ในลักษณะการให้บริการ ณ จุดเดียว (ONE - STOP SERVICE) และDISPLAY โดยจะมีเจ้าหน้าที่ด้านการตลาด และผู้จัดการคอยบริการแนะนำ บริการต่าง ๆ และลูกค้าเองสามารถสอบถามบริการด้วยตนเอง นอกเวลาทำการได้ และบริการหลักที่มีการติดต่อทำรายการ ในส่วนเปิดบัญชีใหม่ในลักษณะการให้บริการ ณ จุดเดียว แบบการสัมภาษณ์ เจรจา (ONE - STOP INTERVIEW) กับลูกค้าแทนการกรอกรายการกับเอกสาร โดยมีจุดทำรายการแบบกึ่งโต๊ะกลม , เจรจา เพื่อความรู้สึกแบบเป็นกันเองและอบอุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

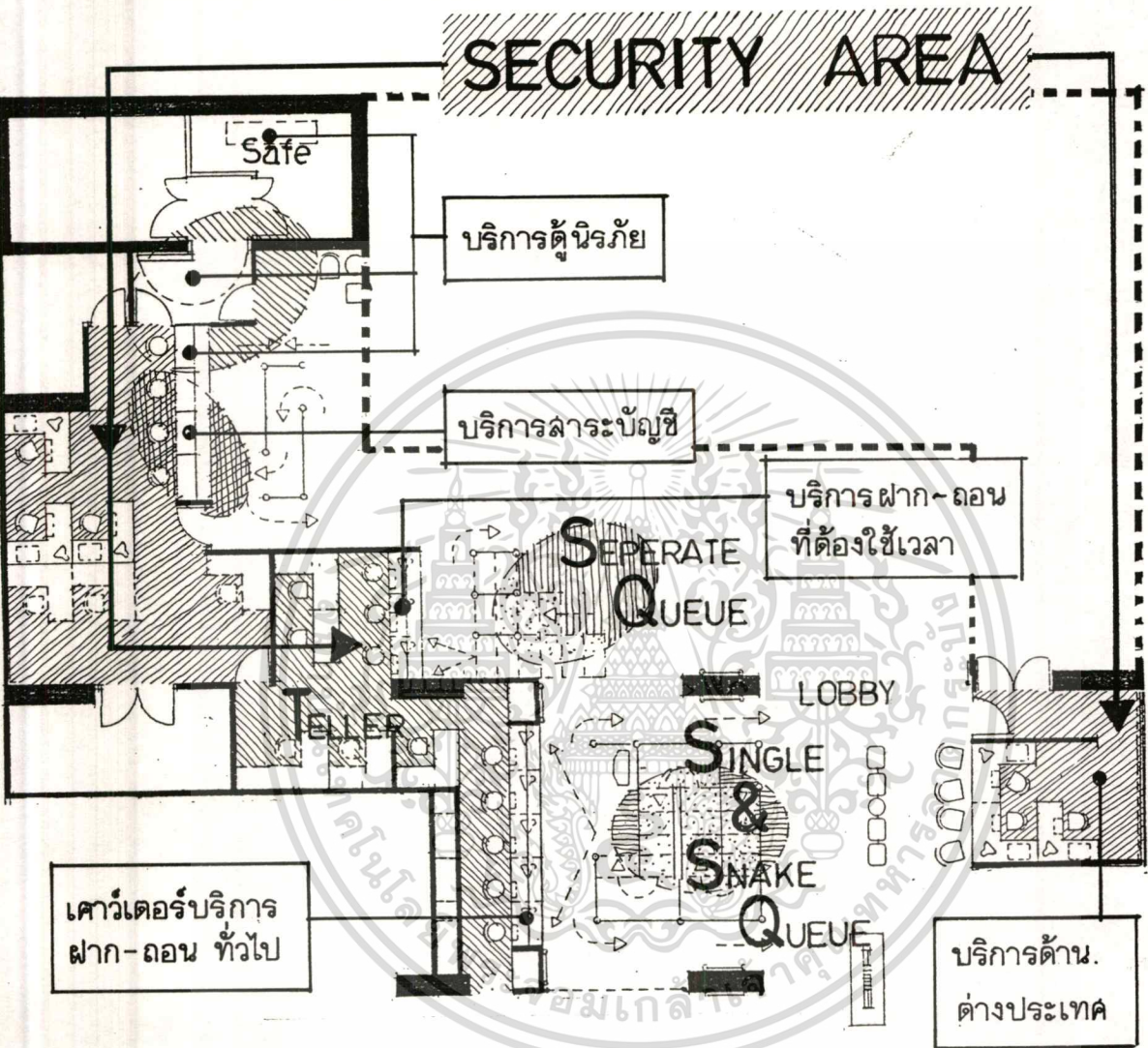


ในส่วนพิธีการสินเชื่อ และบริการขายสมุดเช็ค เป็นส่วนหนึ่งที่ก่อให้เกิดรายได้จากค่าธรรมเนียมและบริการ ในการจัดแบ่งพื้นที่ ได้แยกส่วนบริการให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้สะดวกจากทางเข้าด้านหน้า โดยจะมีความสัมพันธ์กับโถงลูกค้าในลักษณะ SALE AREA และมีความสัมพันธ์กับส่วนสินเชื่อ โดยในส่วนนี้เป็นส่วนที่ก่อให้เกิดรายได้หลักของธนาคาร และต้องการเป็นสัดส่วน ทำให้ส่วนสินเชื่อจึงมีลักษณะการแบ่งกันระหว่างจุดทำการติดต่อเจรจา และจัดระบบคิว (QUEUE) และความบันเทิงเพื่อลดความเบื่อหน่ายของลูกค้า ระหว่างคอยทำการ

-เน้นการดูแลลูกค้า และความปลอดภัย (SECURITY AREA) ของหน่วยงานด้าน
 อำนวนบริการ (TELLER COUNTER)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

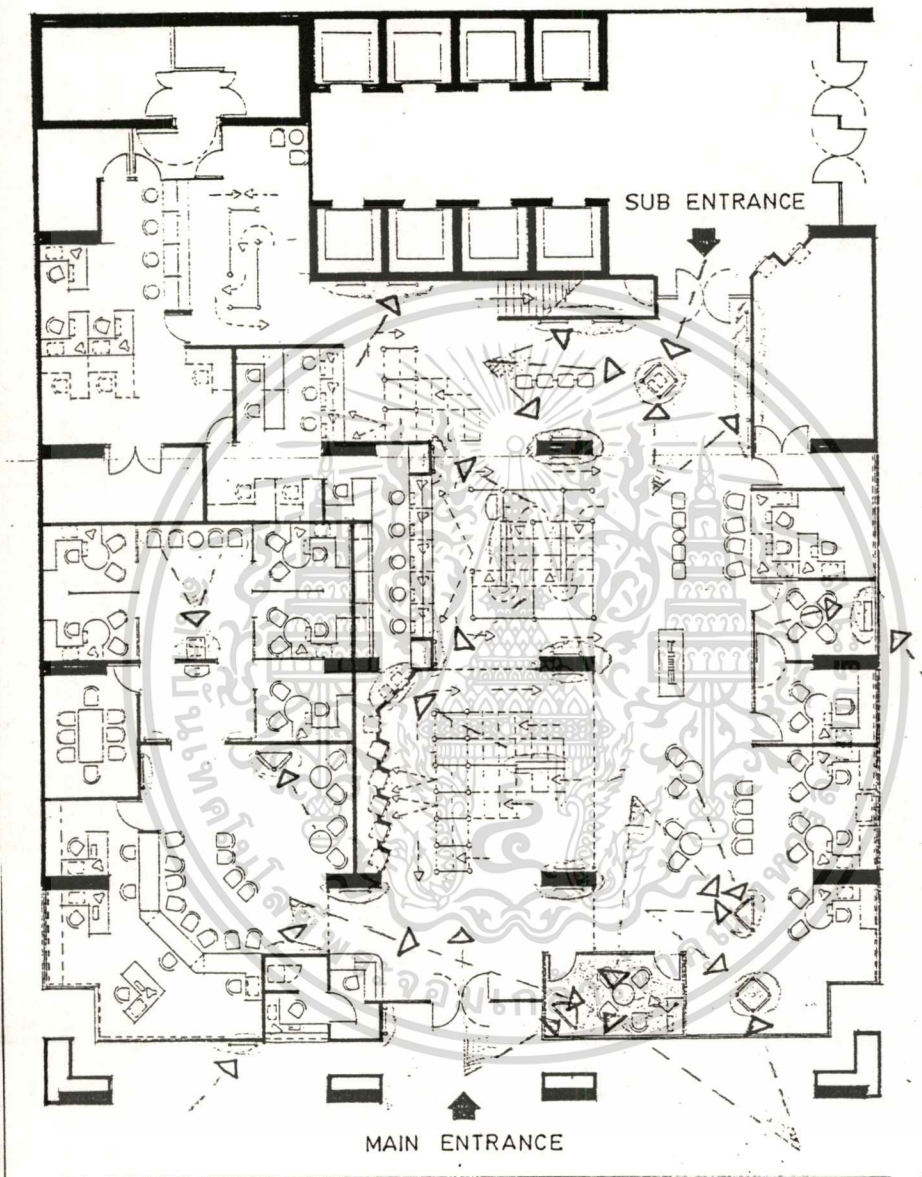
-เน้นการดูแลลูกค้า และความปลอดภัย (SECURITY AREA) ของหน่วยงานด้าน
 อำานวยบริการ (TELLER COUNTER)



ในการจัดแบ่งพื้นที่ได้ทำการศึกษาระบบคิว (LAY - OUT QUEUE) เพื่อความยุติธรรม
 ของลูกค้า และความสะดวกรวดเร็ว ตลอดจนการให้ข่าวสารบริการ และความบันเทิงในบริเวณคิว
 เพื่อลดความเบื่อหน่ายระหว่างคอยทำรายการ ในลักษณะคิวเดียว (SING QUEUE) แบบคิวขนาน
 กับช่องบริการ (SNAKE QUEUE) ในส่วนบริการฝาก - ถอน , บริการลาระบัญชี และบริการตู้
 นิรภัย และการใช้ระบบคิวในลักษณะคิวเรียงช่อง (SEPERATE QUEUE) ในส่วนบริการ ฝาก-
 ถอนที่ต้องใช้เวลามากระหว่างคอยทำรายการ (TRANSACTION) ตลอดจนเพื่อความปลอดภัย
 (SECURITY AREA) ของหน่วยงาน เนื่องจากส่วน TELLER COUNTER และด้านต่างประเทศ
 เป็นส่วนที่มีการรับรายการที่เป็นเงินสดมาก จึงควรไม่ให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงด้านหลังเคาน์เตอร์
 ของพนักงานได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เน้นการให้ข่าวสารบริการ และการตลาด(MERCHANDISING)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการกำหนดจุดให้ข่าวสารบริการ และการตลาด ตลอดจนการแนะนำบริการต่าง ๆ จะมีความสัมพันธ์กับการสังเกตเห็นของลูกค้าได้ง่าย และสะดวก โดยมุ่งเน้นในบริเวณคอยทำรายการ เพื่อลดความเบื่อกวน และบริเวณ โถงลูกค้า ตลอดจนทางสัญจรภายใน เข้า – ออก ของสาขา เพื่อการศึกษาบริการใหม่ ๆ และการตัดสินใจทำธุรกิจใหม่ ๆ ของลูกค้ากับธนาคาร ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ และฐานลูกค้าที่ต่อเนื่องต่อไป

ในการเสนอแนะการจัดแบ่งพื้นที่ (LAY – OUT PLAN) นอกจากจะเป็นการเสนอแนะแนวทางในการจัดแบ่งพื้นที่ ตามแนวทางการจัดความสัมพันธ์ (FUNCTION RELATIONSHIP) เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายหลักของธนาคารกรุงเทพ และพฤติกรรม ความต้องการของผู้ใช้สอยแล้ว จุดมุ่งหมายอีกประการหนึ่งเพื่อเป็นการเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาในการจัดแบ่งพื้นที่กับลักษณะของที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมภายใน เพื่อให้ผู้ใช้สอยได้รับความสะดวกตลอดจนสอดคล้องกับแนวคิด และการบริการ ของธนาคารยุคใหม่ และธนาคารในอนาคต ต่อไป



บรรณานุกรม

- กมลลักษณ์ โตสกุล. 50ปีบัวหลวง กรุงเทพฯ : อมรินทร์ พรินต์ติ้ง, 2537.
- ธนาคารกรุงเทพ. ความเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงเรื่องการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ โดยใช้เครื่องจัดคิวระบบไฟฟ้า. กรุงเทพฯ: ส่วนวิจัยการตลาด, 2537.
- ธนาคารกรุงเทพ. สรุปผลรายงานการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการเปลี่ยนแปลง การให้บริการที่หน้าเคาน์เตอร์สาขา. กรุงเทพฯ: ส่วนวิจัยการตลาด, 2538.
- ธนาคารกรุงเทพ. บริการอิเล็กทรอนิกส์ ของธนาคารกรุงเทพ. กรุงเทพฯ: ฝ่ายประชาสัมพันธ์, 2531
- ธนาคารกรุงเทพ. รายงานประจำปี 2539. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท., 2539.
- นิตยสาร Art4d. Bank of Asia “ A New Retail Identity”. ฉบับพิเศษที่ 33 (ธันวาคม). กรุงเทพฯ: 4d คอร์ปอเรชั่น จำกัด, 2540.
- พิเชฐ กนกสุทธิวงศ์. ต้นแบบห้องโถงประชาชนสำหรับที่ทำการไปรษณีย์รับจ่าย (แปลง) ประเภทชั้นหนึ่ง. จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ สถาปัตยกรรมภายในมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2540.
- โรเบิร์ต เลนชเนอร์ และ ฟิลิปปาว. ธนาคารยุคใหม่. ลำดับที่31. กรุงเทพฯ: สำนักข่าวอเมริกัน 125 สาทรใต้, 2538.
- วาสนา สิงห์โกวินท์. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการค้าดำเนินงาน ของธนาคารพาณิชย์ไทย งานวิจัยโครงการวิจัยที่ ธ.ก.3.28 เศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจบัณฑิต . กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2528.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. พฤติกรรมมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมมาตรฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- สมชัย จิว. ยกเครื่องเบงค็อกสตรีทไทย กรณีศึกษา Reengineering ของไทย. ฉบับที่19. ม.ป.ท., 2537.
- สมาคมมัณฑนากรแห่งประเทศไทย. Working Space Re-Design : Bank. ฉบับที่ 3(ก.ย.-พ.ย.). กรุงเทพฯ: สมใจการพิมพ์, 2538.
- อำนาจ ลียาทิพย์กุล. การธนาคารพาณิชย์ การดำเนินงานและเทคโนโลยี. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,2531.

Gackle , Merlin. Bankers as brokers : the complete guide to selling mutual funds, annuities and other fee-based investment products. Chicago : Probus, 1994.

Harold R. Sleeper,F.A.I.A. Building Planning and Design Standards. America : John Wiley & Sons, Inc., 1955.

Thomas Nige. The Branch of the Future. Dublin : Lafferty Publications Ltd, 1994.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติการธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ธนาคารพาณิชย์แห่งแรกในประเทศไทยได้แก่ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอร์ปอเรชัน เป็นธนาคารของชนชาวอังกฤษมีสำนักงานใหญ่อยู่ในฮ่องกง เริ่มทำเป็นกิจการธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2431 จุดประสงค์ของการจัดตั้งก็เพื่ออำนวยความสะดวก และส่งเสริมกิจการค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะต่อมาระบบ การธนาคารพาณิชย์ได้วิวัฒนาการจนทัดเทียมกับนานาประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบการขยายกิจการ การบริหาร และการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ดังนั้น จึงสร้างความเชื่อถือแก่ประชาชนที่นำเงินมาฝากกับธนาคาร ซึ่งต้องใช้เวลาร่วมศตวรรษ

ลักษณะของธนาคารพาณิชย์

ธนาคารพาณิชย์ เป็นธุรกิจลักษณะผูกขาดประเภทหนึ่งที่ภาครัฐบาลกำหนดไว้ว่า ผู้ที่จะประกอบได้ จะต้องเป็นธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์เท่านั้น และมีข้อห้ามมิให้บุคคลใดนอกจากธนาคารพาณิชย์ ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์อีกด้วย นอกจากนี้ยังห้ามมิให้บุคคลใดนอกจากธนาคารพาณิชย์ใช้ ชื่อหรือคำแสดงชื่อในธุรกิจว่า “ธนาคาร” หรือคำอื่นในที่มีความหมายเช่นเดียวกันด้วย

ประเภทธุรกิจที่ ธนาคารพาณิชย์ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการได้ ตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ มาตรา 4 กำหนดไว้ว่า

“การธนาคารพาณิชย์” หมายความว่า การประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันกำหนดไว้ และใช้ประโยชน์เงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น

- (ก) ให้สินเชื่อ
- (ข) ซื้อขายตั๋วแลกเงิน หรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นใด
- (ค) ซื้อ ขายเงินปรีวรรตต่างประเทศ

นอกจากนี้ในมาตรา 9 ทวิกำหนดไว้ว่า “นอกจากการธนาคารพาณิชย์แล้ว ธนาคารพาณิชย์อาจจะทำธุรกิจที่เกี่ยวกับ หรือเนื่องจากการธนาคารพาณิชย์ หรือธุรกิจอันเป็นประเพณี ที่ธนาคารพาณิชย์พึงกระทำ เช่น การเรียกเก็บเงินตามตั๋วเงิน การรับอาวัลตั๋วเงิน การรับรองตั๋วเงิน การออกเช็คเตอร์ออฟเครดิต หรือการค้าประกัน หรือธุรกิจทำนองเดียวกันด้วยก็ได้ เมื่อได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย แต่จะประกอบการค้าหรือธุรกิจอื่นใดมิได้” และธนาคารพาณิชย์ยังสามารถประกอบได้ตามที่กำหนดไว้ใน ม.13 ทวิ เกี่ยวกับการให้กู้ยืมเงินที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์รัฐบาลไทยหรือการให้สินเชื่อตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้ได้อีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทบริการของธนาคารพาณิชย์

ภายใต้ตัวบทกฎหมายและประเพณีปฏิบัติธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ มักจะมีบริการลักษณะดังต่อไปนี้

1. การเบิกเงินเกินบัญชี (Overdraft)

2. การให้กู้ยืม (Loan)

- การให้กู้ยืมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ (Commercial Loan)

- การให้กู้ยืมแก่ผู้บริโภค (Consumer Loan)

3. การรับซื้อลดเช็ค/ตัวเงิน/ตราสารเปลี่ยนมืออื่นๆ

4. การรับอ่าวตัวเงิน/การรับรองตัวเงิน/การออกเช็คเตอร์ออฟเครดิตหรือการค้าประกัน

5. การโอนเงินและการเรียกเก็บเงิน

6. การรับฝากเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว

7. การซื้อขายเงินปรีวรรตต่างประเทศ

8. บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจธนาคารพาณิชย์ เช่น การออกบัตรเครดิต การออก

เช็คของขั้วญ การออกเช็คเพื่อการกุศล บริการให้เช่าตู้นิรภัย ฯลฯ เป็นต้น

ประเภทของสถาบันการเงิน

สถาบันการเงินที่มีหน้าที่สร้างเงิน การควบคุมปริมาณเงิน และการรักษาค่าของเงินในประเทศ ได้แก่

ธนาคารกลางหรือธนาคารแห่งประเทศไทย

เป็นสถาบันการเงินระดับชาติที่มีหน้าที่ในการควบคุมนโยบายการเงินของรัฐบาล เพื่อลดหรือขยายปริมาณเงินและเครดิตให้เป็นไปตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งสรุปหน้าที่ได้ดังนี้

1 หน้าที่ออกบัตร

2 การเป็นนายธนาคารของรัฐบาล

3 การเป็นนายธนาคารของธนาคารพาณิชย์

4 การกำกับและตรวจสอบสถาบันการเงิน

5 การควบคุมปริวรรต

6 การรักษาทุนสำรองระหว่างประเทศ

7 การกำหนดนโยบายการเงินและนโยบายเศรษฐกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารพาณิชย์

เป็นสถาบันการเงินซึ่งดำเนินกิจการโดยใช้เงินทุนซึ่งได้จากเงินกองทุนเงินฝาก หรือเงินกู้ยืมจากแหล่งต่างๆ และนำเงินทุนเหล่านี้ไปลงทุน เพื่อผลประโยชน์ในด้านการให้สินเชื่อ ซื้อขายตั๋วแลกเงิน หรือตราสารเปลี่ยนมือ และซื้อขายหรือปริวรรตเงินตราต่างประเทศโดยสรุปหน้าที่ได้ดังนี้

- 1 การสร้างและทำลายเงินฝาก
- 2 การให้บริการทางการเงินทั้งในและต่างประเทศ

สำหรับสถาบันการเงินที่ไม่สามารถสร้างได้ แต่มีความสำคัญในการระดมเงินออม และการกระจายเงินทุนที่ได้รับไปสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการเงินทุน หรือเรียกว่า สถาบันการเงินที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ (Non-Bank Financial Institutions) สถาบันการเงินที่มีชื่อธนาคารนำหน้าซึ่งจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายในประเทศไทย ได้แก่

ธนาคารออมสิน

เป็นสถาบันการเงินของรัฐที่ระดมเงินฝากจากผู้ฝากรายย่อย โดยการรับฝากเงินจากประชาชนและการจำหน่ายสลากออมสิน ซึ่งอาจจะถูกรางวัลจากการออกลอตเตอรี่เป็นจำนวนพอสมควร นอกจากนี้ธนาคารออมสินยังเปิดดำเนินงานธุรกิจการธนาคารอื่นได้แก่ รับเงินฝากกระแสรายวันและเงินฝากประจำ การจำหน่ายตั๋วเงินเพื่อเดินในประเทศ และการให้เชาผู้กู้ยืมสำหรับเก็บของมีค่า

ธนาคารอาคารสงเคราะห์

เป็นสถาบันการเงินที่อยู่ภายใต้การควบคุม และดำเนินงานของกระทรวงการคลังทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยปานกลาง และรายได้น้อย ให้มีที่อยู่อาศัยของตนเอง โดยให้กู้ยืมเงินระยะยาว ดอกเบี้ยต่ำ เงินทุนของธนาคารได้จากเงินกู้ระยะยาวจากกระทรวงการคลังและธนาคารออมสิน และรับฝากเงินฝากประเภทต่าง ๆ รวมทั้งเงินฝากกระแสรายวัน ซึ่งเป็นงานธุรกิจการธนาคารด้วย

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

เป็นสถาบันการเงินที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกรของประเทศ ผู้ถือหุ้นของธนาคารได้แก่ กระทรวงการคลังกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร สถาบันการเงิน และบุคคลอื่นๆ เช่น ธนาคารพาณิชย์สำหรับเงินฝาก ยกเว้นประเภทที่ใช้เชิดในการถอนหรือเงินฝากกระแสรายวัน

บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แท้จริงแล้วไม่ได้หมายความถึง เอทีเอ็ม เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีบริการอื่นๆ ที่น่าสนใจมากสำหรับการบริการ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายเงิน อิเล็กทรอนิกส์ หรือเรียกว่า

Electronic Funds Transfers(EFT) ที่มีการให้บริการในประเทศไทยแล้ว มีดังต่อไปนี้

- 1 บริการ เอทีเอ็ม (Automatic Teller Machine -ATM)
- 2 บริการ โอนเงิน ณ จุดขาย(Point of Sale-POS)
- 3 บริการ ธนาคารทางโทรศัพท์ (Telephone Banking -TB)
- 4 บริการธนาคารสำหรับสำนักงาน (Office Banking -OB)
- 5 บริการธนาคารที่บ้าน (Home Banking-HB)
- 6 บริการบัญชี เงินเดือนอิเล็กทรอนิกส์ (Direct Deposit off Payroll-DDP)
- 7บริการ โอนบัญชีจ่ายค่าใช้จ่ายอิเล็กทรอนิกส์ตามข้อตกลงล่วงหน้า (Preauthorized

Transfers-PT)

1.บริการเอทีเอ็ม

บริการเอทีเอ็ม เป็นบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ชนิดแรกที่ธนาคารพาณิชย์นำออกใช้เอทีเอ็มทำหน้าที่เสมือนหนึ่งพนักงานรับจ่ายเงิน (Teller) และพนักงานของบัญชีของธนาคาร ดูรูปประกอบ ลูกค้ำที่มีบัญชีฝากอยู่สามารถฝาก ถอน ตรวจสอบยอดเงิน และโอนเงินจากบัญชีหนึ่งไปอีกบัญชีหนึ่งได้ โดยใช้บริการของเครื่องเอทีเอ็ม เอทีเอ็มที่ใช้อยู่ทั่วโลกเมื่อสิ้นปี ค.ศ. 1983 มี ทั้งหมดหนึ่งแสนกว่าเครื่องสำหรับประเทศที่ใช้เครื่องเอทีเอ็มมากที่สุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และอันดับสองได้แก่ญี่ปุ่น

เอทีเอ็ม คือ เครื่องจักรหรือเครื่องมืออุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ประเภทหนึ่งที่มีลักษณะการทำงานคล้ายเครื่องเทอร์มินัล (Terminal) ที่ติดตั้งตามสาขาของธนาคารพาณิชย์

ธนาคารพาณิชย์ นำเอทีเอ็มมาใช้กับงานของธนาคารเพื่อบริการลูกค้า ให้ได้รับความสะดวกและรวดเร็ว โดยลูกค้าเป็นผู้สั่งให้เครื่อง เอทีเอ็มทำงาน ตามที่ลูกค้าต้องการภายใต้ข้อกำหนดหรือบริการที่ธนาคารกำหนดให้เครื่อง เอทีเอ็มทำงาน

งานที่เครื่องเอทีเอ็มสามารถให้บริการแก่ลูกค้า ของธนาคารแบ่งตามประเภทของรายการได้ดังนี้

รายการถอนเงินสด (Cash Withdrawal Function) สามารถถอนที่เงินจากบัญชีเงินฝากของลูกค้าได้ทุกประการที่ต้องการ

เอทีเอ็มเป็นเอกสารที่ส่งเงินไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการฝาก (Deposit Function) สามารถทำรายการฝากเข้าบัญชีเงินฝากทุกประเภทของ ลูกค้า

รายการโอนเงิน (Transfer Money Function) สามารถทำรายการโอนเงินระหว่างบัญชี เงินฝากของลูกค้าที่มีอยู่กับธนาคาร

รายการชำระเงิน (Payment Function) สามารถหักบัญชีเงินฝากทุกประเภทของลูกค้า เพื่อชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ หรือลูกค้าจะชำระค่าใช้จ่ายด้วยเงินสดผ่านเครื่องเอทีเอ็มก็ได้

สอบถามยอดในบัญชีเงินฝากทุกประเภทของลูกค้า

วิธีการใช้บริการ เอทีเอ็ม

วิธีการใช้บริการเอทีเอ็มมีขั้นตอนการแนะนำตัวผู้มีสิทธิ โดยลูกค้าจะต้องสอดบัตรเอทีเอ็ม ประจำตัวลูกค้าเข้าไปใน Card Input /Reader เครื่องจะเริ่มทำงาน ป้อนรหัสประจำตัวลูกค้าโดยกดที่เป็นตัวเลข (Number Keyboard) เครื่องจะพิสูจน์ความถูกต้องของผู้มีสิทธิในบัตรก่อนอนุญาตให้รายการได้ สำหรับขั้นตอนการสั่งเครื่องให้ทำงานตามที่ต้องการใช้บริการมีดังนี้

1.เลือกกดปุ่ม (Function Keyboard) ที่ต้องการ

1.1ปุ่มการทำรายการ ฝาก ถอน โอนบัญชี หรือสอบถามยอด

1.2ปุ่มประเภทบัญชีที่ลูกค้าเปิดไว้กับธนาคาร

2.ป้อนจำนวนเงินที่ต้องการ โดยกดที่ Numeric Keyboard

3.กดปุ่ม “Enter” หรือ “ตกลง” เพื่อยืนยันความถูกต้องของจำนวนเงินที่ต้องการ

4.ถ้าเป็นรายการฝากหรือรายการชำระเงินลูกค้าจะต้องแจ้งให้เครื่องทราบว่าเป็นเงินสด

โดยกดเลข 1 หรือเป็นเช็คโดยกดเลข 2 และสอดซองใส่เงินหรือซองใส่เช็คเข้าไปใน “ช่องฝากเงิน” (Depository)

5.ในกรณีที่ต้องการถอนเร่งด่วนให้กดปุ่ม “ถอนด่วน” เครื่องเอทีเอ็มจะทำงาน โดยผ่าน ขั้นตอน 2 และ 3

2.บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

บริการ โอนเงิน ณ จุดขายคือบริการตัดบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ณ จุดขาย ซึ่งให้ความสะดวกแก่ลูกค้าผู้ถือบัตรเอทีเอ็มของธนาคารในการซื้อสินค้า และบริการโดยวิธีหักบัญชีเงินฝากแทนการใช้เงินสด เครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขายสามารถอ่านรหัสจากบัตรเอทีเอ็มของลูกค้า เพื่อเช็คยอดบัญชีว่ามีเงินพอชำระค่าสินค้าหรือบริการหรือไม่ถ้ายอดเงินในบัญชีพอ เครื่องจะทำหน้าที่โอนเงินจากบัญชีลูกค้า เข้ามายังบัญชีของร้านค้าหรือสถานบริการทันที ปกติแล้วธนาคารจะติดตั้งเครื่อง

บริการโอนเงิน ณ จุดขายตามร้านค้า และสถานีบริการทั่วไป โดยเชื่อมกับธนาคารผ่านทางสายโทรศัพท์ รูปประกอบ สำหรับบริการโอนเงินนี้สามารถทดแทนการถือเงินสด ของลูกค้าได้ ลูกค้าเพียงแต่พกบัตรเอทีเอ็ม และใช้ซื้อสินค้าหรือบริการ โดยวิธีตัดบัญชีกับร้านค้า และสถานีบริการโดยตรง

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้นั้น ในตอนต้นๆ อาจมีปัญหาบ้าง เนื่องจากเรายังนิยมพกเงินสดเพื่อใช้จ่ายอยู่ แต่ถ้าเวลาผ่านไปจนกระทั่งนิยมพกเงินสดน้อยลง และใช้บัตรเครดิตมากขึ้นแล้ว โอกาสที่จะยอมรับบริการโอนเงินนี้ก็จะมีมากขึ้น ความซับซ้อนยุ่งยากในการใช้นั้นแทบจะไม่มี เพราะลูกค้าไม่ต้องกังวลกับปัญหาการใช้เครื่อง เนื่องจากพนักงานเก็บเงินของร้านค้าและสถานบริการจะเป็นผู้ติดต่อกับเครื่องเองทั้งหมด นอกจากนี้การทดลองใช้ที่ละน้อยนั้น สำหรับบริการ โอนเงินนี้ก็ยังมีลักษณะเดียวกับเอทีเอ็ม คือ ลูกค้าสามารถใช้บริการนี้แทนเงินสดได้ ถ้าไม่พอใจจะเลิกใช้เมื่อไรก็ได้ และที่สำคัญ คือ ลูกค้าไม่ต้องแบกภาระเรื่องต้นทุน หรือค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โอนเงินแต่อย่างใด เพราะธนาคาร และร้านค้าหรือสถานบริการจะเป็นผู้แบกรับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ทั้งหมด

3.บริการธนาคารทางโทรศัพท์

บริการธนาคารทางโทรศัพท์ บริการนี้ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีเงินฝากของตนเอง สอบถามข้อมูลอื่นๆ เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ รวมทั้งการติดต่อกับธนาคาร เช่น ให้ธนาคารออกเช็ค บริการประเภทนี้สามารถทดแทนงานของพนักงานรับจ่ายเงินได้แทบทุกชนิด โดยที่ลูกค้าไม่ต้องไปติดต่อกับธนาคารด้วยตนเอง แต่ถ้ามองในแง่ความสะดวกคล่องกับพฤติกรรมของลูกค้า และความยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งานแล้วอาจจะยังมีจุดด้อยอยู่บ้าง เพราะลูกค้าอาจจะไม่คุ้นเคยกับการติดต่อกับธนาคาร โดยเครื่องโทรศัพท์ หรือเล็กรหัส ของรายการที่ต้องการทราบ อย่างไรก็ตามถ้าหากว่าลูกค้า ใช้บริการเกิดความยุ่งยากใจ ก็ สามารถเลิกใช้บริการได้ตลอดเวลา อีกทั้งต้นทุนในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ค่อนข้างต่ำ เพราะธนาคารอาจให้บริการฟรี หรือคิดค่าใช้จ่ายเพียงเล็กน้อยเท่านั้น วิธีการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เป็นเรื่องที่ง่าย ไม่ซับซ้อนแต่อย่างใด ลูกค้าเพียงแต่โทรศัพท์ไปยังศูนย์กลางของหน่วยงานที่ให้ บริการนี้ ซึ่งติดต่อโดยตรงกับเครื่องคอมพิวเตอร์ กดรหัสประจำตัว และเลือกรายการของบริการที่ต้องการทราบ เครื่องคอมพิวเตอร์จะแจ้งคำตอบให้ลูกค้าได้ตามที่ลูกค้าต้องการ

4.บริการธนาคารสำหรับสำนักงาน

บริการธนาคารสำหรับสำนักงาน เป็นการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเดินทางไปติดต่อขอใช้บริการต่างๆ ถึงธนาคาร สำหรับวิธีการและขั้นตอนในการใช้บริการค่อนข้างยุ่งยาก เพราะลูกค้าจะต้องใช้บริการโดยผ่านเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ ซึ่งต้องใช้เทคโนโลยี

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดได้เห็นไปใช้ประโยชน์ในการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมัยใหม่ ลูกค้าต้องใช้เวลาในการเรียนรู้ และทำความเข้าใจกับคอมพิวเตอร์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้จะเป็นจำนวนค่อนข้างสูง ผู้ใช้บริการจะต้องตัดสินใจก่อน ถ้าต้องการจะใช้แล้ว จำเป็นต้องเลือกวิธีค่อย ๆ ใช้ทีละน้อย เพราะต้องลงทุนทันทีที่ใช้บริการ ถ้าลงทุนแล้วไม่พอใจจะเลิกใช้กลางคันก็ไม่คุ้มค่า

สำหรับบริการธนาคารสำหรับสำนักงาน ลูกค้าจะต้องมีอุปกรณ์สำหรับการติดต่อ เช่น ไมโครคอมพิวเตอร์ชนิดที่มีจอภาพ เพื่อแสดงรายการการเคลื่อนไหวทางบัญชี ของลูกค้าโดยละเอียด บริการนี้ สามารถให้ข้อมูลที่บริการธนาคารทางโทรศัพท์ให้ทุกอย่าง แต่ที่พิเศษกว่านั้นคือ สามารถให้ข้อมูลอื่นๆ เช่น ข้อมูลทางเศรษฐกิจ โปรแกรมการพยากรณ์เงินสด โปรแกรมพยากรณ์ยอดขาย เป็นต้น

5.บริการธนาคารทางบ้าน

บริการธนาคารทางบ้านเป็นบริการที่เหมือนกับบริการธนาคารสำหรับสำนักงานทุกอย่างแต่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเป็นลูกค้าตามบ้านแทนที่จะเป็นสำนักงาน ลูกค้าสามารถดูการเคลื่อนไหวของบัญชี หรือการโอนเงินผ่านจอภาพ ไมโครคอมพิวเตอร์หรือโทรทัศน์จากที่บ้านได้ บริการบัญชีเงินเดือนอิเล็กทรอนิกส์

6.บริการบัญชีเงินเดือนอิเล็กทรอนิกส์

เป็นบริการพิเศษที่ธนาคารพาณิชย์เสนอให้กับบริษัทที่มีลูกจ้างจำนวนมาก ในทุกๆ สิ้นเดือนหรือวันเงินเดือนออก บริษัทจะเหล่านี้จะส่งข้อมูลเงินเดือนของพนักงานให้แก่ธนาคาร ธนาคารจะประมวลผล ตรวจสอบ และโอนเงินจากบัญชีของบริษัทเข้าบัญชีของพนักงานแต่ละคนโดยอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยวิธีนี้ บริษัทไม่ต้องเสียเวลาจ่ายเงินสดหรือเช็คให้แก่พนักงานจำนวนมาก อีกทั้งปลอดภัยกว่าด้วย ดังรูปที่ N

สำหรับบริการนี้มองดูแล้วจะเห็นว่า อนาคตแจ่มใสมาก จากการประเมินผลการใช้บริการเท่าที่ผ่านมา ก็แสดงให้เห็นว่าบริษัท และพนักงานที่ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงนอกจากนั้นการใช้บริการก็ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และผู้ให้บริการก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใดทั้งสิ้น

7.บริการโอนบัญชีค่าใช้จ่ายอิเล็กทรอนิกส์ตามข้อตกลงล่วงหน้า

บริการ โอนบัญชีค่าใช้จ่ายอิเล็กทรอนิกส์ตามข้อตกลงล่วงหน้าเป็นบริการ ที่ธนาคารพาณิชย์จะทำหน้าที่โอนเงิน จากบัญชีลูกค้าตามที่ลูกค้าสั่ง โดยอิเล็กทรอนิกส์เพื่อชำระเป็นค่าสาธารณูปโภคเรียกเก็บเงินของบัตรเครดิตต่าง ๆ ที่ลูกค้าใช้บริการอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์กรหรือรับเงินอาจมีบัญชีอยู่ในธนาคารเดียวกับลูกค้าก็ได้ ซึ่งถ้าเป็นกรณีนี้ทางธนาคารก็เพียงแต่โอนเงินจากบัญชีลูกค้าเข้าบัญชีขององค์กรนั้น ๆ ตามจำนวนค่าใช้จ่ายจริงที่ลูกค้าต้องจ่าย แต่ถ้าองค์กรดังกล่าวไม่มีบัญชีอยู่ในธนาคารเดียวกับลูกค้า ธนาคารก็จะออกเช็คสั่งจ่ายให้

แทน

สำหรับลูกค้าสามารถแจ้งผ่านบริการทางโทรศัพท์ ให้ธนาคารจ่ายค่าใช้จ่ายและบริการต่าง ๆ โดยหักบัญชีของตน หรือแจ้งให้องค์กรหรือหน่วยงานที่ลูกค้าใช้บริการส่งบิลไปเรียกเก็บเงินยังธนาคารพาณิชย์ที่ลูกค้าใช้บริการนี้อยู่ และให้ธนาคารมีอำนาจหักเงินในบัญชีได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องเป็นรายการค่าใช้จ่ายตามที่ลูกค้าได้ตกลงไว้ล่วงหน้ากับธนาคารเท่านั้น

บริการนี้สาธารณชนไม่ค่อยจะยอมรับเท่าไร เพราะค่อนข้างจะขัดกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เคยชินกับการจ่ายเงินสดหรือเช็ค เพราะจ่ายเงินสดหรือเช็คต้นทุนต่ำ สะดวก และลูกค้ามีอำนาจในการควบคุมระยะเวลาและจำนวนเงินที่ต้องจ่าย ในแง่ความยุ่งยากซับซ้อนในการใช้อาจเกิดขึ้นได้ ถ้าเครื่องคอมพิวเตอร์เกิดทำงานผิดพลาด และบริการนี้ไม่สามารถทดลองใช้ทีละน้อยได้ เพราะทันทีที่ลูกค้าใช้บริการ ลูกค้าจะไม่สามารถเปลี่ยนใจกลับไปกลับมาได้ บริการนี้อาจมีข้อดีอยู่บ้างคือ เรื่องต้นทุนค่าใช้จ่ายเพราะธนาคารผู้ให้บริการอาจดึงดูจใจลูกค้าให้มาใช้บริการด้วยการไม่คิดค่าธรรมเนียมแต่อย่างใด

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นายพรชัย ตามถิ่นไทย
วัน เดือน ปีเกิด	4 กุมภาพันธ์ 2511
สถานที่เกิด	ต.ลาดยาว อ.ลาดยาว จ.นครสวรรค์
ที่อยู่ปัจจุบัน	27/166 ซอยहरรรษา 1 ถนนมาเจริญ เขตหนองแขวง กรุงเทพฯ โทร. 812-0143
ประวัติการศึกษา	2518 - 2523 (ประถม) โรงเรียนบ้านลาดยาว 2523 - 2525 (มัธยม) โรงเรียนลาดยาววิทยาคม 2525 - 2528 (ปวช.) วิทยาลัยอาชีวศึกษา นครสวรรค์ 2529 - 2531 (ปวศ.) วิทยาเขตเพาะช่าง 2531 - 2533 (ปริญญาตรี) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์การทำงาน/ อาชีพปัจจุบัน	2536 - 2541 ตำแหน่งมัณฑนากร ประจำส่วนออกแบบฝ่ายอาคาร และเครื่องเรือน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
สถานที่ทำงาน	สำนักงานใหญ่ (สีลม) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โทร. 230-2720

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้