

การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้า
กรณีศึกษา : บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด สำนักงานใหญ่

INTERIOR ENVIRONMENTAL DESIGN FOR CUSTOMER SERVICE ZONE
CASE STUDY: HEAD OFFICE OF SAMPAH INSURANCE COMPANY LIMITED

วิศณี ไชยรักษ์
VITSANEE CHAIYARUK

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2547

ISBN 974-9708-40-7

การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้า
กรณีศึกษา : บริษัทสัมพันธประกันภัย จำกัด สำนักงานใหญ่

INTERIOR ENVIRONMENTAL DESIGN FOR CUSTOMER SERVICE ZONE
CASE STUDY: HEAD OFFICE OF SAMPANH INSURANCE COMPANY LIMITED



วิศณี ไชยรักษ์
VITSANEE CHAIYARUK

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน **51562**

วัน,เดือน,ปี **23 ก.ค. 2547**

พ.ศ.2547

ISBN 974-9708-40-7

.b.....
.i.....

INTERIOR ENVIRONMENTAL DESIGN FOR CUSTOMER SERVICE ZONE
CASE STUDY: HEAD OFFICE OF SAMPANH INSURANCE COMPANY LIMITED

VITSANEE CHAIYARUK

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

2004

ISBN 974-9708-40-7

COPYRIGHT 2004

SCHOOL OF GGADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อ	การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้า
กรณีศึกษา :	บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด สำนักงานใหญ่
นักศึกษา	นางสาววิศณี ไชยรักษ์
รหัสประจำตัว	43063303
ปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรมภายใน
พ.ศ.	2547
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	ผศ.เอกพล สิริชัยนันท์

บทคัดย่อ

การศึกษากการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้าของ บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด สำนักงานใหญ่โดย มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ 1.) ศึกษาองค์ประกอบภายในองค์กร ซึ่งได้แก่ จำนวนและพฤติกรรมของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ขนาดและความสัมพันธ์ของพื้นที่ของส่วนผู้ให้และผู้รับบริการ 2.) ศึกษาถึงภาพลักษณ์ขององค์กร 3.) เสนอแนะแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้า

การศึกษาเริ่มจากทบทวนทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การสำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการกับกลุ่มผู้บริหาร สังเกตการณ์พฤติกรรมของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ และสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมและการบริการของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง ได้มาทั้งหมดจำนวน 209 คน เป็นผู้ให้บริการจำนวน 143 คน และผู้รับบริการจำนวน 66 คน นอกจากนั้นได้ทำการเก็บข้อมูลด้านภาพลักษณ์โดยวิธี Collage จากกลุ่มผู้รับบริการ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า ในด้านสภาพแวดล้อมผู้ให้บริการมีความคิดเห็นที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน เกิดความสับสนและคับแคบ ในขณะที่ผู้รับบริการส่วนใหญ่เกิดความพึงพอใจ ส่วนในเรื่องการบริการนั้นทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ มีความประทับใจในการบริการขององค์กรแต่ต้องการให้รวมส่วนบริการอยู่ในพื้นที่เดียวกัน

สรุปการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้าควรเป็นลักษณะการติดต่อกันอยู่ในบริเวณเดียวกัน โดยส่วนแรกคือประชาสัมพันธ์ เชื่อมต่อกับ 2 ส่วนบริการคือ ส่วนขายประกันภัยรถยนต์และส่วนสินไหมอุบัติเหตุ ภายในส่วนขายประกันภัยรถยนต์ประกอบด้วยบริเวณทำงานจำนวน 6 คนและพักคอยจำนวน 21 ที่นั่ง ส่วนรับสินไหมอุบัติเหตุประกอบด้วยบริเวณทำงานพนักงานจำนวน 14 คนและพักคอยจำนวน 60 ที่นั่ง บรรยากาศภายในทั้งสองส่วนได้นำภาพลักษณ์ขององค์กรซึ่งก็คือ บริการเหนือบริการ (Service on top) และอบอุ่นเป็นกันเอง

(A light long family) มาเป็นแนวคิดในการออกแบบ

โดยให้รูปทรงและเส้นสายที่โค้งมนในการจัดวางผังพื้นที่ และนำสีของสัญลักษณ์องค์กรมาใช้คือสีเขียวและสีเหลือง เสริมบรรยากาศด้วยโทนสีและวัสดุที่แสดงความอบอุ่นเช่นไม้ และวัสดุมันวาวของสเตนเลสแทนความคล่องตัว

Thesis title	Design physical environments for customer service zone Case study: Head office sampanh insurance company limited
Student	Miss Vitsanee Chaiyaruk
Student ID	43063303
Degree	Master of Architecture
Programme	Interior of Architecture
Year	2004
Thesis advisor	Prof.Aekapong Sirichaiyanun

ABSTRACT

The purposes of this study were to investigate the internal company factors including officers' behavior in service sectors, sizes and space relation at officers' and customers' zones as well as the perceptible image of company and to suggest ways of designing physical environments directly for the customers service zone. The field survey at car assurance section and accident fine, structural interview, observation of officers' behavior and a set of questionnaires of service and environment satisfaction were used to collect the data for certain groups of sample accordingly. The data of company image was collected from specialists and customers by using collage's method.

The results revealed that, according to the officers' opinion, the internal environment was not helpful to the service, but confusing and customers' opinion, environment was satisfy. However, the service was satisfactory.

The image of the company "Service on top" and "A light long family" was used to design the physical environments directly for the customers service zone should be one stop service including the public relation point and two rooms of service, car assurance one with working area for 6 officers and waiting area for 21 customers and accident fine room with area for 14 officers and 60 customers, reflecting fast, friendly, and warm service because of the relationship between the space and service behavior. Besides, curve shapes and lines were used for planning for representing softness the green and yellow for the simple of the company and the warm tone and materials for flexibility.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดี ด้วยคำแนะนำและคำปรึกษา จาก ผศ.เอกพล สิริชัยนันท์ ซึ่งเป็นอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่าน และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ฉัตรชัย อิศรโชติ ผศ.นพปฎล สุวัจจนวนนท์ และอาจารย์มนต์ ทิพย์ ลินน์ อัสโสรัตน์กุล ที่ได้ให้คำปรึกษาด้วยดีต่อการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณศรีศักดิ์ ณ นคร กรรมการผู้จัดการบริษัทสัมพันธมิตรประกันภัย จำกัด ตลอดจนพนักงานในบริษัท ที่ได้ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

ขอขอบคุณ อาจารย์ขวัญใจจิต รัตนวรรณนุกูล อาจารย์จิตธรรมณี ดีชุมตมจันทร์ และดร.รวิ ประกา สิทธิธลภ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีส่วนช่วยเหลือ ให้คำแนะนำต่อผู้วิจัย

ขอขอบคุณ อาจารย์วิไลวรรณ วิฑูรย์สถฤษฏีศิลป์ ที่ได้คำปรึกษาต่อผู้วิจัย
สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดามารดา ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจต่อผู้วิจัยตลอด มา และขอขอบคุณบุคคลอื่น ๆ ที่ไม่อาจกล่าวชื่อนามได้ทั้งหมด

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

วิศณี ไชยรักษ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	X
สารบัญภาพ.....	XII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 คำถามของการวิจัย/ประเด็นปัญหา.....	4
1.4 ขอบตกลงเบื้องต้น.....	5
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.6 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	6
1.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	7
1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.9 นิยามศัพท์.....	7
บทที่ 2 วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 ศึกษาธุรกิจการประกันภัย.....	9
2.1.1 ความเป็นมาของการประกันภัยในประเทศไทย.....	9
2.1.2 ธุรกิจการประกันภัย.....	11
2.1.2.1 สำนักงานประกันภัย.....	11
2.1.2.2 บริษัทประกันภัย.....	11
2.2 ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image)	22
2.2.1 ภาพลักษณ์ขององค์กร.....	22
2.2.2 ภาพลักษณ์กับการออกแบบสภาพแวดล้อม.....	24
2.3 แนวทางการจัดสภาพแวดล้อมภายในองค์กร.....	24
2.3.1 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม.....	24
2.3.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ในการออกแบบสภาพแวดล้อม.....	27

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
2.3.3 สภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีสำหรับผู้บริการ.....	30
2.3.4 วิธีการเชิงพื้นที่.....	32
2.3.4.1 ทฤษฎีเชิงพื้นที่.....	32
2.3.1.2 การศึกษาวิธีประเมินอาคารภายหลังการเข้าครอบครองพื้นที่ (POE: Post Occupancy valuation).....	33
2.4 การจัดสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน.....	35
2.4.1 สภาพแวดล้อมในสำนักงาน.....	35
2.4.1.1 การใช้สีในสำนักงาน.....	35
2.4.1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับสีและการรับรู้ของสี.....	39
2.4.1.3 การใช้แสงในสำนักงาน.....	41
2.1.4.1 การใช้เสียงในสำนักงาน.....	43
2.5 กรอบแนวคิด.....	45
2.5.1 ตัวแปรในงานวิจัย.....	45
2.5.1.1 ตัวแปรอิสระ.....	45
2.5.1.2 ตัวแปรกลาง.....	46
2.5.1.3 ตัวแปรตาม.....	46
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	47
3.1 การศึกษาและสำรวจเบื้องต้น.....	47
3.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ.....	47
3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ.....	47
3.1 การออกแบบการวิจัย.....	48
3.2.1 การกำหนดตัวแปรในการวิจัย.....	48
3.2.1.1 ตัวแปรอิสระ.....	48
3.2.1.2 ตัวแปรตาม.....	49
3.2.2 การสร้างเครื่องมือวิจัย.....	49
3.2.3 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง.....	50
3.3 ตารางวิธีการและเครื่องมือการวิจัย.....	51
3.4 การประเมินผลนิยามศัพท์ด้านมนทัศน์เป็นปฏิบัติการ.....	52

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
3.6 การเสนอแนะแนวทางการออกแบบ.....	54
บทที่ 4 การศึกษารายละเอียดของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย.....	55
4.1 บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย.....	55
4.1.1 รายละเอียดทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ.....	55
4.1.1.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท.....	55
4.1.1.2 ลักษณะการประกอบการ.....	57
4.1.1.3 โครงสร้างองค์กร.....	60
4.1.2 ศึกษาเฉพาะฝ่ายติดต่อลูกค้าโดยตรง.....	62
4.1.2.1 ฝ่ายรับประกันภัยรถยนต์.....	63
4.1.2.2 ฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุ.....	88
4.2 การศึกษาเปรียบเทียบบริษัทประกันภัย.....	115
4.2.1 บริษัทวิริยะประกันภัย.....	115
4.2.1.1 ผลสะท้อนถึงการออกแบบสำนักงานทั้งภายในและภายนอก.....	119
4.2.2 บริษัททิพยประกันภัย.....	121
4.2.2.1 ผลสะท้อนถึงการออกแบบสำนักงานทั้งภายในและภายนอก.....	122
บทที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ศึกษา.....	126
5.1 ข้อมูลภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด.....	126
5.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม.....	126
5.1.1.1 ผลของแบบสอบถามชุดที่1.....	127
5.1.1.2 ผลของแบบสอบถามชุดที่2.....	134
5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกตการณ์.....	147
5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพลักษณ์องค์กรโดยวิธี collage.....	154
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษาวิจัยและการออกแบบ.....	157
6.1 ความต้องการพื้นที่.....	157

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
6.1.1 พื้นที่ภายในส่วนขายประกันภัย.....	157
6.1.1.1 พื้นที่ปฏิบัติงานหัวหน้าส่วนบริการขายประกันภัย.....	157
6.1.1.2 พื้นที่ปฏิบัติงานพนักงานขายประกันภัยส่วนหน้า.....	158
6.1.1.3 พื้นที่ปฏิบัติงานแก้ไขธรรม์.....	159
6.1.1.4 พื้นที่ปฏิบัติงานเอกสาร.....	159
6.1.1.5 พื้นที่ปฏิบัติงานการเงินรับ.....	161
6.1.1.6 พื้นที่พักคอยลูกค้าส่วนประกันภัยรถยนต์.....	161
6.1.2 พื้นที่ภายในส่วนสินไหมทดแทน.....	163
6.1.2.1 พื้นที่ปฏิบัติงานหัวหน้าสินไหม.....	163
6.1.2.2 พื้นที่ปฏิบัติงานสินไหมส่วนหน้า.....	164
6.1.2.3 พื้นที่ปฏิบัติงานคุมราคา.....	165
6.1.2.4 พื้นที่ปฏิบัติงานการเงินจ่าย.....	166
6.1.2.5 พื้นที่พักคอยลูกค้าส่วนสินไหม.....	166
6.1.2.6 พื้นที่ Private.....	167
6.1.3 พื้นที่ภายในส่วนประชาสัมพันธ์และโถงต้อนรับ.....	168
6.2 ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่.....	171
6.3 แนวความคิดในการออกแบบ.....	173
6.4 การออกแบบ.....	178
6.4.1 การวางผัง.....	178
6.4.2 การออกแบบภายในส่วนบริการลูกค้า.....	181
6.4.3 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะ.....	186
บรรณานุกรม.....	187
ภาคผนวก ก	190
แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับผู้ให้บริการ.....	190
แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับผู้ใช้บริการ.....	194
แบบสอบถามชุดที่ 3 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร.....	198
แบบสอบถามชุดที่ 4 แบบสังเกตการณ์.....	200

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
แบบสอบถามชุดที่ 5 แบบคอราจ.....	204
ภาคผนวก ข.....	208
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย.....	208
ประวัติผู้วิจัย.....	225

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงลักษณะงานปริมาณแสงไฟที่เหมาะสม.....	43
2.2 แสดงระดับความดังของเสียง.....	43
3.1 วิธีการและเครื่องมือของการวิจัย.....	51
3.2 แสดงการประเมินนิยามศัพท์ด้านมนทัศน์.....	52
4.1 แสดงฝ่ายงานบริการลูกค้าโดยตรง.....	61
4.2 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ.....	63
4.3 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อแก้ไขกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ.....	64
4.4 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อซื้อและแก้ไขกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ.....	64
4.5 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ.....	79
4.6 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อซื้อและแก้ไขกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ.....	79
4.7 แสดงวันเวลาการติดต่อของลูกค้าส่วนรับประกันภัยรถยนต์.....	80
4.8 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อฝ่ายสินไหม พ.ร.บ.	89
4.9 แสดงวันเวลาการติดต่อของลูกค้าส่วนสินไหม พ.ร.บ.	90
4.10 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อฝ่ายสินไหมรถยนต์.....	95
4.11 แสดงวันเวลาการติดต่อของลูกค้าส่วนสินไหมรถยนต์.....	96
4.12 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุ.....	105
4.13 แสดงวันเวลาการติดต่อของลูกค้าส่วนสินไหมอุบัติเหตุ.....	106
4.14 สรุปแนวคิดในการออกแบบของบริษัทประกันภัย.....	123
5.1 แสดงความคิดเห็นของพนักงานต่อสภาพแวดล้อมในสำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธ์. ประกันภัย จำกัด.....	129
5.2 แสดงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด.....	131
5.3 แสดงคำตอบความเพียงพอของพื้นที่ปฏิบัติงาน.....	132
5.4 แสดงคำตอบเรื่องความต้องการคอมพิวเตอร์สำหรับโต๊ะทำงาน.....	132
5.5 แสดงคำตอบเรื่องการมีส่วนร่วม (Partition) ระหว่างโต๊ะทำงาน.....	133
5.6 คำตอบเรื่องความเหมาะสมของรูปแบบโต๊ะและเก้าอี้ทำงาน.....	133
5.7 แสดงคำตอบเรื่องลักษณะการจัดโต๊ะทำงาน.....	133
5.8 แสดงคำตอบความเพียงพอของชั้นเก็บเอกสาร.....	133
5.9 สาเหตุที่ติดต่อกับบริษัท.....	137

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.10 สาเหตุที่ติดต่อกับบริษัท.....	137
5.11 กรณีที่ผู้รับบริการเป็นลูกค้าของบริษัท เหตุผลใดที่ตัดสินใจทำประกันภัยกับบริษัท.....	137
5.12 ผู้รับบริการรู้จักกับบริษัทเพราะเหตุใด.....	138
5.13 เคยแนะนำให้กับบุคคลอื่นทำประกันกับบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยหรือไม่.....	138
5.14 รู้จักตราสัญลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยหรือไม่.....	138
5.15 ภาพลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด.....	139
5.16 ความพึงพอใจในการบริการ.....	141
5.17 แสดงความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมและสถานที่.....	143
5.18 แสดงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด.....	145
5.19 แสดงช่วงเวลาบริการลูกค้า(ขายประกันภัยรถยนต์).....	149
5.20 แสดงช่วงเวลาบริการลูกค้า(สินไหม).....	151
6.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ภายในส่วนบริการลูกค้า.....	170
6.2 แสดงการพัฒนาจากแนวคิดเป็นการออกแบบ.....	174

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงโครงร่างและขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	9
1.2 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย.....	8
2.1 สัญญาประกันภัยต่อ.....	20
2.2 แสดงองค์ประกอบหลักที่ก่อให้เกิดเป็นสถานที่.....	22
2.3 กระบวนการดำเนินการด้านเอกลักษณ์องค์กร.....	24
2.4 แสดงอิทธิพลของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมต่อประสิทธิภาพการทำงาน.....	36
2.5 การสะท้อนแสงในสำนักงาน.....	36
2.6 ภาพแสดงวงจรสี.....	37
2.7 แสดงการจัดแสงสว่างในการทำงาน.....	37
2.8 แสดงการใช้แสงไฟประดิษฐ์และไฟธรรมชาติ.....	41
2.9 แสดงแผนภูมิเชื่อมโยงของทฤษฎี.....	44
4.1 แสดงผังบริเวณสำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด.....	56
4.2 แสดงภาพบรรยากาศบริเวณภายนอกสำนักงาน.....	56
4.3 แสดงสัญลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย.....	57
4.4 แสดงตัวอย่างโบว์ชัวร์ประกันภัยรถยนต์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย.....	57
4.5 แสดงตัวอย่างโบว์ชัวร์ประกันภัยอัคคีภัยของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย.....	58
4.6 แสดงยอดเบี้ยประกันภัยรับของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย.....	59
4.7 แสดงเปอร์เซ็นต์ยอดเบี้ยประกันภัยรับของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย.....	59
4.8 แสดงการติดต่อของลูกค้า ณ ปัจจุบันของส่วนติดต่อกับลูกค้าโดยตรง.....	62
4.9 แสดงองค์กรฝ่ายงานขายประกันภัยรถยนต์.....	62
4.10 สรุปพฤติกรรมการทำงานปฏิบัติงานของพนักงานรับประกันภัยภาคสมัครใจ.....	65
4.11 ภาพแสดงการปฏิบัติงานของพนักงานรับประกันภัยภาคสมัครใจที่รับงานทางโทรศัพท์ โทรสาร และตัวแทน.....	66
4.12 สรุปพฤติกรรมการทำงานปฏิบัติงานของพนักงานรับประกันภัยภาคสมัครใจหน้าเคาน์เตอร์.....	66
4.13 ภาพบริเวณทางเข้าฝ่ายรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ.....	67
4.14 การปฏิบัติงานของพนักงานรับประกันหน้าส่วนหน้า.....	67
4.15 บรรยากาศภายในส่วนหน้าร้าน ลูกค้ากำลังนั่งรอคิวซื้อประกันภัยจากพนักงาน.....	68
4.16 สรุปพฤติกรรมการทำงานปฏิบัติงานของพนักงานแก้ไขกรณีกรมภาคสมัครใจ.....	68
4.17 บริเวณการปฏิบัติงานของส่วนงานสลักหลัง.....	69

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.18 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานแก้ไขกรรมธรรม์ภาคสมัครใจส่วนหน้า.....	69
4.19 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานพิบแยก.....	70
4.20 บริเวณส่วนปฏิบัติงานของพนักงานพิบแยกกรรมธรรม์.....	70
4.21 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานส่วนงานขายประกันภัยหน้าเคาน์เตอร์.....	71
4.22 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนขายประกันภัยหน้าเคาน์เตอร์.....	71
4.23 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานหัวหน้ารับประกันภัยภาคสมัครใจ.....	72
4.24 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของหัวหน้ารับประกันภัยภาคสมัครใจ.....	72
4.25 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานพิบแยกประกันภัยภาคสมัครใจ.....	73
4.26 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของพิบแยกประกันภัยภาคสมัครใจ.....	73
4.27 แสดงแผนผังของฝ่ายรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในปัจจุบัน.....	74
4.28 แสดงบรรยากาศภายในฝ่ายรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเดิม.....	75
4.29 แสดงบริเวณปฏิบัติงานของพนักงานเห็นถึงปัญหาของแสงธรรมชาติที่รบกวนการ ปฏิบัติงาน.....	76
4.30 แสดงบริเวณปฏิบัติงานของพนักงานเห็นถึงปัญหาของแสงธรรมชาติที่รบกวน การปฏิบัติงาน.....	76
4.31 แสดงบรรยากาศภายในฝ่ายรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในปัจจุบัน.....	77
4.32 แสดงบรรยากาศภายในส่วนทำงานหัวหน้ารับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในปัจจุบัน.....	77
4.33 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของฝ่ายรับประกันภัยภาคบังคับ.....	81
4.34 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานรับประกันภัยภาคบังคับและลูกค้า.....	81
4.35 แสดงการทำงานของฝ่าย พ.ร.บ. บริเวณหัวหน้าฝ่ายและส่วนพิมพ์งาน	82
4.36 แสดงการทำงานของพนักงานส่วนหน้ารับประกันภัยภาคบังคับ.....	82
4.37 บริเวณส่วนปฏิบัติงานของฝ่ายรับประกันภัยภาคบังคับ.....	83
4.38 แสดงลักษณะชั้นเก็บเอกสารในส่วน พ.ร.บ.	83
4.39 บริเวณส่วนปฏิบัติงานพิมพ์งาน.....	84
4.40 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานหัวหน้ารับประกันภัยภาคบังคับ.....	84
4.41 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของหัวหน้ารับประกันภัยภาคบังคับ.....	85
4.42 แสดงลักษณะตู้เก็บเอกสาร.....	85
4.43 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนขาย พ.ร.บ. หน้าเคาน์เตอร์.....	85

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.44 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของพิมพ์กรรมธรรมภาคบังคับ (พ.ร.บ.).....	86
4.45 แสดงแผนผังของฝ่ายรับประกันภัย ภาคบังคับ.....	86
4.46 แสดงองค์กรฝ่ายงานสินไหม.....	88
4.47 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานรับลูกค้าส่วนหน้า.....	90
4.48 สรุปพฤติกรรมลูกค้ากรณีลูกค้าไม่เคยแจ้งเคลมมาก่อน.....	91
4.49 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานสินไหมต่างจังหวัด.....	91
4.50 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานหัวหน้าและพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ สินไหม พ.ร.บ.....	92
4.51 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของหัวหน้าและพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ สินไหม พ.ร.บ.....	92
4.52 แสดงแผนผังของฝ่ายสินไหม พ.ร.บ.....	93
4.53 บริเวณที่พักคอยของลูกค้า.....	94
4.54 แสดงบรรยากาศภายในฝ่ายสินไหม พ.ร.บ.....	94
4.55 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานหน้าร้านและพฤติกรรมลูกค้ากรณี ลูกค้ายังไม่นำรถไปซ่อม.....	96
4.56 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานหน้าร้านและพฤติกรรมลูกค้ากรณี ลูกค้านำรถไปซ่อมแล้ว.....	97
4.57 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานคุมราคา.....	97
4.58 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานพิจารณาอุบัติเหตุ.....	98
4.59 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานทำเอกสารตั้งเบิก.....	98
4.60 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานหัวหน้าสินไหมรถยนต์.....	98
4.61 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของหัวหน้าสินไหมรถยนต์.....	99
4.62 แสดงลักษณะตู้เก็บเอกสาร.....	99
4.63 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนชาย พ.ร.บ. หน้าเคาน์เตอร์.....	100
4.64 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนคุมราคา.....	100
4.65 แสดงแผนผังของฝ่ายสินไหมรถยนต์.....	101
4.66 แสดงบรรยากาศภายในฝ่ายสินไหมรถยนต์.....	102
4.67 บริเวณส่วนพักคอยรับบริการสังเกตว่าค่อนข้างคับแคบ.....	102

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.68 บริเวณส่วนปฏิบัติงานเอกสารตั้งเบิก.....	103
4.69 บริเวณส่วนปฏิบัติงานคุมราคา.....	103
4.70 บริเวณส่วนปฏิบัติงานธุรการ.....	104
4.71 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานรับลูกค้าส่วนหน้า.....	106
4.72 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนหน้าและพฤติกรรมลูกค้า กรณีลูกค้ายังไม่นำรถไปซ่อม.....	107
4.73 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานคุมราคา.....	107
4.74 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานหัวหน้าสินไหมอุบัติเหตุ.....	107
4.75 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของหัวหน้าสินไหมอุบัติเหตุ.....	108
4.76 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนสินไหมรถยนต์หน้าเคาน์เตอร์.....	108
4.77 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนคุมราคา.....	109
4.78 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนการเงินจ่าย.....	109
4.79 แสดงแผนผังของฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุ.....	110
4.80 แสดงบรรยากาศการปฏิบัติงานฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุ.....	111
4.81 การปฏิบัติงานของพนักงานรับลูกค้าส่วนหน้า.....	112
4.82 จุดออกเลขเคลม.....	112
4.83 บริเวณส่วนนั้นพักคอยของลูกค้า.....	113
4.84 บริเวณส่วนปฏิบัติงานของพนักงานธุรการ.....	113
4.85 บริเวณส่วนปฏิบัติงานของพนักงานการเงินจ่าย.....	114
4.86 ตราสัญลักษณ์ของบริษัทตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน.....	115
4.87 แสดงแนวคิดของตราสัญลักษณ์บริษัทวิริยะประกันภัย.....	116
4.88 ตราสัญลักษณ์บริษัทวิริยะประกันภัย.....	117
4.89 ตราสัญลักษณ์บริษัทวิริยะประกันภัย.....	117
4.90 ข้อกำหนดในการจัดวางสัญลักษณ์.....	117
4.91 รูปแบบการใช้ตราสัญลักษณ์ในงานประเภทต่างๆ.....	118
4.92 แสดงทัศนียภาพด้านหน้าของสำนักงานใหญ่.....	119
4.93 ทัศนียภาพภายในสำนักงานส่วนงานรับประกันภัย.....	119
4.94 ทัศนียภาพบริเวณส่วนต้อนรับ.....	120

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.95 ทศนิยมภาพบริเวณส่วนต้อนรับ.....	120
4.96 แสดงตราประจำบริษัททิพยประกันภัย.....	121
4.97 ทศนิยมภาพด้านหน้าอาคารทิพยประกันภัย.....	120
4.98 ทศนิยมภาพบริเวณโถงต้อนรับของสำนักงานใหญ่.....	122
4.99 ภาพบริเวณโถงกลางออกแบบให้เป็น Open space เพื่อเพิ่มการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน.....	122
5.1 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่าง.....	127
5.2 แสดงตำแหน่งงานที่ทำอยู่.....	128
5.3 แสดงฝ่ายที่ประจำอยู่.....	128
5.4 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่าง.....	135
5.5 แสดงวุฒิการศึกษาของผู้ใช้บริการ.....	135
5.6 แสดงอาชีพผู้รับบริการ.....	136
5.7 แสดงรายได้ต่อเดือนของลูกค้า.....	136
5.8 แสดงการติดต่อของลูกค้าทั้งส่วนการซื้อขายประกันภัยและส่วนสินไหมทดแทน.....	147
5.9 สรุปพฤติกรรมกรรมการขายประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับและภาคสมัครใจ.....	148
5.10 สรุปพฤติกรรมพนักงานสินไหม.....	150
5.11 ข้อเสนอแนะจุดบริการลูกค้า(ซื้อประกัน).....	153
5.12 ข้อเสนอแนะจุดบริการลูกค้า(เมื่อเกิดเหตุ).....	154
5.13 ภาพพ่อบุญหลูกๆ ถูกเลือกเป็นอันดับหนึ่ง.....	155
5.14 ภาพภาพพนักงานรักษาความปลอดภัย ถูกเลือกเป็นอันดับสอง.....	155
5.15 ภาพภาพพนักงานรักษาความปลอดภัย ถูกเลือกเป็นอันดับสอง.....	156
6.1 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานหัวหน้าส่วนขายประกันภัยรถยนต์.....	157
6.2 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานขายประกันภัยรถยนต์หน้าเคาน์เตอร์.....	158
6.3 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานแก้ไขกรมธรรม์ภาคสมัครใจและ พ.ร.บ.....	159
6.4 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานเอกสาร.....	160
6.5 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานการเงินรับ.....	161
6.6 แสดงขนาดพื้นที่นั่งพักคอยลูกค้า.....	162
6.7 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานหัวหน้าส่วนสินไหม.....	163

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
6.8 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานสินไหมหน้าเคาน์เตอร์.....	164
6.9 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานคุมราคา.....	165
6.10 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานการเงินจ่าย.....	166
6.11 แสดงขนาดพื้นที่นั่งพักคอยลูกค้า.....	167
6.12 แสดงขนาดพื้นที่ private	168
6.13 แสดงขนาดพื้นที่ส่วนประชาสัมพันธ์.....	169
6.14 แสดงแผนผังความสัมพันธ์ของพื้นที่ภายในส่วนบริการลูกค้า.....	171
6.15 แสดงการจัดกลุ่มพื้นที่ภายในส่วนสินไหมทดแทน.....	172
6.16 แสดงการจัดกลุ่มพื้นที่ภายในส่วนขายประกันภัยภาคสมัครใจและภาคบังคับ.....	173
6.17 แสดงสัญลักษณ์บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย.....	174
6.18 แสดงการวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบ.....	174
6.19 แสดงแนวเคาน์เตอร์รับลูกค้าลักษณะโค้งโอบเข้าหาบริเวณตรงกลาง.....	178
6.20 แสดงผังบริเวณส่วนบริการสินไหม.....	179
6.21 แสดงแนวเคาน์เตอร์รับลูกค้าลักษณะโค้ง.....	180
6.22 แสดงผังบริเวณส่วน.....	180
6.23 บริเวณทางเข้าส่วนบริการลูกค้าสินไหม.....	181
6.24 บริเวณส่วนพักคอยลูกค้าสินไหม.....	182
6.25 บริเวณเคาน์เตอร์สินไหมหน้าร้าน.....	182
6.26 บริเวณเคาน์เตอร์คุมราคา.....	183
6.27 บริเวณส่วนพักคอยการเงินจ่าย.....	184
6.28 บริเวณส่วนขายประกันภัยรถยนต์.....	185
6.29 บริเวณส่วนบริการลูกค้าขายประกันภัยรถยนต์.....	185
6.30 บริเวณส่วนพักคอยลูกค้าขายประกันภัยรถยนต์.....	185

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันมีประชากรเกิดขึ้นมากมายพร้อมกับการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆขึ้นมาให้อำนวยความสะดวกให้แก่มนุษย์ สิ่งของบางอย่างไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตก็กลับกลายเป็นสิ่งจำเป็น นอกเหนือไปจากปัจจัยสี่ เช่น รถยนต์ โทรศัพท์มือถือ เครื่องประดับพวกอัญมณี เครื่องปรับอากาศ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในบ้าน สิ่งต่างๆดังกล่าวเหล่านี้หากเกิดอุบัติเหตุขึ้นไม่ว่าจะโดยมนุษย์หรือธรรมชาติ หรือเกิดแก่ชีวิตของคนที่เป็นหลักของครอบครัวก็จะทำให้ครอบครัวนั้นๆ ต้องประสบกับปัญหาการดำรงชีวิต และเกิดปัญหาต่างๆตามมานาๆประการ

ความสูญเสียดังกล่าวไม่มีความแน่นอนและไม่ทราบล่วงหน้าอาจเกิดขึ้นกับครอบครัวใด วันใด เวลาใด กับใคร ไม่มีใครบอกได้ ดังนั้นจึงควรหาหลักประกันที่จะช่วยบรรเทาความร้ายแรงที่เกิดขึ้นให้ลดลงมาพอที่จะดำรงชีวิตประจำวันตามปกติต่อไปอีกได้ สิ่งที่มาช่วยบรรเทาเหตุร้ายดังกล่าวได้ประการหนึ่งก็คือ การโอนความเสี่ยงภัยให้กับบริษัทประกันภัยเป็นผู้รับผิดชอบบรรเทาอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับชีวิตและทรัพย์สิน

ธุรกิจการประกันภัยจึงเกิดขึ้นมากมายในปัจจุบันเพื่อตอบรับกับความต้องการของประชาชนที่ต้องการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว ยิ่งไปกว่านั้นธุรกิจประกันภัยยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างคาดไม่ถึงอีกด้วยเพราะธุรกิจการประกันภัยเป็นธุรกิจอีกแขนงหนึ่งของสถาบันการเงินในประเทศไทยที่มีความเกี่ยวข้องกับความสุขของสาธารณชน อีกทั้งยังมีบทบาทหน้าที่ระดมเงินออมจากประชาชนในรูปของเบี้ยประกันภัย (กรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์, 2544: 56-64) รัฐบาลจึงให้ความสำคัญต่อธุรกิจการประกันภัย โดยมีการร่างกฎหมายบังคับตามพระราชบัญญัติผู้ประสมภัยจากรถ โดยให้เจ้าของรถทุกคนทำประกันกับบริษัทประกันภัย (มาตรา 7-9 และ 11) กรณีมีผู้ประสมภัยหรือได้รับบาดเจ็บหรือเสียชีวิตตามจำนวนที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง บริษัทจะต้องจ่ายค่าเสียหายเบื้องต้น (ประพันธ์ ทรัพย์แสง, 2539:15-17, 23)

หลังจากที่มีธุรกิจประกันภัยเกิดขึ้นระยะหนึ่งและมีการดำเนินการเป็นที่เชื่อถือได้ ธุรกิจประกันภัยจึงได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับ จึงทำให้มีบริษัทประกันภัยเกิดขึ้นอย่างมากมายเพื่อการตอบรับกับความต้องการของประชาชนที่ต้องการความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว ธุรกิจประกันภัยในประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงกว่าในอดีตเป็นอย่างมาก

ดังจะเห็นได้จากกรอบ 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนกรรมธรรม์ประกันภัยเฉลี่ย 14,130,983 กรรมธรรม์ ต่อปี และมีจำนวนเงินเอาเบี้ยประกันเฉลี่ย 14,368,342 ล้านบาทต่อปี (กรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์, 2544: 58)

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นสะท้อนให้เห็นบทบาทสำคัญของธุรกิจประกันภัยในอนาคตที่ต้องเตรียมความพร้อมรองรับการเปิดเสรีธุรกิจประกันภัยไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงระบบงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพตลอดจนการสร้างภาพพจน์ให้เป็นที่น่าเชื่อถือของประชาชน (กรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์, 2544: 56,64) เมื่อเป็นเช่นนี้บริษัทประกันภัยต่างๆ จึงมีการแข่งขันกันมากมายเพื่อให้ประชาชนไว้วางใจ เกิดความเชื่อมั่นและเลือกบริษัทของตนเพื่อทำประกันภัยสิ่งที่ใช้ในการแข่งขันเพื่อเอาชนะใจผู้ประกันภัยส่วนใหญ่ ใช้การบริการและลักษณะกรรมธรรม์ การโฆษณาตามโทรทัศน์ วิทยุ สื่อต่างๆ รวมทั้งตัวแทนบริษัทตลอดจนในด้านความแข็งแกร่งทางการเงินของบริษัท แต่สิ่งที่บริษัทต่างๆ ยังให้ความสำคัญน้อยหรือบางบริษัทยังไม่มีนั่นคือการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในให้เหมาะสมต่อการให้บริการของพนักงานและการรับบริการของลูกค้า

สำนักงานประกันภัยนั้นเป็นที่ติดต่อบริเวณลูกค้ากับพนักงานใน 2 กรณีคือมาทำประกันกับเมื่อเกิดอุบัติเหตุแล้วเข้ามาติดต่อรับเงินประกัน ดังนั้นสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานก็เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมหรือทำลายบรรยากาศของลูกค้าที่มาติดต่อในด้านทัศนคติที่มีต่อองค์กร การสร้างสภาพแวดล้อมภายในขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจเลือกทำประกันภัยหรือเกิดความประทับใจในองค์กร

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2526:23 มีทัศนะว่าเป้าหมายในการออกแบบสภาพแวดล้อมประกอบด้วย การก่อให้เกิดสุนทรียภาพของรูปทรง การก่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการทางหน้าที่ใช้สอย และการก่อให้เกิดการสื่อสารความหมายทางสัญลักษณ์ แต่จะต้องสื่อความหมายให้สอดคล้องกับความเข้าใจของผู้ใช้ หรือผู้พบเห็นโดยสื่อลักษณะเฉพาะให้รับรู้ได้ถึงประเภทของอาคาร (2526:94) สัญลักษณ์ที่สภาพแวดล้อมใช้สื่ออาจเป็นการใช้ภาษา เช่น ป้ายต่าง ๆ หรือเป็นการใช้สัญลักษณ์โดยอาศัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

Canter, 1977:157 กล่าวว่าเป้าหมายของการออกแบบสภาพแวดล้อมคือ การสร้างสรรค์สถานที่ หรือก่อให้เกิดภาพลักษณ์แห่งสถานที่ขึ้น โดยการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้ถ่ายทอดภาพลักษณ์ของสำนักงานให้แตกต่าง และโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ให้ปรากฏจนลูกค้าหรือผู้มาติดต่อสามารถจำและจำแนกความแตกต่างได้ จากกายภาพ กิจกรรมและทัศนคติต่อสถานที่นั้น

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะบ่งบอกถึงความเป็นองค์กรได้ ถ้าสร้างให้องค์กรใดมีสภาพแวดล้อมภายในที่ชัดเจนก็จะสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรและสามารถทำให้ผู้อื่นยอมรับองค์กรและยังเป็นยุทธศาสตร์ที่องค์กรเลือกใช้เพื่อขจัดปัญหาความแตกต่าง ช่วยให้องค์กรมีเอกภาพนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญที่จะศึกษาสภาพแวดล้อมภายในของบริษัทประกันภัย โดยทำการศึกษบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด เนื่องจากเป็นบริษัทประกันภัยที่มีองค์กรขนาดกลางและยังไม่มีผู้ศึกษาถึงสภาพแวดล้อมภายใน บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยเป็นบริษัทประกันภัยประเภทรถยนต์ ทรัพย์สินและประกันความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก ที่ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2539 โดยเข้ามาดำเนินกิจการแทนบริษัทพิพัทธ์ประกันภัย จำกัด มีศูนย์บริการหรือสาขาย่อยมากมายถึง 150 แห่ง และในการจัดทำแบบสอบถามหรือโพล์ของสมาคมนายหน้าประกันภัย ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งในการชี้วัดประสิทธิภาพของบริษัทประกันวินาศภัย (Thailand cover news insurance 2544: 41-44, 16-15)

บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด เป็นบริษัทหนึ่งที่ได้รับการโหวตติด 1 ในจำนวนไม่กี่บริษัท และได้รับคะแนนเป็นอันดับต้นๆใน “ประเภทบริษัทประกันภัยที่ให้บริการได้รวดเร็ว” “ประเภทบริษัทประกันภัยที่มีผู้เอาประกันเลือกใช้มากที่สุด” และ “ประเภทบริษัทประกันภัยที่ให้ความสำคัญต่อบทบาทนายหน้า”

จากข้างต้นเห็นว่าบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยซึ่งประสบผลสำเร็จในหลายๆด้านและเป็นบริษัทหนึ่งที่กำลังเติบโตและมีผู้สนใจทำประกันเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความต้องการศึกษาองค์กรเพื่อให้ได้ซึ่งผลสรุปในการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้าและภาพลักษณ์เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในที่สะท้อนตัวองค์กรเพื่อให้บุคคลทั่วไปรับรู้ถึงความก้าวหน้าของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (OBJECTIVE OF THE STUDY)

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงการจัดสภาพแวดล้อมภายในบริเวณส่วนติดต่อโดยตรงระหว่างพนักงานและลูกค้าของสำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด โดยได้แบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

1. ศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในองค์กร
 - จำนวนและพฤติกรรมของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ
 - ขนาดและความสัมพันธ์ของพื้นที่ของส่วนผู้ให้และผู้รับบริการ
2. ศึกษาภาพลักษณ์ขององค์กร
3. เสนอแนะการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในบริเวณส่วนบริการลูกค้าของบริษัท

สัมพันธ์ประกันภัยสำนักงานใหญ่

1.3 ขอบเขตของการวิจัย (RESEARCH FRAMEWORK)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาเฉพาะปัจจัยการออกแบบและวางผังพื้นที่บริเวณ ส่วนบริการลูกค้า ภายในสำนักงานใหญ่ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด โดยกำหนดขอบเขต การวิจัยไว้ ดังนี้

1. ศึกษาการใช้พื้นที่ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมภายในของสำนักงานใหญ่ ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการเสนอแนะการออกแบบ สภาพแวดล้อมภายในสำนักงานใหญ่
2. ศึกษาปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของการออกแบบและการวางผังแก่สำนักงานใหญ่ บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

การทำวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ที่อาศัยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล โดยตรงตามสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี ทั้งนี้โดยการดำเนินการ รวบรวมด้วยวิธีการออกสำรวจสังเกตการณ์ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เป็นต้น โดยศึกษาการ ออกแบบสภาพแวดล้อมภายในของสำนักงานสัมพันธ์ประกันภัยทั้งผู้เกี่ยวข้องกับบริษัท คือผู้ ให้บริการและผู้รับบริการโดยมีวิธีการดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

- ศึกษานโยบาย แนวความคิดในการปฏิบัติงาน แผนงาน และกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึง แนวคิดทฤษฎีและเอกสารของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด
- สำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ศึกษา เกี่ยวกับการประกันภัย การจัดสำนักงาน จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ
- ศึกษาสำนักงานสัมพันธ์ประกันภัยสำนักงานใหญ่ โดยการสัมภาษณ์ แบบสอบถาม สังเกตพฤติกรรมและการปฏิบัติงานภายในสำนักงาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์

เป็นการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการโดยแบ่งเป็น 2 ส่วนคือผู้บริหาร พนักงาน และผู้มาติดต่อ

แบบสอบถาม

เป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิดและปลายปิดโดยลักษณะคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทั้งเรื่องความคิดเห็นต่อบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยสุขภาพแวดล้อมทางกายภาพ ทัศนคติต่อองค์กรและการรับรู้องค์กรเป็นต้น

แบบสังเกตการณ์

แบบสังเกตการณ์การใช้พื้นที่ รวมถึงพฤติกรรมในการใช้พื้นที่ของพนักงานและผู้มาติดต่อคือ แบบสังเกตการณ์ที่เกี่ยวกับการใช้พื้นที่ของพนักงานและผู้มาติดต่อ ในสำนักงานใหญ่เพื่อมาประกอบกรวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

แบบทดสอบด้านภาพลักษณ์

แบบทดสอบด้านภาพลักษณ์ผู้วิจัยมีวิธีการศึกษา 2 ส่วนคือแบบสอบถามและแบบทดสอบทางด้านภาพ ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลโดยการปะติดภาพ

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงสำรวจ โดยการศึกษาจากเอกสาร จากการสัมภาษณ์ การสังเกตและนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ โดยอาศัยหลักการแนวคิดและทฤษฎีทางการศึกษามาสนับสนุนให้มากที่สุด
2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติอย่างง่ายโดยการหาค่าทางสถิติและนำเสนอเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละเพื่อนำผลจากการวิเคราะห์มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและวางผัง

1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในขององค์กรในสถานที่ติดต่อโดยตรงระหว่างพนักงานและลูกค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมบริการ
2. เป็นประโยชน์ต่อบริษัทในการสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งส่งผลให้บุคคลทั่วไปยอมรับ
3. สามารถนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด ให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและก้าวหน้าต่อไป

1.7 นิยามศัพท์ (Definition)

1. องค์กร (Corporate)

หมายถึงหน่วยทางสังคมที่รู้จักกันและมีการประสานเข้าด้วยกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีหน้าที่หรือประกอบกิจการอย่างใดอย่างหนึ่งโดยมีจุดมุ่งหมายที่จะบรรลุในเป้าหมาย แสวงหากำไรหรือไม่แสวงหากำไร

2. สภาพแวดล้อมภายใน (Physical environment)

หมายถึงสิ่งต่างๆทางกายภาพอยู่ภายในอาคารปรากฏตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น คือการจัดความสัมพันธ์ของพื้นที่(ผังพื้นที่)ให้เกิดความเหมาะสมในการใช้สอย ลักษณะเฟอร์นิเจอร์ ลักษณะการใช้สี ยกเว้นงานระบบต่างภายในอาคาร เช่นระบบปรับอากาศ เป็นต้น

3. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate image)

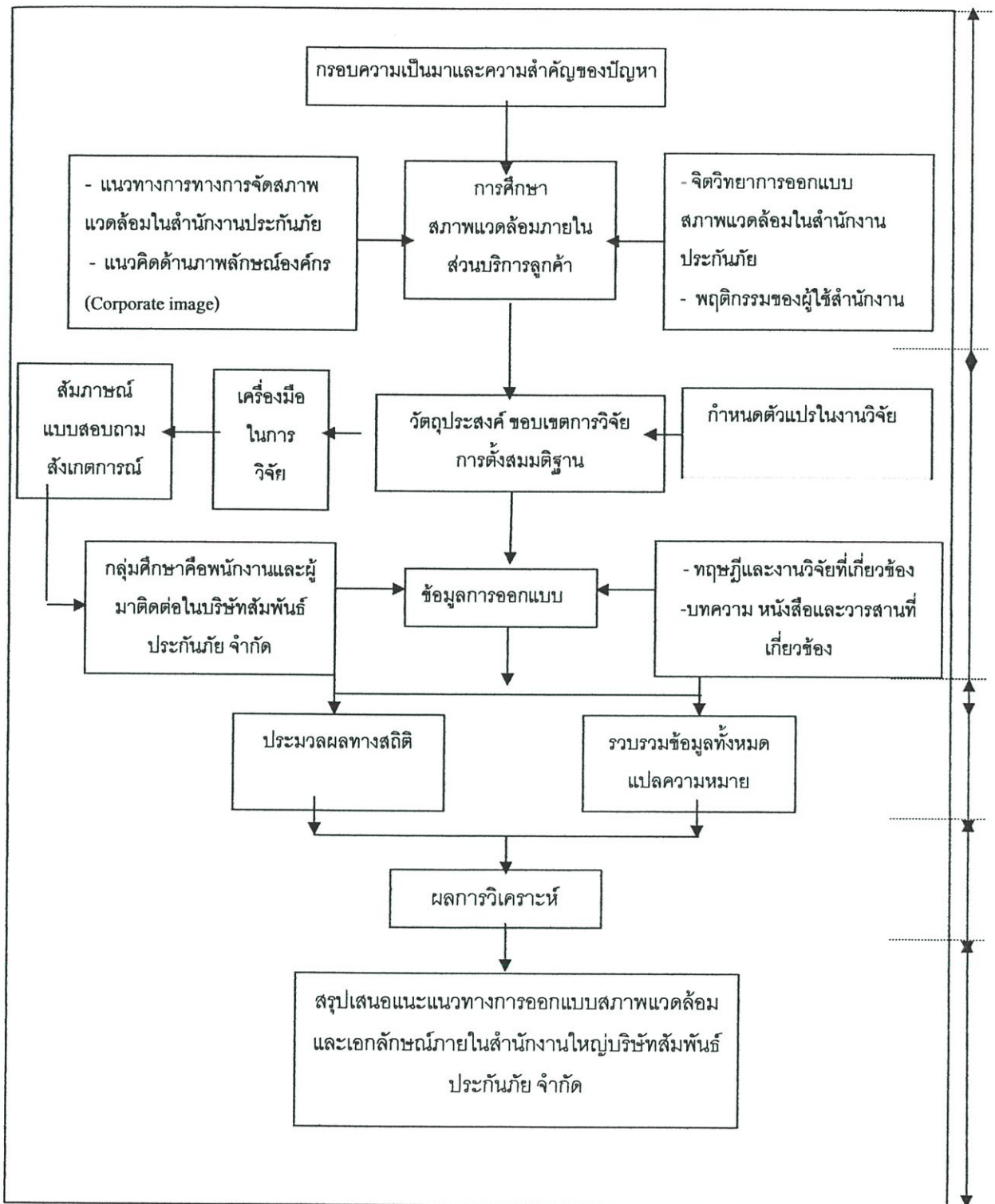
หมายถึงการแสดงภาพความจริงขององค์กรอยู่ในสายตาของผู้รับ เป็นภาพที่ผู้รับสารมีต่อองค์กร โดยผ่านการรวบรวมสารที่ได้รับทั้งหมดจากองค์กรที่ส่งไปโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ ภาพที่ถูกต้องตรงตามที่องค์กรต้องการคือ "Image" ที่สามารถทำให้กลยุทธ์ขององค์กรประสบความสำเร็จ

4. ส่วนบริการลูกค้า (service zone)

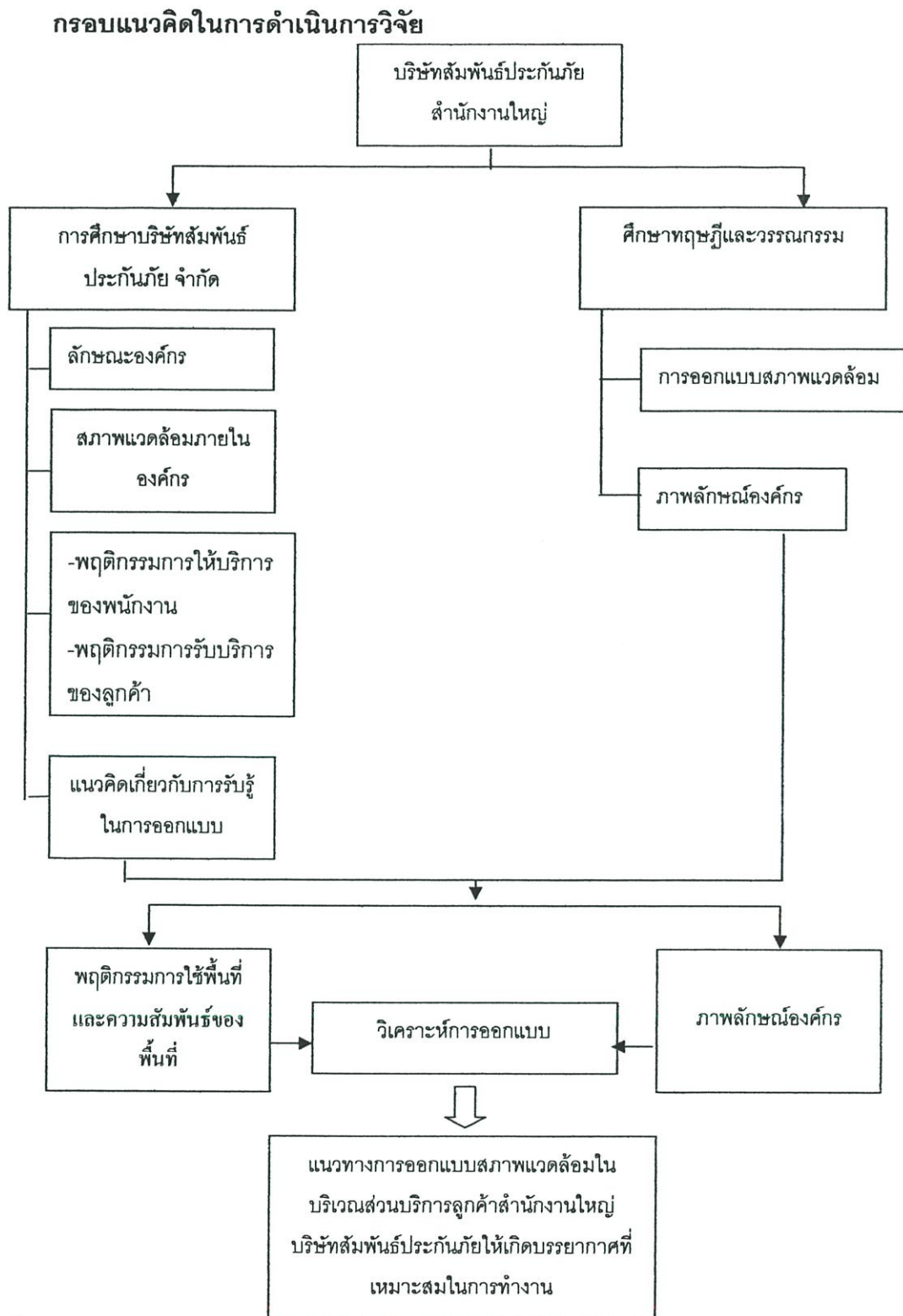
หมายถึงบริเวณพื้นที่ติดต่อโดยตรงระหว่างพนักงานและลูกค้าซึ่งประกอบด้วยส่วนขายประกันภัยรถยนต์และส่วนจ่ายเงินค่าสินไหมทดแทน

5. บริษัทประกันภัย (Insurer)

หมายถึงสถาบันที่จะรับผิดชอบใช้ความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้าของบริษัทหรือสมาชิกที่ซึ่งเรียกว่าผู้เอาประกัน (Insured) ถ้าความเสียหายนั้นเกิดจากภัยที่ได้ตกลงกันไว้ก่อนโดยผู้เอาประกัน จะต้องชำระเงินที่เรียกว่า เบี้ยประกัน (Premium) ให้กับผู้รับประกัน



ภาพที่ 1.1 แสดงโครงร่างและขั้นตอนการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1.2: กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย

ที่มา : Bernd schmiti and Alex simonson, *Management aesthetics: the strategic management of brands, identity and image*, p . 195-211.

: นิสาชล รัตนสาขล. เอกลักษณ์ขององค์กรในฐานะกลยุทธ์การสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 2541)

บทที่ 2

วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในบริษัทสัมพันธ์กับภัยสำนักงานใหญ่ จะเกี่ยวข้องกับลักษณะองค์กร การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน การออกแบบสภาพแวดล้อม รวมไปถึงภาพลักษณ์ขององค์กร ดังนั้นการทบทวนวรรณกรรมในบทนี้จึงศึกษาตามหัวข้อดังนี้

2.1 ศึกษาธุรกิจการประกันภัย

2.1.1 ความเป็นมาของการประกันภัยในประเทศไทย

2.1.2 ธุรกิจการประกันภัย

2.2 ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image)

2.2.1 ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image)

2.2.3 ภาพลักษณ์กับการออกแบบสภาพแวดล้อม

2.3 แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

2.3.1 พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม

2.3.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ในการออกแบบสภาพแวดล้อม

2.3.3 สภาพแวดล้อมที่ดีสำหรับผู้รับบริการ

2.3.4 ทฤษฎีเชิงพื้นที่

2.4 การจัดสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน

2.4.1 สภาพแวดล้อมในสำนักงาน

2.5 กรอบแนวคิด

2.5.1 ตัวแปรในงานวิจัย

2.1 ศึกษาธุรกิจการประกันภัย

2.1.1 ความเป็นมาของการประกันภัยในประเทศไทย

การประกันวินาศภัยในประเทศไทยมีกำเนิดขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา กำลังรุ่งเรืองซึ่งในครั้งนั้นประเทศไทยมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับต่างประเทศหลายประเทศโดยมีพ่อค้าชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาติดต่อทำการค้าขายและได้นำเอาระบบการประกันภัยเข้ามาด้วย คือ การขนส่งสินค้าโดยอาศัยทางเรือเป็นส่วนใหญ่ จึงมีการประกันภัยทางทะเลและขนส่งเกิดขึ้นเป็นประเภทแรก การประกันภัยในสมัยนั้นวงการธุรกิจของชาวต่างประเทศร่วมมือดำเนินการกันเองโดยมิได้มีการจดทะเบียนการค้าหรือแจ้งต่อรัฐบาลสยามเป็นทางการแต่ประการใด

จนกระทั่ง ร.ศ.130 (พ.ศ. 2454) มีประกาศกฎหมายที่กล่าวถึงการประกันภัยเป็นครั้งแรก คือ พระราชบัญญัติลักษณะเข้าหุ้นส่วน และบริษัท ร.ศ. 130 และประกาศประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2468 กำหนดให้ผู้ประสงค์จะประกอบการประกันภัยจะต้องได้รับพระบรมราชานุญาตก่อน และต่อมาก็มีการประกันภัยประเภทอื่นๆเกิดขึ้น (มุกดา โค้วทกุล 2537:15-17, 22-23, 30-32)

สำหรับการประกันชีวิตในประเทศไทย เริ่มมีขึ้นครั้งแรกในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โดยมีคณะทูตการพาณิชย์จากประเทศอังกฤษเข้ามาเจริญสัมพันธไมตรีในด้านการค้าบางประเภทระหว่าง ประเทศต่อกัน และในขณะเดียวกันนั่นเองบริษัทอีสเอเชียติก จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนมีฐานะเทียบเท่ากับบริษัทประกันภัยแห่งกรุงลอนดอนประเทศอังกฤษ ได้ขอร้องไห้คณะทูตนำเรื่อง ขึ้นทูลเกล้า เพื่อขอพระบรมราชานุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยรวมเข้าไปด้วย นับตั้งแต่นั้นมาการประกอบกิจการด้านการประกันชีวิตก็เริ่มแพร่หลายและเป็นที่รู้จักในบรรดาเจ้านายและข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ไทยโดยมีสมเด็จพระยาบรมมหาศรีสุริยวงศ์เป็นผู้ถือกรรมธรรมเป็นคนแรก

ตั้งแต่ปลายสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ได้โปรดเกล้าให้ตรากฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เพื่อใช้บังคับเกี่ยวกับการประกันภัย และการประกันชีวิตขึ้น เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2476 แต่ได้เริ่มมีผลบังคับใช้เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2472 จากพระราชบัญญัตินี้เองทำให้บริษัทประกันภัยที่จะเปิดดำเนินกิจการจะต้องได้รับอนุญาตจากรัฐบาลก่อนโดยมีกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมรับผิดชอบโดยตรงซึ่งในสมัยนั้นมีแต่บริษัทต่างประเทศเท่านั้นที่ประกอบธุรกิจประกันชีวิต (อโนทัย ศรีวานิช .2539:36)

ต่อมาใน พ.ศ. 2510 ได้มีพระราชบัญญัติประกันชีวิต และพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย นับเป็นพระราชบัญญัติฉบับแรกที่มีบทบัญญัติว่าด้วยการควบคุมธุรกิจประกันภัยตามหลักสากล เช่นที่ใช้ในประเทศอื่นๆ อย่างไรก็ตามเมื่อระยะเวลาผ่านไประยะหนึ่งและจากการที่ภาวะเศรษฐกิจและสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ได้มีความพยายามที่จะปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติทั้งสองฉบับดังกล่าว ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพการณ์และยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งความพยายามในการปรับปรุงแก้ไขนี้ได้ใช้ความพยายามมาเป็นระยะเวลาที่นานมาก แต่ไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจากไม่ผ่าน ขั้นตอนทาง กฎหมายอันเกี่ยวเนื่องกับการเมืองภายในประเทศ

จนกระทั่งในที่สุดในปี พ.ศ. 2535 ได้มีการประกาศใช้กฎหมายฉบับใหม่ คือ "พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535" และ "พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535" (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อ 10 เมษายน 2535 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 11 เมษายน

2535) ซึ่งมีผลเป็นการยกเลิกพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2510 และพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2510 หลังจากใช้บังคับมาเป็นระยะเวลาถึง 25 ปี

พระราชบัญญัติฉบับใหม่จะเน้นไปที่ความเหมาะสมและคล่องตัวต่อการประกอบธุรกิจ ในปัจจุบันอันจะเอื้ออำนวยต่อการขยายตัวของธุรกิจรวมทั้งลดความเข้มงวดในการควบคุมมาเป็นการกำกับดูแลและส่งเสริมธุรกิจมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ความสามารถดำเนินการได้อย่างคล่องตัวทันต่อเหตุการณ์ในขณะเดียวกันความพยายามในการที่จะให้ความคุ้มครองแก่ผู้ประสบภัยจากรถทุกคันหลังจากที่ได้ใช้ความพยายามมามากกว่า 20 ปี ก็ประสบผลสำเร็จในปี 2535 นี้ด้วยโดยมี “พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535” ขึ้นมาใช้บังคับ (ลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อ 9 เมษายน 2535) โดยให้เจ้าของรถหรือผู้เช่ารถทุกคนต้องทำประกันภัยกับบริษัทประกันเพื่อคุ้มครองความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ชีวิต ร่างกายของผู้ประสบภัยจากรถทุกคัน มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 เมษายน 2535 เป็นต้นมา (ศิริวรรณ วัลลิโกดม. 2544:149)

ธุรกิจประกันภัยเป็นกิจการที่เกี่ยวข้องกับมหาชน ซึ่งตั้งอยู่บนมาตรฐานของความมั่นคงและความเชื่อถือของประชาชน การประกันภัยจึงเป็นกิจการที่รัฐต้องเข้าควบคุมอย่างใกล้ชิด คล้ายกับกิจการธนาคาร บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์และเครดิตฟองซิเอร์

2.1.2 ธุรกิจประกันภัย

องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประกันภัย

2.1.2.1 สำนักงานประกันภัย เป็นส่วนราชการที่มีฐานะเท่ากรม อยู่ในสังกัดกระทรวงพาณิชย์มีผู้อำนวยการสำนักงานประกันภัยเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุดทำหน้าที่ในการควบคุมและส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทวินาศภัยและบริษัทประกันชีวิตทุกบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อบังคับของทางราชการ

2.1.2.2 บริษัทประกันภัย ธุรกิจประกันภัยเป็นกิจการที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์หรือส่วนได้เสียของประชาชนหมู่มา และมีมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ในฐานะที่เราเป็นประชาชนคนหนึ่ง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจถึงธุรกิจนี้

นโยบายและเป้าหมายขององค์กร

นโยบายและเป้าหมายเพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการประกอบธุรกิจประกันภัย
ประกอบด้วย

1. นโยบายต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา
2. นโยบายเกี่ยวกับการบริหาร กระทำโดยการจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาดำเนินงานใน
แต่ละระดับตำแหน่ง

3. นโยบายเกี่ยวกับการบริหารบุคลากร ได้แก่
 - . การพัฒนาบุคลากร
 - . การเพิ่มบุคลากรและการอนุรักษ์
 - . การพัฒนาการฝึกอบรม
4. นโยบายเกี่ยวกับผลผลิต
 - . การกำหนดเป้าหมายเบี้ยประกันภัยปีแรก
 - . กำหนดเป้าหมายเบี้ยประกันภัยปีต่อไป
 - . การกำหนดมาตรฐานของผลงาน
5. นโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย
 - . ระดับตัวแทนและระดับหน่วยงาน
 - . ระดับศูนย์ เขต และภาค
 - . ยกย่องนักบริหารดีเด่น
6. นโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย
 - . สาขาจะต้องใหญ่ สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ได้
 - . ปรับปรุงสาขาเดิมให้เหมาะสม
7. นโยบายด้านการตลาด
 - . มุ่งขยายตลาด
 - . จัดหลักสูตรอบรมพิเศษเพื่อความพร้อมของบุคลากร
 - . เปิดตลาด
8. นโยบายอื่น ๆ

ส่วนเป้าหมายโดยทั่วไปของธุรกิจประกันภัย ได้แก่

1. เป้าหมายเบี้ยประกันภัยปีแรกและผู้รับมิตชอบ และเปอร์เซ็นต์ที่เพิ่มจากเป้าหมายที่
องค์กรกำหนด
2. เป้าหมายปีต่อไปและประมาณการว่าจะเก็บได้
3. เป้าหมายรวม (1+2)

ระเบียบปฏิบัติขององค์กร

ระเบียบปฏิบัติภายในองค์กรประกอบด้วย

1. การสรรหาบุคลากร
2. การจำแนกประเภทของพนักงาน
3. การกำหนดชื่อตำแหน่งพนักงาน
4. การบรรจุพนักงาน
5. การโอนย้ายพนักงาน
6. การสิ้นสุดภาพของการเป็นพนักงาน
7. การพิจารณาขึ้นเงินเดือน
8. กำหนดเวลาปฏิบัติงาน
9. การคำนวณค่าเบี้ยเลี้ยงและที่พัก
10. การใช้สิทธิตามกฎหมายแรงงาน
11. การกำหนดวินัยในการปฏิบัติงาน
12. การกำหนดสวัสดิการแก่พนักงาน

บริษัทประกันวินาศภัย

1. วัตถุประสงค์หลักของบริษัทประกันวินาศภัย

ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย รวมทั้งการประกันภัยต่อ

2. หน้าที่ความรับผิดชอบ

- 2.1 ขยายกรรมธรรม์ประกันวินาศภัยได้แก่ อัคคีภัย ภัยทางทะเลและขนส่ง รถยนต์และเบ็ดเตล็ด
- 2.2 รับประกันภัยต่อและเอาประกันภัยต่อทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 2.3 ให้บริการผู้เอาประกันภัยและประชาชน
- 2.4 ลงทุนในธุรกิจอื่น
- 2.5 ดำเนินงานภายใต้พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติ

คุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 และประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย

- 2.6 ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับของกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

3. กลุ่มงานและหน้าที่ความรับผิดชอบ

มีทั้งหมด 8 ฝ่ายโดยฝ่ายที่ติดต่อลูกค้าโดยตรงคือฝ่ายรับประกันภัยและฝ่ายสินไหม

ทดแทน

- 3.1 คณะกรรมการบริหาร

- . กำหนดนโยบาย กำหนดเป้าประสงค์เกี่ยวกับด้านการตลาด การลงทุน รายจ่ายประจำปี รวมทั้งกำหนดแผนการและแนวทางปฏิบัติงาน
- . กำหนดรูปแบบในการพัฒนาธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- . พิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงานของกลุ่มคนและกลุ่มงาน และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาอุปสรรค รวมทั้งการพิจารณาความดีความชอบ ตลอดจนสรรหาบุคลากรระดับบริหาร

3.2 ฝ่ายบัญชี

ผู้บริหารงาน – สมุหบัญชี

รวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานของบริษัทเพื่อบันทึกรายการทางบัญชีและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานและฐานะการเงินรวมทั้งการประเมินราคาสินทรัพย์และหนี้สินตามประกาศนายทะเบียนประกันภัย

- . จัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี
- . วางระบบงานบัญชี และปฏิบัติงานให้เป็นไปตามข้อบังคับของกฎหมายภาษีอากรและกฎหมายประกันภัย
- . การจัดทำสมุดทะเบียนและสมุดบัญชี
- . ระยะเวลาการบันทึกรายการในสมุดทะเบียนและสมุดบัญชี
- . การเก็บรักษาสมุดทะเบียนและสมุดบัญชี และระยะเวลาการเก็บรักษา
- . จัดส่งรายงานประจำเดือนและรายงานประจำปีตามแบบและรายการที่กำหนดให้ตรงตามเวลาที่กำหนดไว้
- . เปิดเผยฐานะการเงิน ณ วันสิ้นปีปฏิทินให้ประชาชนได้ทราบทางหนังสือพิมพ์ และตีพิมพ์ประกาศไว้ที่สำนักงานใหญ่และสำนักงานสาขา
- . นำส่งเงินค่าสินไหมทดแทนพันอายุความแล้วและไม่มีผู้มารับเข้าเงินกองทุนพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัย

- . วิเคราะห์ฐานะการเงินของบริษัทเสนอต่อผู้บริหาร

3.3 ฝ่ายการเงินและการลงทุน

ผู้บริหารงาน – ผู้จัดการ

- . บริหารจัดการทางการเงินของบริษัท ได้แก่ การจัดการด้านรายได้และรายจ่าย การจัดสรรเงินทุนและการบริหารการลงทุน
- . วางระบบงานและวิธีการรับเงินและจ่ายเงินให้รวดเร็วและรัดกุม
- . สืบค้นและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตลาดการเงิน ทั้งด้านรูปแบบการลงทุน วิธีการลงทุน และผลตอบแทนที่จะได้รับ

- . วิจัยและพยากรณ์ทางเศรษฐกิจระยะยาว
- . ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายประกันภัยว่าด้วยเรื่องการลงทุน หลักทรัพย์ที่วางไว้กับนายทะเบียน

3.4 ฝ่ายบริหารงานบุคคล

ผู้บริหารงาน – ผู้จัดการ

- . บริหารงานบุคลากรของบริษัท
- . จัดวางระเบียบเกี่ยวกับการจ้างงาน การออกจากงาน อัตราค่าจ้างและค่าตอบแทน รวมถึงสวัสดิการและผลประโยชน์ของพนักงาน
- . ปฏิบัติตามบทบัญญัติกฎหมายแรงงาน กฎหมายประกันสังคม และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- . จัดทำแผนพัฒนาบุคลากรของบริษัท
- . วางแผนกำลังคน วิธีการสรรหาและคัดเลือก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงตำแหน่ง
- . วิจัยและปรับปรุงโครงการจัดการทรัพยากรบุคคล
- . วางแผนกำลังคน วิธีการสรรหาและคัดเลือก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงตำแหน่ง
- . วิจัยและปรับปรุงโครงการจัดการทรัพยากรบุคคล
- . จัดระบบการสื่อสารข้อมูลข่าวสารให้มีประสิทธิภาพ การให้มีส่วนร่วมและกระบวนการร้องทุกข์ที่ยุติธรรม

3.5 ฝ่ายรับประกันภัย

ผู้บริหารงาน – ผู้จัดการ

- . กำหนดมาตรฐานระดับความเสี่ยงภัย รวมทั้งตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงภัยของผู้ประสงค์จะได้รับความคุ้มครองจากการประกันภัย
- . ออกกรมธรรม์ประกันภัย
- . จัดทำระบบข้อมูลผู้เอาประกันภัย รวมทั้งการพัฒนาระบบข้อมูล
- . บริหารงานรับประกันภัยต่อ และเอาประกันภัยต่อทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
- . กำหนดอัตราเบี้ยประกันภัยและออกแบบกรมธรรม์ประกันภัย รวมถึงการพัฒนาอัตราดอกเบี้ยประกันภัยและแบบกรมธรรม์ประกันภัยให้เหมาะสมและเป็นธรรม
- . กำหนดเงินสำรองประกันภัย

ฝ่ายรับประกันภัยนั้นจะถูกแบ่งตามประเภทภัยที่รับประกันภัย เช่น ฝ่ายอัคคีภัย ฝ่ายภัยทางทะเลและขนส่ง ฝ่ายรถยนต์ภาคสมัครใจ ฝ่ายรถยนต์ภาคบังคับ และฝ่ายเบ็ดเตล็ด

3.6 ฝ่ายการตลาด

ผู้บริหารงาน – ผู้จัดการ

- . ดำเนินการด้านการจัดจำหน่ายและการขยายตลาด
- . จัดทำแผนการตลาด พร้อมทั้งวิจัยและพัฒนาแผนการตลาด
- . วางระบบงานการจัดจำหน่ายละวางแผนเลือกผู้จำหน่าย (ตัวแทนและนายหน้า
ประกันภัย)

- . กำหนดกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติให้แก่ผู้จำหน่าย
- . วางรูปแบบการส่งเสริมทางการตลาด
- . กำกับดูแลคุณภาพตัวแทนประกันวินาศภัย พร้อมทั้งประเมินผลงาน
- . พัฒนาและฝึกอบรมตัวแทนประกันวินาศภัย
- . ควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน

3.7 ฝ่ายกฎหมาย

ผู้บริหารงาน – ผู้จัดการ

- . ศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กฎหมายประกันภัย ประมวลกฎหมายแพ่งและ
พาณิชย์กฎหมายอาญา เป็นต้น การตีความ การติดตามกฎหมายที่ออกใหม่ ฎีกาใหม่ ๆ
- . ให้คำปรึกษาในเรื่องการจัดการงานสินไหมทดแทน
- . ดำเนินการในเรื่องการฟ้องร้องคดีความต่าง ๆ
- . พัฒนาแบบและข้อความในกรมธรรม์ฯ

3.8 ฝ่ายสินไหมทดแทน

ผู้บริหารงาน – ผู้จัดการ

- . จัดระบบงานการจ่ายค่าสินไหมทดแทน
- . วางระบบงานศูนย์รับแจ้งเรื่องความเสียหาย
- . กำหนดระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการเรียกค่าเสียหายและการชดใช้ค่าเสียหาย
- . ควบคุมการปฏิบัติงานของผู้สำรวจภัยและพนักงานสินไหมให้พิจารณาการจ่ายเงินค่า
สินไหมทดแทนให้ถูกต้องตามเงื่อนไขของสัญญาประกันภัยโดยรวดเร็ว
- . พิจารณารายงาน สรุปผลการพิจารณาอนุมัติการจ่าย หรือปฏิเสธการจ่ายค่าสินไหม
ทดแทน
- . จัดวางระบบงานการจัดเก็บเอกสารหลักฐาน
- . ฝ่ายสินไหมของบริษัทจะถูกแบ่งตามประเภทของภัย เช่น ฝ่ายสินไหมรถยนต์ ฝ่าย
สินไหมอัคคีภัย ฝ่ายสินไหมเบ็ดเตล็ด เป็นต้น

ปฏิบัติงานการประกันภัยของบริษัทประกันภัยและบริษัทประกันวินาศภัย มีรายละเอียด
ของแต่ละกิจกรรมดังนี้

ในระบบธุรกิจกิจกรรมของบริษัทประกันภัยที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นจัดอยู่ในส่วนของกระบวนการแปลงสภาพ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ต้องการทรัพยากรเพื่อนำไปแปลงเป็นผลผลิต คือ บริการให้ความคุ้มครองแก่ผู้เอาประกัน

ทรัพยากร ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการประกอบธุรกิจประกันภัย อาจแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

• ทรัพยากรคน ซึ่งหมายถึงบุคลากรทุกระดับที่ร่วมกันทำงานให้กับองค์กร ทั้งในส่วนของปฏิบัติงาน ส่วนสนับสนุน และส่วนบัญชีการเงิน ซึ่งอาจแยกออกเป็นพนักงาน ตัวแทน และนายหน้า

• ทรัพยากรที่ไม่ใช่คน ซึ่งหมายถึงสินทรัพย์และพัสดุภัณฑ์ที่ใช้สอยอยู่ตามส่วนต่าง ๆ ขององค์กร เช่น ที่ดิน อาคาร วัสดุสำนักงาน

ทรัพยากรทั้ง 2 กลุ่มจะไหลเข้าไปในส่วนต่าง ๆ ขององค์กร และร่วมกันแปลงสภาพออกมาเป็นกรรมธรรม์ที่จะให้ความคุ้มครองกับผู้เอาประกัน รวมทั้งผู้เอาประกันรายนั้นยังสามารถกู้ยืมเงินภายใต้เงื่อนไขที่ระบุไว้ในกรรมธรรม์ด้วย

4. ธุรกิจประกันวินาศภัยนั้นจะมีการแบ่งงานออกเป็น 3 กิจกรรมดังนี้

1. กิจกรรมการปฏิบัติงาน ได้แก่

1.1 การพิจารณารับประกัน บริษัทประกันภัยจะต้องมีนโยบายการรับประกันภัย ซึ่งหมายถึงการเลือกภัยที่จะรับเสี่ยงแต่ละรายว่าอยู่ในมาตรฐานที่กำหนด ต้องคำนึงถึงภัยทางด้านกายภาพและภัยทางด้านศีลธรรม ซึ่งมีผลต่อความสูญเสียเป็นอย่างมาก

1.2 การกำหนดอัตราเบี้ยประกัน อัตราเบี้ยประกันภัย คือ อัตราการคำนวณเบี้ยประกันภัย ซึ่งจะเป็นจำนวนเงินที่บริษัทประกันภัยเรียกเก็บจากประชาชนที่เป็นผู้เอาประกันภัยกับบริษัทในการประกันภัย หากจะเปรียบเทียบการประกันภัยเป็นการซื้อขายสินค้า และกรรมธรรม์ประกันภัยคือสินค้าจำนวนเงินที่คำนวณได้จากอัตราเบี้ยประกันภัยเป็นการซื้อขายสินค้า และกรรมธรรม์ประกันภัยคือสินค้าจำนวนเงินที่คำนวณได้จากอัตราเบี้ยประกันภัย คือ เบี้ยประกันภัยราคาของสินค้า

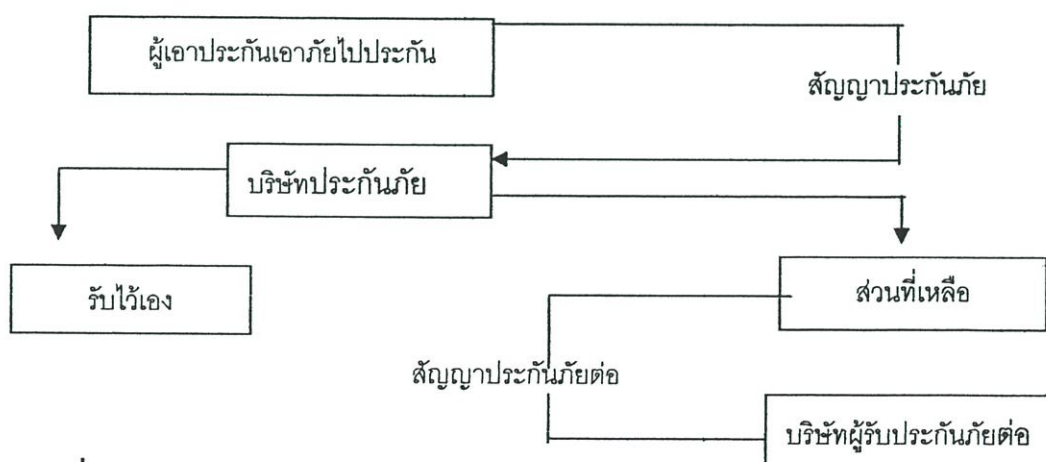
การที่บริษัทประกันภัยจะกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัยเพื่อใช้เรียกเก็บจากประชาชน บริษัทประกันภัยจะต้องยื่นขอความเห็นชอบอัตราเบี้ยประกันภัยนั้น ๆ ต่อนายทะเบียนประกันวินาศภัยตามพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2510 เสียก่อน เมื่อได้รับความเห็นชอบแล้ว บริษัทจึงจะใช้อัตราเบี้ยประกันภัยนั้นในการประกอบการประกันภัยได้ และนายทะเบียนประกันวินาศภัยมีอำนาจจะสั่งให้แก้ไขเปลี่ยนแปลงอัตราเบี้ยประกันภัยนั้นได้ เมื่อนายทะเบียนประกันวินาศภัยหรือเมื่อบริษัทประกันภัยเห็นสมควร

1.3 การตลาดและการบริการ การตลาดและการบริการเป็นสิ่งที่จำเป็นของบริษัทประกันวินาศภัย เพราะเป็นเรื่องการนำสินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อให้ได้มากที่สุด การขยายตลาด การทำวิจัยตลาด ทั้งในด้านสภาวะตลาด การแข่งขันกับบริษัทอื่น การสำรวจความต้องการของผู้บริโภค การนำเอาข้อมูลต่าง ๆ ให้มีรูปแบบหลากหลายสนองความต้องการของผู้บริโภค การดำเนินเรื่องของการจัดจำหน่าย การรับผิดชอบการส่งเสริมทางการตลาด รวมทั้งการดูแลตัวแทนและนายหน้าของบริษัท

1.4 การจัดการสินไหมทดแทน สิ่งที่เป็นความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของบริษัทประกันภัย ได้แก่ ความเหมาะสมและความถูกต้องในการจัดการค่าสินไหมทดแทน การห่วงใยเหยี่ยวัยยัง และการต่อรองการจ่ายค่าสินไหมทดแทน จะทำให้ประชาชนและผู้เอาประกันภัยมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการขยายตลาดของบริษัทประกันภัยในอนาคต

1.5 การประกันต่อ คือ วิธีการที่บริษัทประกันภัยกระจายความเสี่ยงภัยอื่นหรือบริษัทรับประกันภัยต่อเพื่อลดความเสี่ยงภัยของภัยที่ตนได้รับประกันเอาไว้ และเนื่องจากความสามารถในการรับเสี่ยงภัยไว้เองของบริษัทถูกกำหนดด้วยข้อกำหนดกฎหมาย จึงจำเป็นต้องการจ่ายการเสี่ยงภัยส่วนที่เหลือไปให้ผู้รับประกันภัยอื่น ๆ

1.6 การลงทุน หมายถึง การที่บริษัทจะนำเงินที่ได้ส่วนใหญ่จากเบี้ยประกันวินาศภัย ซึ่งจัดเป็นการระดมทุนจากประชาชนที่จะนำไปชดใช้ค่าสินไหมทดแทนให้กับผู้ประกันวินาศภัย เงินจำนวนนี้บริษัทจะสามารถนำไปลงทุนแสวงหาผลประโยชน์ตอบแทนได้ โดยต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของกฎกระทรวงที่ควบคุม



ภาพที่ 2.1 สัญญาประกันภัยต่อ

2. กิจกรรมสนับสนุนการปฏิบัติงาน ได้แก่

2.1 การให้พนักงานมีหน้าที่ในการสรรหาบุคลากรให้กับองค์กร ดูแลพนักงานทุกระดับขององค์กร

2.2 ศูนย์คอมพิวเตอร์ มีหน้าที่เป็นหน่วยงานทางด้านข้อมูล การเก็บข้อมูลทุกชนิดขององค์กร

2.3 การจัดซื้อ มีหน้าที่จัดหาเครื่องอำนวยความสะดวกทุกชนิดขององค์กร จัดหาสินทรัพย์ถาวร

2.4 ธุรกิจทั่วไป เป็นการให้บริการความสะดวกภายในบริษัทด้านทำความสะอาด ด้านการซ่อมบำรุงอาคารเครื่องใช้ การต้อนรับ

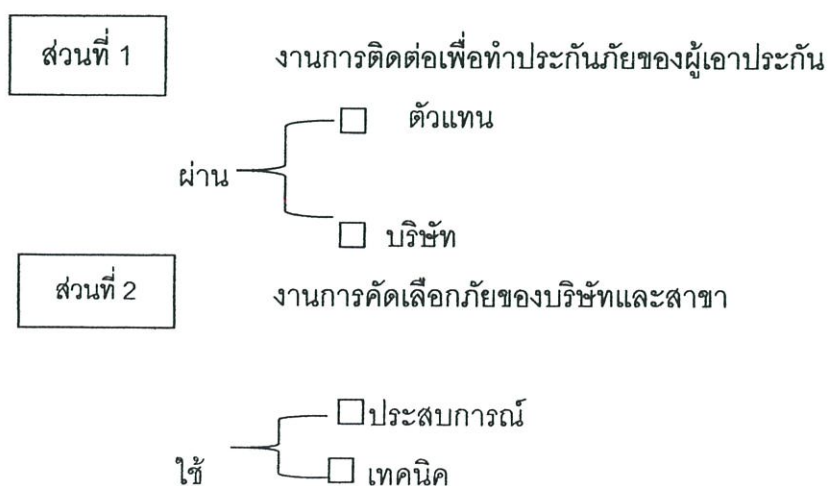
2.5 การทำนิติกรรม มีหน้าที่เป็นที่ปรึกษาของฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานถูกต้องตามกฎหมายข้อบังคับของกรมประกันภัย ตลอดจนศึกษาติดตามการออกกฎหมายใหม่ ๆ และยังทำหน้าที่นำคดีสู่ศาลในกรณีที่เกิดเป็นความกันขึ้น

3. กิจกรรมทางการเงินและการบัญชี ได้แก่

3.1 ฝ่ายการเงิน ดูแลการรับและการจ่ายเงินของบริษัท ตลอดจนสำรวจ รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดการเงิน เพื่อทำการเสนอแนะแก่คณะกรรมการบริษัทในวันที่ย่างแผนนโยบายและการลงทุนของบริษัท การวางแผนการเงินให้สอดคล้องกับเงื่อนไขทางกฎหมายและนโยบายของผู้บริหาร

3.2 ฝ่ายบัญชี บันทึกกิจกรรมต่าง ๆ ของทุกฝ่ายในรูปของตัวเงิน และนำข้อมูลเหล่านั้นมาจัดทำรายงานทางการเงิน อันได้แก่ งบดุล งบกำไรขาดและงบอื่น ๆ ที่ผู้บริหารต้องการ นอกจากนี้จะจัดหาข้อมูลทำการวิเคราะห์ฐานะการเงินให้ผู้บริหารได้ใช้ในการวางแผน การตัดสินใจ และการควบคุม

กิจกรรมโดยทั่วไปในการปฏิบัติงานบริษัทประกันภัยและสาขา



ส่วนที่ 3

งานการรับประกันภัยของบริษัทและสาขา

- รับตามกฎหมายควบคุม
- กระจายความเสี่ยง
- รับจำนวนมาก
- ส่วนที่เกินกำหนด โอนความรับผิดชอบให้บริษัทประกันภัยอื่น

ส่วนที่ 4

งานการรับประกันภัยของบริษัทและสาขา

- การแจ้งประกันภัยรายใหม่
- การแจ้งต่ออายุประกันภัย
- การแจ้งเปลี่ยนแปลงกรมธรรม์
- การยกเลิกกรมธรรม์
- การถอนประกัน

ส่วนที่ 5

งานการติดต่อสอบถาม

- ติดต่อประสานงานระหว่างตัวแทนกับหน่วยงานภายในด้านการรับประกัน
- การชำระเบี้ยประกันและการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน
- การติดตามความคืบหน้าของงานที่แจ้งไปยังหน่วยงานต่างๆ

ส่วนที่ 6

งานการเงินการบัญชี

- การนำส่งเบี้ยประกันภัย
- วิธีการชำระเบี้ยประกันภัย
- การแจ้งเตือนเบี้ยประกันภัยค้างชำระ
- การแจ้งบอกกล่าวยกเลิกกรมธรรม์

ส่วนที่ 7

งานเอกสาร จดหมายที่สำคัญ

- สถิติ ข้อมูลต่างๆ รายงาน ฯลฯ

ส่วนที่ 8

งานการบริการกิจการประกันภัย

- สำรวจ
- ตีราคา
- ต่อรอง
- การชดใช้(เป็นเงิน, ซ่อมแซม)

ส่วนที่ 9

งานและกิจกรรมเกี่ยวข้องกับบริษัทและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

- ปฏิบัติตาม พ.ร.บ
- ส่งรายงานและสำเนากรมธรรม์
- ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบ.

สรุปได้ว่าบริษัทประกันภัยเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของประชาชน ซึ่งตัวองค์กรธุรกิจต้องมีมาตรฐานความมั่นคงและอยู่ในความเชื่อถือของประชาชน ธุรกิจการประกันภัยมีหน้าที่สรุปได้ 3 ข้อหลักดังนี้

- ขายกรมธรรม์วินาศภัยซึ่งประกอบด้วย รถยนต์ อัคคีภัย ภัยทะเล เป็นต้น
- ให้บริการแก่ผู้เอาประกัน (ลูกค้า)
- ปฏิบัติตามกฎหมายข้อบังคับของกฎหมาย

กลุ่มงานประกันภัยในองค์กรมีดังนี้ คือ คณะกรรมการบริหาร บัญชี การเงิน บุคคล การตลาด กฎหมาย รับประกันภัย และสินไหม โดยมีฝ่ายรับประกันภัย และสินไหม เป็นฝ่ายบริการลูกค้าโดยตรง

บริษัทประกันภัยมีหน้าที่ขายประกันภัยโดยใช้วิธีขายผ่านตัวแทนและขายโดยบริษัทเอง พร้อมทั้งให้ความคุ้มครองแก่ผู้เอาประกันภัย ดูแลเมื่อเกิดเหตุ และสินไหมทดแทน

2.2 ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image)

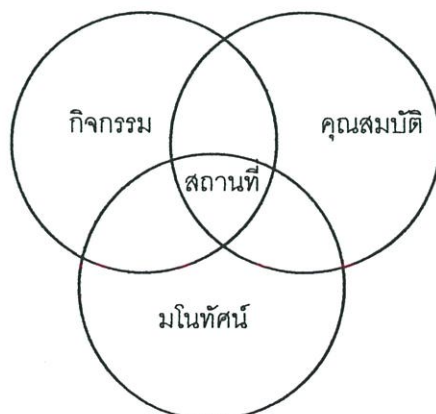
2.2.1 ภาพลักษณ์ขององค์กร

วิมลสิทธิทธิ์ หรยางกูร (2535:155-157) ใน ธนิตดา เลี้ยวบุรินทร์ (2545:75) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ เป็นภาพที่เกิดขึ้นภายในใจที่รับรู้ผ่านการมองเห็น โดยอ้างถึง Boulding (1956:6-7) ว่าภาพลักษณ์ ทำให้สามารถตีความข่าวสารที่ได้รับจากสภาพแวดล้อม และเป็นตัวชี้้นำพฤติกรรม และ Kevin Lynce อ้างถึงใน Malnar and Vodarka (1992:239) ว่าภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อมมีองค์ประกอบเบื้องต้น 3 สิ่ง คือ

- 1.เอกลักษณ์ (Identity) หมายถึงวัตถุรู้จักได้จากสิ่งที่แตกต่างและโดดเด่น (Distinct and separable entity)
- 2.โครงสร้าง (Structure) หมายถึงความสัมพันธ์ในเชิงพื้นที่ว่างและแบบแผน (Spatial and pattern relation) ของวัตถุกับผู้ชม (Observer)
- 3.ความหมาย (Meaning) ความหมายทางอารมณ์หรือความหมายทางประโยชน์ใช้สอยที่มีต่อผู้ชม

จากแนวคิดของ ลินซ์ พบว่า ภาพลักษณ์เกิดจากความแตกต่างหรือลักษณะเด่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแคนเทอร์ (Canter 1977:157) ที่ว่าสถานที่ทุก ๆ แห่งมีลักษณะเฉพาะ (Character) ของตนที่แตกต่างจากสถานที่แห่งอื่น และความแตกต่างของสถานที่ที่ทำให้สถานที่แห่งหนึ่งจดจำง่ายกว่าสถานที่อีกแห่งหนึ่ง ลักษณะเด่นที่แคนเทอร์กล่าวถึงนี้ อาจอนุมานว่า คือเอกลักษณ์ นั่นหมายความว่าถึงสถานที่แต่ละแห่งมีภาพลักษณ์ของตนเอง ภาพลักษณ์ของสถานที่ (ที่เป็นเอกลักษณ์) ทำให้สถานที่แห่งนั้นแตกต่างจากที่แห่งอื่น

"สถานที่" จำแนกความแตกต่าง ได้ด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ แคนเทอร์ได้แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบดังกล่าวด้วยแบบจำลองของสถานที่ (1977:158-59) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.2 แสดงองค์ประกอบหลักที่ก่อให้เกิดเป็นสถานที่

จากแบบจำลองสถานที่(Model of place) ซึ่งให้เห็นว่า สถานที่ที่เป็นผลจากความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรม ลักษณะทางกายภาพและมโนทัศน์ (นิยาม-Conception) แคนเทอร์เสนอการประยุกต์ใช้แบบจำลองสถานที่ไว้ 2 วิธี (1977:159-160) วิธีหนึ่งคือ การศึกษาความหลากหลายในแต่ละแห่งขึ้นกับการจำแนกประเภท (สถานที่) มโนทัศน์และกิจกรรมของผู้ใช้พื้นที่นั้นมีดังนี้

- พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องด้วยตำแหน่งที่กำหนด หรือพฤติกรรมของผู้ใช้อาคาร (ในการศึกษานี้ควรพิจารณาถึงพฤติกรรมของพนักงานและลูกค้าผู้มาติดต่อในสำนักงาน)
- ตัวบ่งชี้ทางกายภาพของสถานที่นั้น แคนเทอร์ให้ใช้ลักษณะต่าง ๆ ทางกายภาพเป็นตัวชี้วัดได้แก่ขนาด สี สัน รูปทรง พื้นผิวหรือสิ่งที่กล่าวมาผสมกัน
- นิยามหรือมโนทัศน์ที่ผู้คนยึดถือประเพณีในสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้น (กิจกรรม)

จากการจำแนกองค์ประกอบของสถานที่ตามแนวคิดของแคนเทอร์นี้ บ่งชี้ถึงความหมายของภาพลักษณ์(ของสถานที่) ที่รับรู้จากลักษณะ 3 ประการของสถานที่ คือ ความรู้สึกหรือทัศนคติ (นิยาม) รายละเอียดส่วนประกอบทางกายภาพและกิจกรรม (พฤติกรรม) ของสถานที่นั้น ๆ

เนื่องจากเป้าหมายของการออกแบบสภาพแวดล้อมคือ การสร้างสรรค์สถานที่ (The Creation of place-Canter 1977:157) หรือก่อให้เกิดภาพลักษณ์แห่งสถานที่ขึ้น การออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้เกิดความชัดเจนและถ่ายทอดภาพลักษณ์ของสำนักงานให้แตกต่าง และโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ให้ปรากฏจนลูกค้าหรือผู้มาติดต่อสามารถจำและจำแนกความแตกต่างได้ จากกายภาพ กิจกรรมและทัศนคติต่อสถานที่นั้น

นอกจากนี้ ธนิตา เสียวบุรินทร์(2002:28) ได้อธิบายความหมายของภาพลักษณ์ไว้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate image)

คือ สิ่งที่ประชาชนรู้จักองค์กรนั้น เป็นสิ่งที่องค์กรได้รับจากภายนอก ซึ่งเกิดจากการติดต่อกับบริษัท และแปลข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรผ่านทางผลิตภัณฑ์ อาคาร การโฆษณา และการตกลงทางธุรกิจ สะสมเป็นความประทับใจและเกิดเป็นภาพขององค์กรนั้น

ภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งจะมีลักษณะดังนี้

- มีผลทางอารมณ์สูงซึ่งจะเพิ่มขึ้นตามความยาวนานของการใช้ภาพลักษณ์นั้น
- มีพลังเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกถึงกำลังและความแข็งแกร่งขององค์กร เจ้าของสินค้าและบริการ เพราะลูกค้าต้องการรู้สึกว่าองค์กรที่ติดต่อด้วยมีความมั่นคงและเชื่อถือได้
- มีประสบการณ์วางใจได้และเก่าแก่ ซึ่งขึ้นกับสิ่งที่ผ่านมาในอดีต
- มีกระบวนการเข้าถึงอาศัยเวลาในการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เป็นที่ยอมรับ

2.2.2 ภาพลักษณ์กับการออกแบบสภาพแวดล้อม

มัวร์ (Moore ใน Snyder and Catnanes, ed. 1979:60-61) แบ่งภาพลักษณ์(ของสถานที่) จากการเรียนรู้สภาพแวดล้อมของของผู้คนไว้ 4 ประเภท คือ

1. ภาพลักษณ์ที่เป็นเค้าโครงทางจิตนาการการเรียนรู้ (Cognitive mapping) เกี่ยวกับรายละเอียดของสภาพแวดล้อม
2. ภาพลักษณ์ที่เกิดจากลักษณะเด่น (Character) หรือภาพลักษณ์รวมที่ประทับใจ
3. ภาพลักษณ์จากความรู้ (Knowledge) ในสภาพแวดล้อมของผู้คนในภาพแวดล้อมนั้น

4. ภาพลักษณ์ที่เป็นความหมาย ความรู้สึกและสัญลักษณ์ที่ผู้คนให้แก่สภาพแวดล้อม ทั้งนี้ภาพลักษณ์ของสถานที่สนองตอบหน้าที่ 3 ประการ คือ การลดทอนให้ง่ายต่อการจำ การให้ความหมายเฉพาะของแต่ละบุคคลและเป็นกรอบอ้างอิงในการสื่อสาร

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปการเกิดภาพลักษณ์ได้ดังภาพ



ภาพที่ 2.3 แสดงการเกิดภาพลักษณ์

2.3 แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

สภาพแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างให้องค์กรเกิดความแข็งแกร่ง เป้าหมายในการออกแบบสภาพแวดล้อมประกอบด้วย การก่อให้เกิดสุนทรียภาพของรูปทรงการก่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการทางหน้าที่ใช้สอยและการก่อให้เกิดการสื่อความหมายทางสัญลักษณ์ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร 2526:26-27) แต่การสื่อความหมายทางสัญลักษณ์ที่อยู่ในสภาพแวดล้อม จะต้องสื่อความหมายให้สอดคล้องกับความเข้าใจของผู้ใช้ หรือผู้พบเห็นโดยสื่อลักษณะเฉพาะให้รับรู้ได้ถึงประเภทของอาคาร (2526:94) สัญลักษณ์ที่สภาพแวดล้อมใช้สื่ออาจเป็นการใช้ภาษา ภาพ เช่น ป้ายต่าง ๆ รูปแบบเครื่องเรือน การใช้สัญลักษณ์ การใช้สี โดยอาศัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

เดโช สนวนานท์ (2518) เห็นว่า สัญลักษณ์อาศัยสภาพแวดล้อมของมนุษย์ เพราะเป็นการตอบสนองต่อสัญลักษณ์โดยตรง ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และโลกภายนอกเป็นไปโดยมีสัญลักษณ์เป็นสื่อ หรือกล่าวอีกนัยว่า มนุษย์ปรับพฤติกรรมของตนให้เข้ากับผู้คนและสิ่งต่าง ๆ โดยสื่อสัญลักษณ์ที่มนุษย์เป็นผู้กำหนดขึ้น ทำให้มนุษย์สามารถเกิดความคิดรวบยอด

2.3.1 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม

สภาพแวดล้อมกายภาพมีผลต่อพฤติกรรมมนุษย์ซึ่ง วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2535: 22-24) ได้แบ่งประเภทของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ไว้ดังนี้

1. ทางสภาพแวดล้อม เป็นความสัมพันธ์ทางด้านสรีรวิทยาและจิตวิทยา มีผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจมนุษย์ เช่น ระดับเสียง ความสว่าง ระดับอุณหภูมิ ความชื้น
 2. ทางความรู้สึก สัมพันธ์กับอวัยวะและประสาทสัมผัสต่างๆของมนุษย์ สิ่งที่ได้รับรู้เกี่ยวกับความรู้สึก (Sensation) เช่น รูปร่าง สี สัน เสียง กลิ่น
 3. ทางมิติ ในด้านขนาดและระยะห่างเกี่ยวข้องกับกายวิภาคทางสรีรวิทยาและจิตวิทยา ตลอดจนทางระบบนิเวศน์ เน้นในเรื่องอาณาเขตครอบครอง (Territoriality) และที่เว้นว่างส่วนบุคคล (personal space)
 4. ทางทิศทาง เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมเกี่ยวกับการเคลื่อนที่ การเลือกที่ตั้ง การหันทิศทาง โดยกำหนดตำแหน่งบุคคลที่สัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ และสิ่งต่างๆที่สัมพันธ์กัน
 5. ทางสัญลักษณ์ เป็นการใช้ภาษาหรือสัญลักษณ์ โดยอาศัยสภาพแวดล้อมกายภาพในการสื่อความหมายต่างๆ ทำให้คาดคะเนพฤติกรรมที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมได้และยังรวมถึงความสัมพันธ์ทางด้านสุนทรียภาพซึ่งมีผลกระทบต่อความรู้สึก
 6. ทางการกระทำกันระหว่างสังคม สภาพแวดล้อมมีคุณสมบัติในการส่งเสริมหรือขัดขวางการกระทำระหว่างกัน
 7. ทางการผสมผสานรวมกันทางวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมก่อให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกันของสังคม คือ เกิดความสัมพันธ์ระหว่างระบบวัฒนธรรมกับสภาพแวดล้อม
- ทั้ง 7 ข้อข้างต้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นข้อพิจารณาในการออกแบบดังนี้
1. ออกแบบสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิต โดยให้สภาพแวดล้อมภายในกับภายนอกแยกออกจากกัน
 2. ให้สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการรู้สึกมีคุณสมบัติในการดึงดูดความสนใจให้เกิดการรับรู้

3. ออกแบบขนาดและระยะห่างให้สัมพันธ์กับ ความจำเป็น ความสะดวกในการใช้สอย และความเป็นส่วนตัว

4. ออกแบบสภาพแวดล้อมให้สามารถเรียนรู้และสามารถเข้าใจได้ง่าย โดยเฉพาะที่ไม่
คุ้นเคย

5. ให้ลักษณะทางกายภาพสามารถสื่อความหมายทางสัญลักษณ์ได้

6. ออกแบบสภาพแวดล้อมให้ส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์กัน

7. การออกแบบที่พยายามก่อให้เกิดการรวมตัวกันทางสังคม

กิตติยา เสริมบุญสุข(2545: 42-43)ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สภาพแวดล้อมว่า มนุษย์มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ทั้งกับบุคคลหรือกลุ่ม สังคมที่เป็นองค์กรหรือสถาบันตามบทบาทหน้าที่ โดยเป็นไปตามความจำเป็น ตามเป้าหมายของ บุคคลนั้นๆ ตามการคาดการณ์ในอนาคตและสิ่งสำคัญที่สุดคือประสบการณ์ในอดีตของแต่ละ บุคคลที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมและการรับรู้สภาพแวดล้อม งานออกแบบสภาพแวดล้อม ทางกายภาพจึงต้องมีความสอดคล้องกับประสบการณ์ในอดีตของบุคคลหรือกลุ่ม ดังนั้น หลักการออกแบบจึงเน้นความสำคัญของการจัดระเบียบสภาพแวดล้อมกายภาพให้เกิดเอกภาพ ดังทฤษฎีเกสตัลต์ที่ว่า ทั้งหมดย่อมมากกว่าผลรวมขององค์ประกอบคือ

- หลักรูปทรงที่ง่ายชัดเจนและหลักรูปทรงที่มีลักษณะปิดล้อม ซึ่งบุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้ สิ่งต่างๆในลักษณะที่สมบูรณ์โดยการปิด

- หลักความเปรียบเทียบต่าง คือหลักการรับรู้ภาพและพื้นในรูปทรง ขนาดหรือองค์ประกอบ ของรูปทรง

- หลักความกลมกลืนและหลักจังหวะ เป็นการรวมกลุ่มขององค์ประกอบที่เกิดจากความ คล้ายคลึงกันความใกล้ชิดกันและความต่อเนื่องกัน

มนุษย์จะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ใดที่หนึ่งเพื่อประกอบกิจกรรมตามความต้องการและ ความเหมาะสม มนุษย์จึงมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สัมพันธ์กับมนุษย์ ด้วยกันและมีการกระทำต่อกันเสมอ ในกรณีที่มีการอยู่ร่วมกันจำนวนมากย่อมมีปัญหการอยู่ ร่วมกัน

ดังนั้นกลไกสำคัญของการควบคุมพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมของมนุษย์ที่อยู่ ร่วมกันได้แก่ การมีอาณาเขตครอบครอง (Territoriality) พฤติกรรมที่วางเว้นส่วนบุคคล (Personal Space Behavior) ภาวะความเป็นส่วนตัว (Privacy)

การมีอาณาเขตครอบครอง (Territoriality) ของมนุษย์ขึ้นอยู่กับบทบาททางสังคมของ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมตามความต้องการ โดยการ จัดระเบียบหรือปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม เพื่อลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นได้จากการถูก

ถ้าเข้าไปในอาณาเขตครอบครองของคนอื่นโดยไม่ได้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับอาณาเขตนั้น ขอบเขตของอาณาเขตครอบครองแบ่งออกได้ 3 ระดับแต่ที่เกี่ยวกับงานวิจัยมี 2 ระดับคืออาณาเขตที่เว้นว่างส่วนบุคคล เป็นบริเวณที่ใกล้ชิดและอยู่รอบตัวเรา อาณาเขตส่วนบุคคล เป็นอาณาเขตกึ่งส่วนบุคคลและอาณาเขตอื่นๆที่ใช้เป็นประจำและเป็นส่วนต่อเนื่องจากที่ว่างส่วนบุคคล ดังนั้นอาณาเขตที่ว่างส่วนบุคคลจึงเป็นอาณาเขตที่มีความสำคัญกับบุคคลมากที่สุด และสามารถเป็นแนวทางชี้้นำการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพได้

พฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคล (Personal Space Behavior) คือการรักษาระดับให้เกิดความสัมพันธ์หรือการกระทำต่อกันให้เหมาะสม ขนาดและรูปร่างที่เว้นว่างส่วนบุคคลไม่แน่นอนตายตัว มักแปรเปลี่ยนไปตามตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ สภาพแวดล้อมทางกายภาพลักษณะกิจกรรมที่กระทำต่อกัน แนวทางการออกแบบที่พิจารณาตามพฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคลแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ

1. จัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ตั้งบุคคลเข้าหากันหรือแยกบุคคลออกจากกัน
2. จัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามระดับความต้องการข่าวสารที่บุคคลได้รับหรือ

ส่งออก

ภาวะความเป็นส่วนตัว (Privacy) เป็นการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างตัวเองกับบุคคลอื่น โดยการควบคุมขอบเขตระหว่างบุคคลอย่างเหมาะสมและสามารถปรับให้เกิดภาวะความเป็นส่วนตัวตามที่ต้องการในสภาพการณ์ต่างๆกันได้ แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมให้เกิดภาวะความเป็นส่วนตัว ประกอบด้วยหลักสำคัญคือ การจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ช่วยให้บุคคลสามารถปรับการเปิดหรือปิดตัวเองจากการเข้าถึงของบุคคลอื่นได้ตามต้องการ เป็นสิ่งจำเป็นในการจัดแปลนแบบเปิดและการจัดพื้นที่อเนกประสงค์ เช่นการลดความหนาแน่นของพื้นที่ใช้สอยการลดขนาดพื้นที่ใช้สอยร่วมโดยแยกเป็นส่วนใช้สอยย่อยๆ การหลีกเลี่ยงการจัดพื้นที่โล่งๆที่ไม่มีใครเป็นเจ้าของและการแยกระหว่างอาณาบริเวณส่วนตัวกับอาณาเขตสาธารณะให้ชัดเจน

เห็นได้ว่าสภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับผู้ใช้อาคาร ถ้าสภาพแวดล้อมภายในองค์กรใดมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับกับพฤติกรรมของพนักงานและส่งเสริมต่อการให้บริการลูกค้า จะทำให้ผู้ใช้อาคารหรือสถานที่นั้นๆมีความพึงพอใจและเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

2.3.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ในการออกแบบสภาพแวดล้อม (Perception environmental design)

สุชา จันทร์เอม (2531: 119) ให้ความหมายของการรับรู้ว่าเป็นขบวนการที่คนมีประสบการณ์กับวัตถุหรือเหตุการณ์ต่างๆโดยอวัยวะรับสัมผัสและเป็นขบวนการทางพฤติกรรมที่เกิดแทรกระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนองของสิ่งเร้า

ลาสซารี (Lazzari 1990:147) อธิบายการรับรู้ว่าเป็นการได้ข้อมูลข่าวสารจากสภาพแวดล้อมด้วยผัสสะต่างๆ (Senses)และเป็นการตระหนักหรือใส่ใจต่อองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมผ่านความรู้สึกที่มีต่อสภาพทางกายภาพ การรับรู้กายภาพเป็นการรับรู้จากประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัวผ่านประสาทสัมผัสรับรู้ต่างๆแล้วการรับรู้ยังเป็นการรวมกันของความคิดและองค์ความรู้ (knowledge) ที่เรียกว่ากระบวนการระลึกรู้ (cognition: 1990:33) และในเรื่อง "การระลึกรู้" นั้น มัวร์ (Moore ใน Snyder and catnanese, ed.1979: 61) มีแนวคิดว่าการระลึกรู้คือวิธีการต่างในการตระหนักหรือรู้ที่แทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้าภายนอกและการตอบสนองทางพฤติกรรมต่างๆการตอบสนองขึ้นอยู่กับคุณสมบัติทางกายภาพของสิ่งเร้า และประสบการณ์การรับรู้ที่เกิดหลังสิ่งเร้า

การระลึกรู้มีเนื้อหาสำคัญคือ

- การสร้างแผนที่ในการรู้ (หรือแผนที่ทางจิต)สภาพเมือง
- การเกิดภาพลักษณ์ของอาคาร(Building imagery)อาคารเป็นที่จดจำจากการใช้สอยที่

เห็นชัดจะง่ายถ้าหากให้ความหมายทางภาษาได้ ซึ่งแปลไปตามกลุ่มสังคมและวัฒนธรรม

เมื่อพิจารณาผัสสะต่างๆอันเป็นช่องทางในการรับรู้ หรือเข้าใจภาพลักษณ์ของสำนักงาน ประกันภัยได้ หรือช่วยให้เข้าใจ "สาร" ในบรรยากาศของการรับส่งความรู้สึกในการสื่อสาร (Sensory channel) (Kotler 1973 mcgoldrich 1990:298) ได้แก่การสัมผัส การได้ยินหรือเสียง การได้กลิ่นหรือกลิ่นและการมองเห็นหรือภาพ (สี สัน ความสดใส ขนาด รูปร่าง)

ไพล์ (Pile 1979:106-7) อธิบายว่าการรับรู้ เข้าใจความหมายของรูปทรง คุณลักษณะของวัตถุต่างๆทางทัศนการนั้นเด่นที่สุด ด้วยการตีความจากร่องรอยทางทัศนการ (Visual clues) ที่มีพื้นฐานมาจากประสบการณ์

ลาสซารี (Lazzari 1990:2, 51-63) เห็นว่าการรับรู้ทางทัศนการเป็นการรับรู้แสง (ที่ทำให้เห็นรูปทรง) และตำแหน่งวัตถุการรับรู้แสงเป็นการพิจารณาองค์ประกอบของแบบแผนทางทัศนการต่างๆ (รูปร่าง รูปทรง) ได้แก่ สี น้ำหนัก และความหยาบละเอียด แต่การรับรู้วัตถุเป็นการใช้ความสัมพันธเชิงภาพเบื้องหน้า (Foreground) และหลังจาก (Background) เพื่อกำหนดตำแหน่งของคนให้สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมเป็นการควบคุมชี้แนะการมองของผู้ชม

วิลสัน (Wilson 1984:11) เห็นว่า ประสบการณ์ทางทัศนการ เป็นกระบวนการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารหรือสัญญาในรูปแบบที่มุ่งสู่เรตินา โดยการเพ่งมองยังบริเวณที่เห็น เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องแล้วโอนการรู้สึกทางทัศนการ โดยถอดรหัสจากการมองเห็น ผนึกข้อความเข้ากับภาพที่เห็นและดึงประสบการณ์เดิมในเรื่องเนื้อที่ว่าง และรูปทรงของวัตถุมาใช้ตีความรูปทรง รูปร่าง สี เส้น และแสงเงาเก็บไว้เป็นมโนทัศน์ ผู้สังเกตจะประพาศติสอดคล้องกับข้อความในจิต (ตอบสนองต่อสิ่งเร้า) ความสอดคล้องทางทัศนการ คือ เนื้อหา (Content) ที่ปรากฏและการจัดระเบียบเนื้อหาให้เกิดเป็นแบบแผนสัมพันธ์กับความคุ้นเคยและความทรงจำ

เนื้อหาในการรับรู้ อาจพิจารณาได้จากลักษณะสิ่งเร้าในมิติเนื้อหาตามทฤษฎีโครงสร้างสติปัญญา (Structure) ของกิลฟอร์ด (Guilford 1967) ประกอบด้วย

- ภาพ(Figural)สิ่งเร้าที่เป็นรูปธรรมสามารถแยกภาพและพื้น สามารถสัมผัสรับรู้ได้
- สัญลักษณ์(Symbolic)สิ่งเร้าที่เป็นเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ต่างๆ
- ภาษา(Semantic)สิ่งเร้าที่เป็นถ้อยคำทั้งภาษาพูดและเขียนที่มีความหมาย สามารถติดต่อสื่อสารเข้าใจตรงกันทั่วไปรวมถึงภาษาไปด้วย
- พฤติกรรม(Behavior)สิ่งเร้าที่เป็นกิริยาท่าทางพฤติกรรมต่างๆที่บุคคลแสดงออกสามารถสังเกตได้ด้วยตา รับรู้ได้ มีความรู้สึกได้

เมื่อพิจารณาตามทัศนะของ ไพล์ (Pile 1979: 117) ที่ว่าเป้าหมายของการออกแบบเชิงสื่อความให้สิ่งเร้ากลายเป็นแผนที่ (Map) โดยเนื้อหาเป็นการใช้องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่รับรู้มองเห็น เข้าใจ ถึงภาพตามลักษณะจริง ไพล์แบ่งสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นรหัสหรือร่องรอยทางทัศนการ (1979:106-7) ดังนี้

- อุปมาสัญลักษณ์ (Analog symbols)เป็นรูปทรงแทนกายภาพที่ใกล้เคียงกับความจริง และไม่ต้องมีการเรียนรู้มาก่อน เพราะมาจากองค์ความรู้ เกี่ยวกับธรรมชาติ และการตระหนักถึงปรากฏการทางกายภาพ
- รหัสสัญลักษณ์ (Coded symbols) อาศัยการเรียนรู้ความหมายและขึ้นอยู่กับการยอมรับ เช่นความหมายของสี
- เจตสัญลักษณ์ (Arbitrary symbols) อ้างอิงความเห็นมากกว่าเหตุผล ได้แก่อักษร หรือพยัญชนะต่างๆ

จากทฤษฎีการรับรู้สภาพแวดล้อมที่กล่าวมาสรุปได้ว่าการรับรู้ในการออกแบบสภาพแวดล้อมเป็นการรับรู้วัตถุหรือสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยผ่านการตีความของสิ่งเร้าที่มีผลต่อการรับรู้ (รูปร่าง, รูปทรง, ที่ว่าง, สี, พื้นผิววัตถุ) ที่อยู่ในองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น การวางผังและ การจัดบรรยากาศภายในสำนักงาน

2.3.3 การสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีสำหรับผู้รับบริการ

การสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีสำหรับผู้รับบริการ เป็นหน้าที่รับผิดชอบของผู้ให้บริการ เวลาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับผู้รับบริการ แม้ว่าการรอคอยเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่การใช้เวลาในการรอคอยเพียงสิบนาทีก็ถือว่านานสำหรับผู้รับบริการ (พิเชฐ กนกสุทธิวงศ์, 2540: 16-17) ถ้าเป็นลูกค้าของบริษัทประกันภัยที่มาติดต่อเมื่อเกิดอุบัติเหตุ อาจทำให้เกิดอารมณ์เครียดวิตกกังวลระหว่างนั่งพักรอคอย ดังนั้นการสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี สามารถส่งเสริมสภาพอารมณ์และทัศนคติที่ดีของพนักงาน ลูกค้าต่อสภาพแวดล้อมได้

แนวทางการสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีแบ่งเป็นหัวข้อได้ดังนี้ (พิเชฐ กนกสุทธิวงศ์, อ้างถึง Hall, 1991:415-422)

1. ในแง่จิตวิทยา (Psychological aspects)

เบนสัน (Bateson, 1985) กล่าวว่า"สาเหตุหลักๆของความเครียดในชีวิตประจำวันคือ การหมดความอดทนในการควบคุมอารมณ์"ทั้งนี้เพราะการที่ผู้ใช้บริการต้องรอคอยสิ่งใดนานๆ ก่อให้เกิดความเครียดได้ ดังนั้นควรจัดหาสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ผู้ใช้บริการได้ทำระหว่างการรอคอยการให้บริการ ไมสเตอร์ (Maister, 1985) กล่าวว่า"การสร้างความบันเทิง การให้ข่าวสารและความเป็นธรรมส่งผลให้ผู้ใช้บริการเข้าใจในเรื่องของการใช้เวลามากยิ่งขึ้น"

1.1 การให้ความบันเทิง(Entertainment)ผู้ใช้บริการจะรู้สึกว่าคุณสูญเสียเวลามากนัก หากผู้ใช้บริการเข้าใจในเรื่องนี้ ในกรณีที่ใช้ระยะเวลาในการรอคอยที่ยาวนานกว่า 2-3 นาที ควรจะจัดหาที่นั่งพักรอคอยให้กับผู้ใช้บริการ ควรมีหนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ หรือแม้กระทั่งอาหารและเครื่องดื่มไว้คอยบริการ ผู้ใช้บริการจะรู้สึกพอใจยิ่งขึ้นหากได้รับบริการสิ่งเหล่านี้โดยไม่ต้องชำระเงิน แต่ในกรณีที่การบริการประเภทนั้นใช้ระยะเวลาในการรอคอยสั้น การเปิดเพลง โทรทัศน์ การออกแบบตกแต่งสถานที่หรือแม้กระทั่งตู้ปลา ฯลฯ สิ่งเหล่านี้มีส่วนในการสร้างความเพลิดเพลินทั้งสิ้น

1.2 การให้ข่าวสาร (Information) เป็นสิ่งจำเป็นเพราะทราบได้ก็ตามที่ผู้ใช้บริการมีความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอน และประเภทของการให้บริการที่ดีย่อมก่อให้เกิดการบริการที่รวดเร็วยิ่งขึ้น ที่สำคัญผู้ใช้บริการมักจะหวั่นเสียกับการเข้าใช้บริการที่ผิดช่อง อันเนื่องมาจากการขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ป้ายประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้นจะต้องสังเกตได้ง่ายมีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย และควรติดตั้งหลายตำแหน่งในสถานที่เดียวกัน นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์โดยใช้เสียงมีส่วนช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าใจประเภทบริการนั้นๆได้ง่ายยิ่งขึ้น

1.3 ความเป็นธรรม (Equity) ตามหลักการคิว การมาถึงก่อนได้รับบริการก่อน (First-come, First-service) หรือ (FCFS) เป็นที่ยอมรับกันในความเป็นธรรมแก่ผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ แต่การใช้หลักการ (FCFS) นั้นก็ได้เหมาะสมกับการให้บริการในธุรกิจทุกประเภท

2. ในแง่สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physiological) นอกเหนือจากความบันเทิง ยังมี การให้ความสบายและความเป็นธรรมอันก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดีในแง่จิตวิทยาต่อไปนี้

2.1 เสียงก็ถือเป็นสภาพแวดล้อมอย่างหนึ่งในการสร้างบรรยากาศในการรอคอย และการทำงานที่ดีของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ เสียงที่ดังเกินควรย่อมก่อให้เกิดความรู้สึก รำคาญของผู้ได้ยิน ควรหลีกเลี่ยงการเปิดเพลงหรือโทรทัศน์ที่เสียงดังเกินควร อันก่อให้เกิด ความเครียดกับผู้ฟังเป็นเวลานานได้ ดังนั้นเสียงดังจากระบบปรับอากาศก็เป็นสิ่งหนึ่งที่จะต้อง ควบคุมมิให้เกิดขึ้น นอกจากนี้ห้องที่เสียงจนเกินไป หากก่อให้เกิดความเบื่อหรือรู้สึกอึดอัดสำหรับ ผู้พูดได้ ดังนั้นระดับความเข้มของเสียงที่เหมาะสมสำหรับสำนักงานจะอยู่ที่ระดับ 40-48 เดซิเบล

2.2 การจัดแสงสว่าง (Illumination) มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกตลอดจน ประสิทธิภาพในการอ่านและเขียนหนังสือของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ปริมาณความต้องการ แสงสว่างเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมและสภาพบรรยากาศ

2.3 การหมุนเวียนของอากาศและอุณหภูมิ ผู้ให้และผู้รับบริการจะรู้สึกสบายเมื่อใน สถานที่มีอากาศหมุนเวียนได้ดี มีความชื้นและอุณหภูมิที่เหมาะสม กล่าวคือ ไม่ร้อนและไม่หนาว จนเกินไป

2.4 ความแออัด (Crowding) เป็นสิ่งที่สร้างความไม่พอใจและทำลายบรรยากาศใน การรอคอยของผู้รับบริการเป็นอย่างที่สุด ฟรุอิน (FRUIN, 1971) ให้ข้อสังเกตว่ากลุ่มคนที่เข้าแถว รอรถประจำทางจะยืนห่างจากกันเพียง 19 ถึง 20 นิ้ว ซึ่งฮอลล์ (HALL, 1982:116) ได้ให้นิยามว่า "Intimate distant หรือระยะใกล้ชิด" (วิลลิสท์ ทรียงกูร, 2530:231) เป็นระยะที่ประสาธสัมพันธ์ สามารถรับรู้รู้สึกต่อกันได้เด่นชัด ไม่ว่าจะเป็นลมหายใจ กลิ่นกาย ความร้อนของร่างกาย

2.5 ขอบเขตรอบตัว (Body ellipse) คือพื้นที่ว่างเท่ากับพื้นที่ของร่างกายมนุษย์ใช้ พื้นที่ 2 ตารางฟุตต่อคน ซึ่งก็คือ "ระยะส่วนบุคคล" (วิลลิสท์ ทรียงกูร, 2530:232) ซึ่งเป็นระยะที่ บุคคลหนึ่งสามารถเอื้อมแขนแตะอีกบุคคลหนึ่งได้อย่างสะดวก

สรุปได้ว่าสภาพแวดล้อมสามารถส่งเสริมต่อพฤติกรรมของบุคคลได้ ดังนั้นการออกแบบ สภาพแวดล้อมต้องตอบสนองหน้าที่ใช้สอยพร้อมทั้งมีความสุนทรีย์ของรูปทรง เพื่อเกิด ความหมายทางสัญลักษณ์ ให้บุคคลเกิดความประทับใจในองค์กร และสภาพแวดล้อมที่ดีสำหรับ ผู้รับบริการควรคำนึงถึงแง่จิตวิทยา ในการรอรับบริการของลูกค้าเช่น จัดหาที่นั่งพักคอย บริการ ชาวสาร ความเป็นธรรมคือระบบคิว และการตกแต่งสถานที่

2.3.4 วิธีการเชิงพื้นที่

ทฤษฎีเชิงพื้นที่เป็นวิธีการทางองค์ประกอบของสถานที่หรือพื้นที่ภายในอาคารเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ หาความสัมพันธ์ของพื้นที่โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มี 2 ทฤษฎีคือ 1. ทฤษฎีเชิงพื้นที่ การประเมินอาคารภายหลังจากการเข้าครอบครองพื้นที่

2.3.4.1 ทฤษฎีเชิงพื้นที่

การกำหนดผังพื้นที่หรือพื้นที่ใช้สอยภายในส่วนต่างๆเกิดจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในอาคาร ตำแหน่งของพื้นที่ใช้สอย ขนาดของพื้นที่ และลักษณะทางสัญจรภายในพื้นที่ โดยทฤษฎีเชิงพื้นที่ มีองค์ประกอบดังนี้

1) ลักษณะของการจัดพื้นที่ใช้สอย

การกำหนดพื้นที่ใช้สอยมาจากผู้ใช้อาคาร (User) และกิจกรรมต่างๆ (Activities) โดยสามารถแยกพฤติกรรมเป็น 2 ส่วนคือการให้บริการแก่ผู้รับบริการ (User service) ในการศึกษาครั้งนี้คือพนักงานและพฤติกรรมของผู้รับบริการหรือลูกค้า โดยแบ่งได้เป็น ปริมาณผู้ใช้ เวลา ลักษณะพฤติกรรมเป็นต้น

2) ตำแหน่งของพื้นที่ใช้สอย

การกำหนดตำแหน่งของพื้นที่เกิดจากความสัมพันธ์และการต่อเนื่องของพฤติกรรม

3) ขนาดของพื้นที่ใช้สอย

ขนาดของพื้นที่มาจากพฤติกรรมของผู้ใช้กิจกรรม ปริมาณผู้ใช้ และลักษณะเครื่องเรือนที่ใช้

4) รูปแบบการสัญจรภายใน

โดยทั่วไปทางสัญจรภายในแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ

4.1 ทางสัญจรทางเดียว เป็นทางสัญจรที่อาจอยู่ส่วนริมด้านใดด้านหนึ่ง (Single zone) หรืออยู่ส่วนด้านใน ซึ่งแบ่งพื้นที่ออกเป็นสองส่วน (Double zone)

4.2 ทางสัญจรแยกหลายแนว เป็นทางสัญจรที่กระจายอยู่ในพื้นที่

4.3 ทางสัญจรโดยรอบ

5) การจัดผังบริเวณ

เกิดจากการวิเคราะห์ขบวนการตามข้อ 1-4 ตามลำดับ รูปแบบการจัดผังบริเวณของสำนักงานสามารถออกเป็นลักษณะใหญ่ได้ 2 รูปแบบ คือ

5.1 การจัดสำนักงานแบบแยกเป็นห้องโดยเฉพาะ

การจัดแบบนี้สามารถจัดแยกได้อีก 2 แบบคือ

- จัดแบบห้องเฉพาะบุคคลซึ่งเน้นความสำคัญของบุคคลตามตำแหน่ง ต้องการความเป็นส่วนตัวตัวบางครั้งอาจเป็นห้องสำหรับเจรจา ภายในประกอบด้วย โต๊ะทำงาน เก้าอี้ ตู้เก็บเอกสาร ชุดรับแขก

- จัดเป็นห้องเฉพาะกลุ่ม ตามลักษณะการทำงาน

5.2 การจัดสำนักงานแบบเปิด

เป็นการจัดส่วนทำงานที่ต่อเนื่องกันตลอด สามารถมองเห็นกันได้ การติดต่อกันภายใน สะดวกรวดเร็ว เหมาะสำหรับสำนักงานที่มีขั้นตอนและต้องการความต่อเนื่อง แบ่งย่อยเป็น 2 แบบ คือ

- การจัดแบบเปิดโดยใช้เส้นเรขาคณิต
- การจัดแบบธรรมชาติ

2.3.4.2 การศึกษาวิธีประเมินอาคารภายหลังการเข้าครอบครองพื้นที่ (POE Post Occupancy Evaluation)

การศึกษาวิธีประเมินอาคารภายหลังการเข้าครอบครองพื้นที่หรือ POE เป็นกระบวนการในการประเมินอาคารที่เป็นระบบ และใช้วิธีการที่เคร่งครัด ภายหลังจากการเข้าใช้อาคารมาระยะหนึ่ง การทำ POE มุ่งความสนใจที่ผู้ใช้อาคารและความต้องการของผู้ใช้ และผลสรุปจากการใช้ประโยชน์จากอาคาร ความรู้นี้เป็นกรอบของเกณฑ์ที่ถูกต้องสำหรับสร้างอาคารที่ดีขึ้นในอนาคต การประเมินอาคารมีองค์ประกอบของการใช้อาคารที่จะถูกจำแนกคือ องค์ประกอบทางด้านเทคนิค ด้านการใช้สอย และด้านพฤติกรรม ตามลำดับ

- องค์ประกอบทางด้านเทคนิคคือเกณฑ์ด้านสุขภาพ สวัสดิภาพ และความมั่นคงในการครอบครองอาคาร รวมถึงกรณีพื้นฐาน 2-3 ประการเช่น สวัสดิภาพจากไฟไหม้ ความปลอดภัยในโครงสร้างของอาคาร และเรื่องสุขาภิบาล รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ เช่น แสงสว่าง การป้องกันเสียงในโครงสร้างของอาคาร

- องค์ประกอบด้านการใช้สอย คือความสามารถของผู้ใช้ในการจัดการให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ องค์ประกอบด้านการใช้สอยของ POE เริ่มต้นโดยการปฏิบัติอย่างเป็นรูปแบบกับกรณีฉุกเฉินกับการออกแบบอาคารรูปแบบใหม่

- องค์ประกอบด้านพฤติกรรม เป็นเกณฑ์ด้านจิตวิทยาและสังคมของความพึงพอใจของผู้ใช้ และคุณภาพชีวิตที่ดีโดยทั่วไป ความเป็นส่วนตัว ความมั่นคง การสื่อความหมายของอาคาร การมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันของสังคม การรับรู้เกี่ยวกับความแออัด และอาณาเขตครอบครอง ทั้งส่วนสาธารณะและส่วนบุคคล มีการย้ายโดยองค์ประกอบทางพฤติกรรม ภายในองค์ประกอบทางการใช้สอยอาคารที่ถูกมองข้ามในทศวรรษนี้

วิธีประเมินผลหลังการเข้าใช้ (POE) สามารถแบ่งเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

- 1) การเข้าถึงและการเก็บข้อมูลเบื้องต้น (การลงสำรวจพื้นที่) การทำ POE จะเป็นการเชื่อมโยงกันระหว่างผู้ประเมินกับองค์กร ผู้ประเมินจะเป็นผู้กำหนดวิธีการ กำหนดระยะเวลาในการทำวิจัย ศึกษาบริบทและประเมินประวัติความเป็นมา ในบางกรณีการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นภายหลังการประเมินได้ ซึ่งผลที่ได้จะมีความถูกต้องและ

เป็นไปได้ในการที่จะใช้เป็นข้อเสนอแนะบางประการ การทำ POE จำเป็นต้องศึกษาถึงประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้อง และควรศึกษาก่อนที่จะเข้าทำการประเมิน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการทำ ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทต่างๆไป ที่เกี่ยวกับโครงการนั้นๆ (Craig.1980 ใน นรินทร สรวิทย์ศิริกุล. 2546:30)

2) การออกแบบงานวิจัย กล่าวถึงการพัฒนาวิธีการ POE คือการตอบสนองเป้าหมายของการวิจัย ผู้ประเมินควรจะทบทวนถึงจุดมุ่งหมายของการทำ POE ว่าสามารถสร้างความรู้ทางด้านจิตวิทยาสภาพแวดล้อมและสามารถนำไปใช้ได้หรือไม่ การพัฒนากลยุทธ์ ซึ่งมีพื้นฐานที่สามารถนำไปใช้ได้คือ การทดสอบภาคสนาม การศึกษาภาคสนาม การสร้างแบบจำลองทางคอมพิวเตอร์ ทฤษฎีที่สอดคล้องกับการวิจัย สำรวจกลุ่มตัวอย่างการจ้างงานการทดลองและการสร้างแบบจำลอง วิธีการดังกล่าวจะช่วยในการแก้ปัญหาภาคสนามได้ กลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง การสุ่มตัวอย่างเป็นการสร้างโอกาสและสร้างความแตกต่างให้กับกลุ่มตัวอย่างที่จะถูกเลือก การพัฒนาวิธีการออกแบบงานวิจัยมีวิธีพื้นฐานคือ การสัมภาษณ์ การจดบันทึก การสังเกต การถ่ายภาพ แจกแบบสอบถาม การทดสอบตรวจสอบ ข้อมูลอ้างอิง และข้อมูลทางสถิติของจำนวนประชากร การทดสอบเบื้องต้น (Pre-testing) ผู้ประเมินควรทำแบบสอบถามและเครื่องมืออื่นๆให้สมบูรณ์ เพื่อช่วยในการชี้เฉพาะถึงปัญหาที่จำเป็น หลักการทดสอบใช้เครื่องมือคือ เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ และช่วยทำให้หลีกเลี่ยงการเก็บข้อมูลเกินความจำเป็น

3) การเก็บข้อมูล เป็นเครื่องมือหรือวิธีการของผู้ประเมินต้องอยู่ที่อาคารที่ทำการประเมิน เพื่อให้ได้ข้อมูลเช่น การสำรวจอาคาร แจกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ที่มีการเตรียมข้อคำถามไว้ล่วงหน้า หรือการสังเกตการณ์อย่างเป็นแบบแผน เพื่อลดผลกระทบของการศึกษาที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้อาคาร ความสำคัญของการประเมินจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ใช้อาคาร อันเนื่องมาจากผู้ประเมินปฏิบัติการที่ตอบสนองนี้เป็นสิ่งที่ยากในการป้องกันหรือหาเอกสารเพื่อทำการสนับสนุน เนื่องจากการคาดเดาพฤติกรรมต่างๆที่อาจเกิดขึ้นก่อนมีการประเมิน

อย่างไรก็ตาม การเฝ้าสังเกตการณ์อย่างระมัดระวัง การถ่ายภาพ การสัมภาษณ์โดยไม่คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงก็สามารถนำมาใช้ได้ กระบวนการรวบรวมข้อมูลที่ชัดเจนและแน่นอนจะต้องประกอบด้วย การทำให้เฉพาะเจาะจง (Specified) การเผยแพร่ (Disseminated) การปฏิบัติ (Practiced) และการตรวจสอบ (Monitored) ความสามารถในการแก้ปัญหาให้ตรงจุดของผู้ทำการประเมินเป็นสิ่งจำเป็น (Wolfgang et.al.1988 ใน นรินทร สรวิทย์ศิริกุล.2546:32)

4) การวิเคราะห์ข้อมูล ปัญหาของการทำ POE มักเกิดจากผู้ประเมินไม่เข้าใจวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม มีหลักสำคัญอยู่สองสามประการที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ควรวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลที่ง่ายก่อนไปสู่ข้อมูลที่ซับซ้อน หากเป็นข้อมูลที่มีตัวแปรเชิงปริมาณที่หลากหลาย ควรพิจารณาวิเคราะห์ตัวแปร

เดี๋ยวก่อนที่จะไปวิเคราะห์ตัวแปรที่ซับซ้อน และการวิเคราะห์ควรจะช่วยให้ผู้ประเมินเข้าใจถึงโครงสร้างของข้อมูล

5) การนำเสนอข้อมูล ผู้ประเมินควรนำเสนอในหลายๆทาง หัวข้อของเรื่องที่แตกต่างกัน ควรมีการนำเสนอที่แตกต่างกันด้วย

สรุปได้ว่า วิธีการประเมินผลภายหลังการเข้าใช้อาคารเป็นวิธีที่สามารถทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้อาคารโดยมีองค์ประกอบ 3 ประการคือ

- องค์ประกอบทางด้านเทคนิค คือ ลักษณะทางกายภาพภายในตัวอาคาร
- องค์ประกอบด้านการใช้สอย คือ รูปแบบของการจัดวางผังพื้นที่ภายในส่วนบริการลูกค้า
- องค์ประกอบด้านพฤติกรรม คือ พฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานและพฤติกรรมการรับบริการของลูกค้า

2.4 การจัดสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน

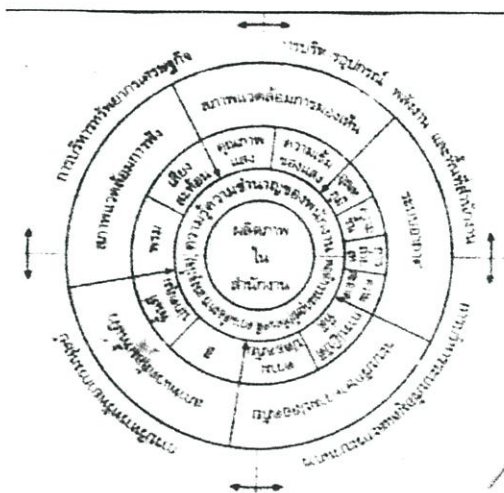
2.4.1 สภาพแวดล้อมในสำนักงาน

สภาพแวดล้อมมีผลกระทบต่อการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งการรับรู้นั้นได้จากการมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส ถ้าสภาพแวดล้อมใดก่อให้เกิดทัศนคติทางด้านบวกก็จะทำให้มนุษย์พอใจกับสภาพแวดล้อมนั้น การจัดสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานก็มีความสำคัญเนื่องจากผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานต้องทำงานอยู่ในสำนักงานเป็นเวลาเกือบทั้งวัน ถ้าสร้างสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานให้ส่งเสริมต่อการทำงานก็จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความสบายกายสบายใจ และยังช่วยในการสื่อสารที่ดีด้วย

ดังนั้นเพื่อให้ได้สภาพแวดล้อมที่น่าพอใจ ก็ควรมีการวางแผนการจัดพื้นที่และตกแต่งภายในสำนักงาน ปัจจัยสภาพแวดล้อมมีผลอย่างใกล้ชิดกับการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล เป็นทั้งการจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการทำงานอันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร ซึ่งปัจจัยสภาพแวดล้อมที่จะกล่าวถึงมีดังนี้

2.4.1.1 การใช้สีในสำนักงาน

สีมีอิทธิพลต่ออารมณ์และทัศนคติของมนุษย์ และมีผลกระทบในเชิงบวกคือสร้างความรู้สึกสบายตา ส่วนผลกระทบในเชิงลบคืออาจทำให้เกิดความรู้สึกอึดอัด สีมีผลกระทบโดยตรงหรือไม่ก็ต้องใช้แสงเป็นเงื่อนไขสำคัญ ผู้บริหารสำนักงานควรคำนึงถึงการใช้สีโดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น หน้าที่งาน ทำที่ตั้งทางกายภาพและประเภทของอารมณ์ความรู้สึกที่พนักงานพึงประสงค์



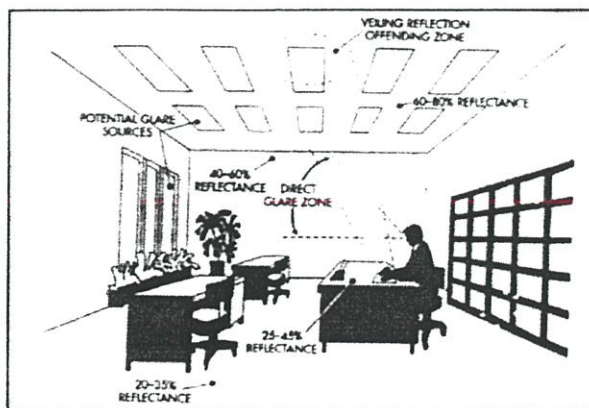
ภาพที่ 2.4 แสดงอิทธิพลของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมต่อประสิทธิภาพการทำงาน

วัตถุประสงค์ของการใช้สีในสำนักงาน

1. สร้างความสวยงามและความประทับใจให้แก่ผู้ที่พบเห็นและสร้างความภาคภูมิใจให้แก่พนักงาน
2. สร้างบรรยากาศในการทำงาน การใช้สีที่เหมาะสมจะทำให้ผู้ทำงานมีอารมณ์อยากทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้มากขึ้น
3. การใช้สีเพื่อให้เกิดผลทางจิตวิทยา กล่าวคือการใช้สีมีผลกระทบต่ออารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด และสร้างขวัญของผู้ปฏิบัติงาน

ความสัมพันธ์ของสีกับสำนักงาน

สีอาจถูกนำมาใช้เพื่อเป็นการสะท้อนแสงในอัตราและองศาที่แตกต่างกันไป เรียกว่าเป็นอัตรา การสะท้อนของสี (Reflection ratio) เพื่อช่วยให้การออกแบบสำนักงานเป็นไปอย่างเหมาะสมโดยไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายที่สูงเกินไป



ภาพที่ 2.5 การสะท้อนแสงในสำนักงาน

สีตามผนังและเพดานซึ่งมีพื้นที่อาณาบริเวณกว้างควรใช้สีเชิงจิตวิทยาจูงใจและเป็นสีพื้นเรียบ นอกจากนี้ควรมีการสะท้อนของสีด้วยอัตราพอเหมาะที่ไม่เกิดการรบกวนแก่พนักงาน เช่น สีขาว มีอัตราการสะท้อนร้อยละ 82-88 สีเขียวสว่างมีอัตราสะท้อนร้อยละ 70 และสีแดงเข้มมีอัตราสะท้อนร้อยละ 12 เป็นต้น

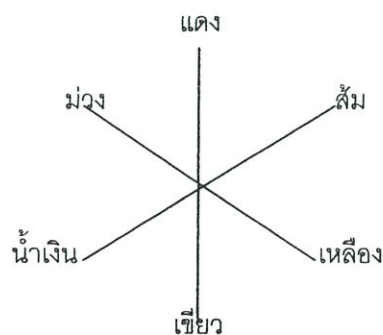
สำหรับเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์สำนักงาน ใช้สีในหลักการคล้ายกับผนังและเพดาน การใช้สีตัดกัน เช่น ดำ ขาว จะเกิดการสะท้อนต่อกันอย่างมาก อันอาจเกิดการจ้องมองและสร้างความกดดันในการทำงานยกเว้นแต่เป็นสำนักงานเพื่อการออกแบบซึ่งต้องการสัดส่วนงานบางพื้นที่เพื่อแสดงภาพหลากหลายแต่มีพื้นสีดำเป็นฐาน เพื่อให้เกิดความชัดเจนและตรงข้ามกับแสงหรือสีที่ใช้ในสำนักงานส่วนใหญ่

เพื่อความเหมาะสมยิ่งขึ้นควรใช้สีพื้นหรือพรมที่ประสานกับสีผนังและเพดาน เพื่อเกิดเอกภาพและสร้างความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม พื้นผิวของพื้นห้องอาจเป็นพรม หินอ่อน หินแกรนิต อิฐ กระเบื้อง ไม้ หรือยางไม้ แต่ที่นิยมคือ ปูพรม เพราะจะช่วยให้เกิดความสงบเงียบและมีบรรยากาศพักผ่อน มักใช้กับส่วนต้อนรับ ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความรู้สึกสบาย และเกิดหรูหราแก่สำนักงาน

สำนักงานทั่วไปจะมีการนำต้นไม้หรือรูปทรงจำลองเทียมมาเป็นส่วนประกอบ เป็นสภาพแวดล้อมของสำนักงาน บางแห่งถือเป็นอุปกรณ์สำนักงานประเภทหนึ่ง ดังนั้นสีของต้นไม้ทั้งของจริงและของเทียม ก็มีส่วนช่วยสร้างสรรค์และแต่งแต้มสีสันในสำนักงานได้

ข้อแนะนำในการใช้สีในสำนักงาน

1. พิจารณาถึงความกลมกลืนกันของสีและคุณสมบัติของสี การศึกษาถึงวงจรของสีจะช่วยเลือกสีที่เหมาะสม



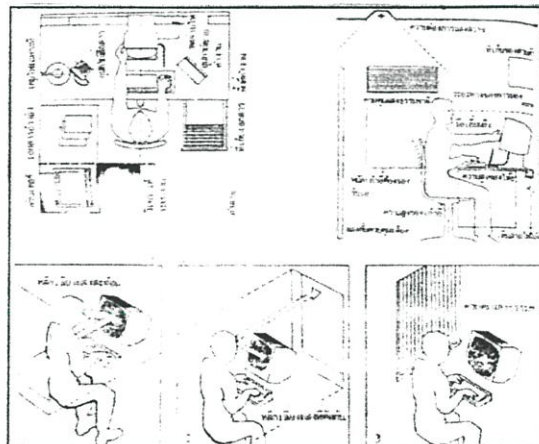
ภาพที่ 2.6 ภาพแสดงวงจรสี

วงจรสีแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสีปฐมภูมิ คือ แดง เหลือง และน้ำเงิน สีปฐมภูมิเป็นสีที่เป็นแม่สี ได้แก่ สีแดง เหลือง น้ำเงิน และสีทุติยภูมิเป็นสีที่เกิดจากการรวมกันของสีปฐมภูมิ เช่น สีแดง และสีเหลืองผสมกันเป็นสีส้ม ในศูนย์กลางของวงกลมคือสีดำ สีกลางเป็นสีที่เกิดจากการ

รวมกันของสีที่อยู่ตรงข้ามกัน (สีดำ เช่น เขียวและแดง น้ำเงินและส้ม) วิธีการที่จะทำให้เกิดความสดใสและความกลมกลืนกัน ก็คือ การใช้สีกลางร่วมกับสีอื่น ๆ

2. พิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสีและแสงสว่าง สีอ่อนจะทำให้ห้องสว่างขึ้น สีทึบจะทำความสว่างลดน้อยลงเพราะสีอ่อนสามารถสะท้อนแสงได้ดีกว่าสีทึบ แสงสะท้อนของสีต่างๆมีดังนี้

สีขาวสะท้อนแสง	88%
สีเขียวยอ่อน	70%
สีอิฐ	58%
สีเหลืองมะนาว	52%
สีเทาเงิน	36%
สีชมพู	36%
สีเทาหม่น	12%
สีน้ำตาลอ่อน	8%
สีน้ำตาลเข้ม	4%
สีช็อกโกแลต	2%



ภาพที่ 2.7 แสดงการจัดแสงสว่างในการทำงาน

ดังนั้นการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างสีและแสงสว่าง มีข้อเสนอแนะดังนี้

- การใช้สีสามารถสะท้อนแสง ได้มากจะช่วยให้อ่างสว่างขึ้น และการใช้สีที่สะท้อนแสงได้น้อยจะทำให้ห้องมืด

- ผนังด้านที่อยู่ตรงข้ามกับแสง ควรใช้สีเย็นจะทำให้ห้องแลดูกว้างและดูสูงขึ้น

3. พิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสีกับสัดส่วนของห้อง ดังนี้

- การใช้สีห้องและเพดานสีอ่อนและเย็น จะทำให้ห้องแลดูกว้างและดูสูงขึ้น

- การใช้สีมืดและสีร้อนทำให้ห้องเล็กลง
- 4. การใช้สีที่ปลอดภัยที่สุดก็คือ เลือกลีกลางๆ เช่น สีครีม สีเนื้อ สีเทา สีขาว สีน้ำตาลอ่อน เป็นสีที่กระตุ้นให้คนอยากทำงานและใช้ร่วมกับสีที่มีลักษณะเด่นได้
- 5. ไม่ควรใช้สีเดียวกันทั้งหมดในสำนักงาน ถ้าใช้สีอ่อนหรือสีเย็นทั้งหมดในสำนักงาน ก็จะทำให้เกิดบรรยากาศเหมาะแก่การพักผ่อน ถ้าใช้สีเข้มประเภทร้อนทั้งหมดก็จะทำให้เกิดการกระตุ้นมากเกินไป และทำให้พนักงานเกิดความไม่สบายใจ
- 6. ข้อเสนอแนะในการใช้สีภายในสำนักงาน ห้องต่างๆ สามารถใช้สีที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมได้
 - ห้องทำงานทั่วไปเพดานใช้สีขาวและสีครีม ฝาผนังด้านที่พนักงานหันเข้าหาหรือด้านที่รับกับแสงอาทิตย์ ควรใช้สีอ่อนประเภทเย็นส่วนฝาผนังด้านอื่นๆ ใช้สีอ่อนประเภทร้อน พื้นใช้สีเทาอ่อน
 - ห้องประชุมใช้สีอ่อนหรือสีกลางๆ (สีครีม สีเนื้อ สีเทา สีขาว สีน้ำตาลอ่อน) หรืออาจใช้สีประเภทร้อนเพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมประชุมเกิดความกระตือรือร้นในการอภิปรายอย่างเต็มที่

2.4.1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับสีและการรับรู้เกี่ยวกับสี (Color and perception)

ปฏิกิริยาของมนุษย์ที่มีต่อสี

สีทำให้เกิดความสับสนและอบอุ่น (จึงเกิดการจำแนกประเภทสีเป็นสีร้อนและสีเย็น ซึ่งให้ความรู้สึกแตกต่างกัน) ขึ้นอยู่กับความอ่อนเข้มของสี ระดับชั้นหรือเงาของสี และความหนักเบาของน้ำหนักโทนสีด้วย หากต้องการความตื่นเต้น, อบอุ่นและเร่งเร้า ควรใช้สีโทนร้อน เช่น สีส้ม สีแดง สีเหลือง แต่ถ้าต้องการความอบอุ่น, เยือกเย็นและจิตใจสงบควรใช้สีโทนเย็นเช่น สีฟ้า สีเขียว สีขาว เป็นต้น การใช้สีในสภาพแวดล้อมควรทราบปฏิกิริยาของมนุษย์ที่มีต่อสี ได้แก่

1. สำนักงานที่มีสีสว่าง ดูเหมือนสดใสมีแนวโน้มลดใจให้เกิดความไวใจ แต่ถ้าใช้สีที่มืดจะทำให้รู้สึกเบื่อหน่ายและไม่มีประสิทธิภาพในการทำงาน
2. พื้นผิวของสำนักงานเช่น ผนัง เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ต่างๆ แม้แต่กระดาษ อย่าใช้สีที่ดึงดูดสายตาในอัตราส่วนของสีและแสงที่ไม่เหมาะสม เพราะจะทำให้ปวดศีรษะ เชื้อยชา
3. สีช่วยให้มนุษย์เปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้ เช่น สำนักงานที่พื้นที่เล็กควรใช้สีสว่างหรือสีโทนร้อนจะช่วยให้ห้องดูกว้างขึ้น อย่าใช้สีตัดกันหรือสีที่แตกต่างอย่างชัดเจนประเภทสีตรงกันข้าม (ยกเว้นมีเหตุผลพิเศษ)
4. สีช่วยในการกำหนดตำแหน่งที่ตั้งความต้องการ เช่น ในอาคารสำนักงานหลายชั้น อาจกำหนดสีแต่ละชั้นเพื่อความแตกต่าง หรือใช้สีแดงกับประตูรักษาความปลอดภัยและส่วนควบคุมพิเศษเพื่อความเด่นชัดในการแยกความแตกต่าง

นาภาพรณ สุทธะพินทุ (2540: 100 -101) อธิบายถึงสีกับผลตอบสนองต่อมนุษย์ว่า

สีแดง จัดอยู่ในกลุ่มสีร้อน เป็นสีที่มีอำนาจดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด จะให้ความรู้สึกจริงจัง ตื่นเต้น ร่าเริง แสดงความมั่นคง และมีอำนาจ อาจเป็นเครื่องหมายถึงอันตรายและสิ่งที่ต้องระวัง

สีเหลือง จัดอยู่ในกลุ่มของสีอุ่น หรือสีเย็นขึ้นอยู่กับความเข้มของสี สีเหลืองเป็นสีที่มีความจ้ำจกมาก ให้ความรู้สึกที่ร่าเริง มีชีวิตชีวา มีความเด่น สะอาด กระปรี้กระเปร่า

สีส้ม จัดอยู่ในกลุ่มสีร้อน เป็นสีที่สดใส เห็นได้ในระยะไกล ให้ความรู้สึกดึงดูดเร้าใจ

สีน้ำเงิน จัดอยู่ในกลุ่มสีเย็น แสดงความรู้สึกเยือกเย็น ลึกลับ ทำให้สงบ มีความสง่างาม ภูมิฐาน ถ้าเป็นสีน้ำเงินเข้มทำให้รู้สึกที่ไม่สิ้นสุด ส่วนสีน้ำเงินอ่อนให้ความรู้สึกกว้างเปล่าเหมือนความฝัน

สีเขียว จัดอยู่ในกลุ่มสีเย็น ให้ความรู้สึก สงบเงียบ ซื่อสัตย์ ช่วยในการพักสายตา เป็นสีแสดงความสงบ ให้ความหวังกับชีวิตใหม่

สีม่วง จัดอยู่ในกลุ่มสีร้อน หรือสีเย็นก็ได้ เป็นสีอ่อนหวานนุ่มนวล ให้ความรู้สึกเยือกเย็น และมีอำนาจในทางลึกลับ มีความสง่างาม

สีขาว แสดงถึงความบริสุทธิ์ ว่างเปล่า สงบ สะอาด

สีเทา เป็นสีกลางให้ความรู้สึกภูมิฐาน ผู้ดี เครื่องขั้วม สงบเย็น ความเก่าแก่ สีเทาเป็นสีที่ทำให้กลมกลืนกับสีอื่น ดูแล้วสบายตา

สีดำ แสดงถึงความมืดและแน่นทึบ หดหู่ ลึกลับหนักแน่น ความสิ้นหวัง

สีน้ำตาล จัดอยู่ในกลุ่มสีร้อนเป็นสีกลางๆ แสดงความอบอุ่น ความแห้งแล้ง นอกจากนี้สียังมีอิทธิพลต่อการมองเห็นดังนี้

ให้ความรู้สึกถึงเรื่องขนาด (Size) สีอ่อนจะทำให้รู้สึกห้องกว้างโล่ง และอยู่ในระยะใกล้ ส่วนสีเข้มจะทำให้รู้สึกว่าห้องเล็กแคบ และอยู่ระยะไกล

ให้ความรู้สึกถึงเรื่องน้ำหนัก (Weight) สีอ่อนจะทำให้รู้สึกน้ำหนักเบาส่วนสีเข้มทำให้รู้สึกน้ำหนักมาก

ให้ความรู้สึกแข็งแรง (Strength) สีร้อนและมีความจ้ำจกมากจะทำให้รู้สึกแข็งแรงมาก ส่วนสีเย็นจะรู้สึกอ่อนแรงหรือแข็งแรงน้อย

จิตวิทยาสีทำให้เห็นถึงความสำคัญของการเลือกใช้สีที่จะต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสำนักงานที่มีคนใช้งานหลายคน และต้องเลือกสีที่ทำให้บรรยากาศของการทำงานดูสบายตา สบายใจ ทำให้ทุกคนมีความสุข และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากที่กล่าวมาในตอนต้นนั้นยังมีผู้กล่าวถึงเรื่องสีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยคือ บอส์มาน (BOESMAN :อ้างใน ชาติ ภาสวร: 2536) เห็นว่าสีที่กลมกลืนเป็นสีที่โดดเด่นในความทรงจำของ

แต่ละบุคคล เพราะสิ่งที่รับรู้เป็นผลจากประสบการณ์มองอดีต ดังนั้น การเลือกใช้สีในการออกแบบให้ความหมายเชิงจิตวิทยา สมองจดจำหมายองค์กรจึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในระยะยาว สีที่ใช้แบ่งเป็นสีหลักหนึ่งสี เรียกว่า สีของบริษัท (Company 's color) และสีขั้นที่สองอีกจำนวนหนึ่งมักพบตามเอกสารในการติดต่อของบริษัท หรือในการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในมักใช้ในบริเวณพื้นผิวเล็กๆเช่น วงกบประตู มือจับหรืออุปกรณ์ต่างๆ ส่วนพื้นผิวใหญ่ๆและเครื่องเรือนใช้สีอ่อนอ่อนๆสีอื่น

2.4.1.3 การใช้แสงในสำนักงาน

แสงมีผลต่อการทำงาน ทั้งการอ่านและเขียนหนังสือ สุขภาพและขวัญกำลังใจที่ดีตลอดจนประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานที่เพิ่มขึ้น แต่แสงที่ไม่เหมาะสมก็ย่อมประสบกับปัญหาความตึงเครียดของสายตา และประสาททำให้เกิดอารมณ์ฉุนเฉียวได้ง่าย สำนักงานอัตโนมัติหรือสำนักงานปัจจุบันที่หันมาใช้อุปกรณ์สำนักงานประเภทเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์เพิ่มมากขึ้นจะพบว่า มีปัญหาการอ่านหน้าจอ (Screen) ถ้ามีแสงสะท้อนไม่เพียงพอในบริเวณล้อมรอบหน้าจอ นั้น (ดูภาพที่ 2.8) นอกจากนี้ยังมีเรื่องของแสงเงาที่อาจเกิดขึ้นจากการติดตั้งหลอดไฟ หรือโคมไฟในสำนักงานด้วย ก่อนตัดสินใจเลือกจำนวนหลอดไฟหรือปริมาณแสงผู้บริหารสำนักงานควรเข้าใจถึงลักษณะการมองเห็นในการทำงานประเภทต่างๆ เช่น งานออกแบบวาดภาพ โปรแกรมเมอร์ งานบัญชี เป็นต้น เพราะแต่ละประเภทใช้ปริมาณแสงแตกต่างกัน

- งานที่ใช้ตามบริเวณต่างๆ เช่น โถงทางเดิน บันได ห้องน้ำ ห้องรับแขก เป็นต้น ใช้ 10-15-20 แสงเทียน
- งานที่ต้องใช้ปฏิบัติเกี่ยวกับการมองเห็นที่มีขนาดใหญ่ เช่น พิมพ์ดีด อ่านหนังสือ ห้องประชุม ห้องสมุด บริเวณแฟ้มเอกสาร เป็นต้น 20-30-50 แสงเทียน
- งานที่เกี่ยวข้องกับการมองเห็นขนาดกลาง เช่น ถ่ายเอกสาร งานถ่ายภาพ ใช้ 50-750-100 แสงเทียน
- งานที่เกี่ยวข้องกับการมองเห็นขนาดเล็ก เช่น การออกแบบ การทำแผนผัง การเขียนหนังสือ ใช้ 100-150-200 แสงเทียน



ภาพที่ 2.8 แสดงการใช้แสงไฟประดิษฐ์และแสงไฟธรรมชาติ

ลักษณะแสงสว่างในสำนักงานมี 2 แบบ คือ

1. แสงธรรมชาติ มาจากแหล่งกำเนิดตามธรรมชาติ ผ่านหน้าต่างหรือห้องใต้หลังคา เช่น แสงจากดวงอาทิตย์ แสงจากกองไฟ เป็นต้น แสงธรรมชาติเป็นแสงที่ไม่สามารถควบคุมได้โดยตรง ตาก็เป็นแสงที่พนักงานชอบมากกว่าแสงไฟธรรมดา สำนักงานที่ดีนั้นต้องไม่ก่อสร้างให้มีดทึบ โดยพยายามให้มีหน้าต่างใหญ่ๆ หลายบาน เพื่อนำแสงธรรมชาติมาใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด และจัดให้พนักงานที่มีงานมากนั่งใกล้กับหน้าต่าง บริเวณใกล้หน้าต่างไม่ควรนำสิ่งสะท้อนแสงมาวาง เพราะจะทำให้แสงสะท้อนเข้ามา ควรให้แสงสว่างตกมาทางด้านหลังของพนักงาน โดยไม่จัดโต๊ะพนักงานหันเข้าหาแสง เพราะจะทำให้แสงสะท้อนเข้าตา ทำให้แสบตาและเกิดความตึงเครียดของสายตาได้ง่าย

2. แสงเทียน เป็นแสงที่ประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อควบคุมเลือกใช้ได้ตามวัตถุประสงค์ เช่น หลอดไฟ ตะเกียง เทียนไข แสงจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

แสงเทียนมีลักษณะการให้แสง 4 แบบ

2.1 แสงทางตรงเป็นแสงที่เกิดจากหลอดไฟ หรือโคมไฟฟ้าที่บดแสง ที่แขวนบนเพดาน แสงสว่างจะส่องตรงลงมาข้างล่าง

2.2 แสงกึ่งทางตรง เป็นแสงที่เกิดจากการโคมไฟฟ้าโปร่งแสง แสงส่วนใหญ่ (ประมาณ 65-90 %) ส่องลงมาข้างล่างและส่วนน้อย (ประมาณ 10-35%) ที่ส่องทะลุขึ้นบนเพดาน

2.3 แสงทางอ้อม เป็นแสงที่เกิดจากโคมไฟฟ้าแบบทึบแสง โดยแสงสะท้อนไปยังเพดาน แล้วแสงสะท้อนกลับมายังเบื้องล่างอีกทีหนึ่ง

2.4 แสงกึ่งทางอ้อม เป็นแสงที่เกิดจากโคมไฟฟ้าโปร่งแสง โดยแสงส่วนใหญ่ (ประมาณ 65-90%) สะท้อนขึ้นไปบนเพดานแล้วสะท้อนกลับมายังข้างล่างและแสงบางส่วน (ประมาณ 10-35 %) ส่องทะลุโคมไฟฟ้ามาข้างล่างด้วย

แสงสว่างที่พอเพียงจะช่วยให้งานประสบความสำเร็จ งานสำนักงานส่วนใหญ่เป็นงานเกี่ยวข้องกับตัวหนังสือซึ่งต้องการแสงสว่างที่เหมาะสมและพอเพียง

ข้อเสนอแนะในการให้แสงสว่างในสำนักงานการให้แสงสว่างในสำนักงานควรมีลักษณะดังนี้

1. ให้มีแสงสว่างทั่วถึงโดยปราศจากเงามืด
2. ให้มีแสงสว่างเพียงพอทุกห้อง แต่ไม่ควรให้แสงสว่างมากเกินไป
3. ไม่ควรให้แสงสะท้อนจากไฟฟ้า แสงธรรมชาติ หรือแสงสะท้อนจากวัตถุอื่น โดยตรงเพราะจะทำให้เคืองตา

4. พยายามจัดให้มีแสงธรรมชาติมากที่สุด เพราะเป็นการประหยัด โดยพยายามออกแบบตัวอาคารให้มีหน้าต่างใหญ่ๆ ให้เพียงพอ สำนักงานส่วนมากใช้หน้าต่างหรือประตูกระจก เพราะเป็นการช่วยนำแสงธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด

5. มีการเปลี่ยนหลอดไฟตามอายุการใช้งานและมีการทำความสะอาดอยู่เสมอ

6. การใช้แสงไฟฟ้าให้เหมาะสมกับลักษณะของงานตามตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงลักษณะงานปริมาณแสงไฟที่เหมาะสม

ลักษณะของงาน	ฟุต-กำลังเทียน
งานออกแบบ	200
งานตรวจบัญชี	150
งานสำนักงาน	100
งานที่ไม่ต้องใช้สายตามาก	30

ปริมาณความเข้มของแสงแสดงในรูป ฟุต – กำลังเทียน หมายถึง จำนวนความสว่างในระยะ 1 ฟุต จากเทียนไข 1 แท่ง

2.4.1.4 การใช้เสียงในสำนัก (Sound)

เสียงถือเป็นสภาพแวดล้อมอย่างหนึ่งในการสร้างบรรยากาศในการพักผ่อนและการทำงานที่ดีของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ เสียงที่ดีเกินควรย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกรำคาญของผู้ได้ยิน ดังนั้นควรหลีกเลี่ยงการเปิดเพลงหรือ โทรทัศน์ที่เสียงดังเกินควร อันก่อให้เกิดความเครียดแก่ผู้ที่ฟังเป็นเวลานานได้ นอกจากนี้ห้องที่เงียบจนเกินไปจะก่อให้เกิดความเบื่อหรืออึดอัดแก่ผู้พูดได้

เสียงแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ เสียงธรรมชาติ ซึ่งเป็นเสียงการสนทนา หรือเสียงดนตรีเบาๆ และเสียงที่ไม่ต้องการเรียกว่าเสียงรบกวน (Noise) เป็นผลกระทบสำคัญของการทำงาน

ตารางที่ 2.2 แสดงระดับความดังของเสียง

ประเภทเสียง	ระดับเสียง	ขนาด(เดซิเบล)
เสียงกระซิบ	เบามาก	10 - 20
เสียงสนทนา	เบา	20 - 40
ในสำนักงาน	ปานกลาง	40 - 60
สำนักงานที่อยู่เหิง,เสียงรถบนถนน	ดัง	60 - 80
ห้องเครื่องจักร	ดังมาก	80 - 100
มอเตอร์ไซค์และวงดนตรีร็อค	ดังที่สุด	110 - 130

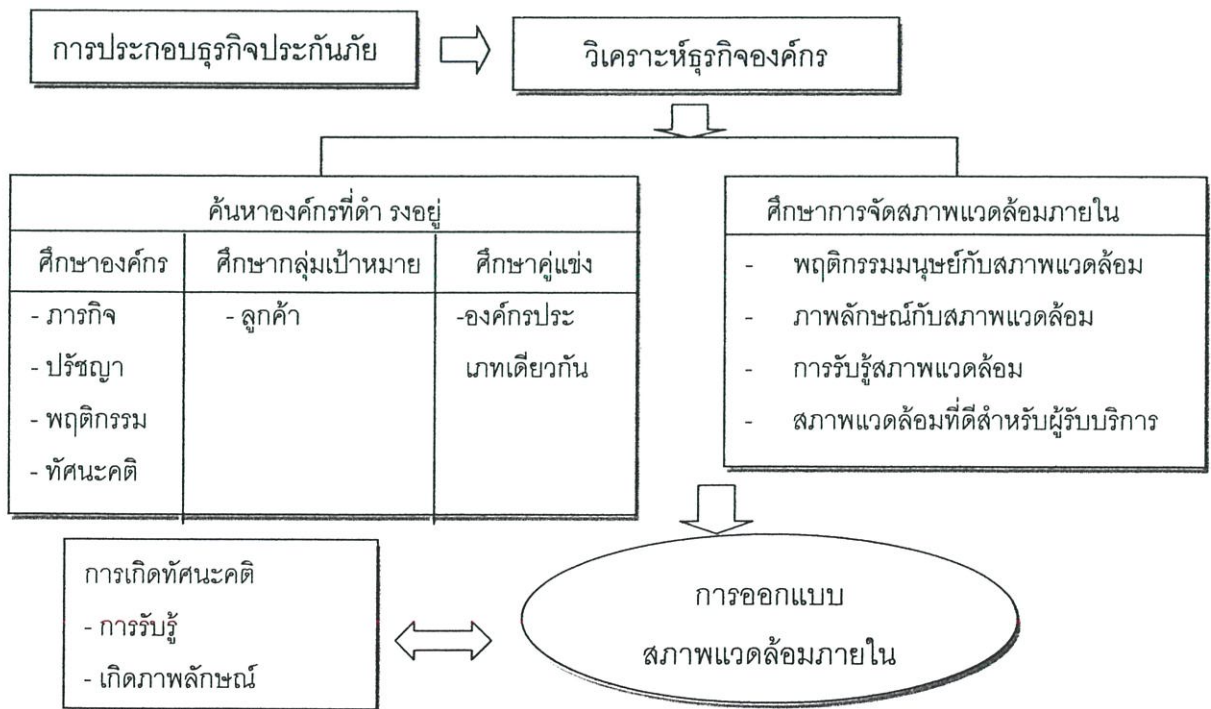
2.5 กรอบแนวคิด

ในงานวิจัยการศึกษาขององค์กรก็คือการรู้จักธุรกิจขององค์กรในหลายด้านเช่น ตัวองค์กร กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับพฤติกรรม ขนาดและความสัมพันธ์ของพื้นที่ทั้งตัวบุคคลในองค์กรและผู้รับบริการหรือลูกค้า เพื่อนำผลที่ได้มาออกแบบสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

การจัดสภาพแวดล้อมภายในองค์กรในงานวิจัยคือสำนักงานใหญ่นั้นสามารถสื่อหรือแสดงให้เห็นถึงองค์กรได้โดยการถ่ายทอดสู่องค์ประกอบต่างๆ ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์แก่บุคคล 2 กลุ่มคือผู้ให้บริการ (พนักงาน) และผู้รับบริการ (ลูกค้า) โดยให้เกิดการรับรู้ จดจำและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

ดังนั้นในการวิจัยจึงเป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยสำนักงานใหญ่ จำกัด เพื่อให้เกิดทัศนคติต่อผู้ใช้ 2 กลุ่มที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยศึกษาเพื่อออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานใหญ่ในส่วนที่เกิดการติดต่อระหว่างคน 2 กลุ่ม (Contact space) เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่สามารถแสดงถึงองค์กรเพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดความสะดวกสบายในการทำงานและผู้ใช้บริการเกิดการจดจำ รับรู้ และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรได้

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแผนภูมิเชื่อมโยงทฤษฎีได้ดังนี้



ภาพที่ 2.9 แสดงแผนภูมิเชื่อมโยงของทฤษฎี

2.5.1 ตัวแปรในงานวิจัย

จากการศึกษาทบทวนเอกสารต่างๆทำให้สามารถจำแนกตัวแปรสำหรับงานวิจัย โดยสามารถแบ่งตัวแปรได้ 3 กลุ่มดังนี้

2.5.1.1 อิสระ (Independent Variables)

ซึ่งเป็นตัวแปรที่เป็นสาเหตุหรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงแล้วทำให้ตัวแปรอื่นเปลี่ยนแปลงตามในที่นี้หมายถึงตัวแปรที่เป็นสาเหตุที่คาดว่าจะทำให้เกิดเอกลักษณ์ของสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการทำงานของสำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด ซึ่งประกอบด้วยประเภทตัวแปรดังต่อไปนี้

2.5.1.1.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจได้แก่

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- ตำแหน่งงาน
- รายได้

2.5.1.1.2 ลักษณะทางกายภาพ ได้แก่

- การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอย
- แสงสว่าง
- เสียง
- สี
- สัญลักษณ์ขององค์กร(Logo)
- ลักษณะของป้ายต่างๆในสำนักงาน (Signage)
- พื้น ผนัง เพดาน

2.5.1.1.3 ลักษณะด้านพฤติกรรม ได้แก่

- พฤติกรรมการปฏิบัติงาน
- พฤติกรรมการติดต่อกันของลูกค้า
- การใช้พื้นที่ความสัมพันธ์ในการใช้งาน
- ความสัมพันธ์ของพื้นที่ต่างๆ

2.5.1.2 ตัวแปรกลาง

ได้แก่ตัวแปรที่แสดงถึงลักษณะแนวความคิด ได้มาจากการตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งตัวแปรเหล่านี้จะนำมาสู่รูปแบบของสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานของสำนักงานใหญ่บริษัท สัมพันธ์ประกันภัย ได้แก่

- ขนาดพื้นที่ในการปฏิบัติงาน
- ขนาดพื้นที่ในการติดต่อกับลูกค้า
- ขนาดและตำแหน่งความสัมพันธ์เนื่องจากพฤติกรรมการใช้งาน
- ระดับความพึงพอใจ

2.5.1.3 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

เป็นตัวแปรที่แปรผันไปตามการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระที่กล่าวมาแล้ว หรือเป็นผลอันเนื่องมาจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ในที่นี้หมายถึงตัวแปรที่ทำให้สภาพแวดล้อมภายในมีความเหมาะสมในการทำงานของสำนักงานใหญ่บริษัท สัมพันธ์ประกันภัย จำกัด ซึ่งก็คือการรับรู้สภาพแวดล้อมภายในสำนักงานใหญ่ บริษัท สัมพันธ์ประกันภัย จำกัด ที่มีบรรยากาศที่เหมาะสมในการทำงาน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในนั้นจะส่งผลต่อการรับรู้ของบุคคลซึ่งทำให้ บุคคล จดจำภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อมนั้นได้ ภาพลักษณ์ในที่นี้คือการเกิดทัศนคติที่ดี เกิดการรับรู้ การจำ ซึ่งในงานวิจัยได้แก่ การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธ์ ประกันภัย ที่จะส่งผลต่อการเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้ใช้ทั้งพนักงานและผู้รับบริการ โดยในงานวิจัยได้มีการดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาและสำรวจข้อมูลเบื้องต้น
2. การออกแบบการวิจัย
3. ตารางวิธีการและเครื่องมือของการวิจัย
4. การประมวลนิยามศัพท์ด้านมโนทัศน์จากกรอบแห่งทฤษฎี
5. การวิเคราะห์และสรุปผล
6. การเสนอแนะแนวทางการออกแบบ

3.1 การศึกษาและสำรวจเบื้องต้น

การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นแบ่งได้เป็นข้อมูล 2 กลุ่มดังนี้

3.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม จากหนังสือ บทความ งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยเนื้อหาประกอบด้วย

1. ศึกษารูจกรการประกันภัยเพื่อทราบความเป็นมาและรายละเอียดของบริษัทประกันภัย ลักษณะการประกอบการและกิจกรรมต่างๆของบริษัท
2. ศึกษาข้อมูลด้านภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate image)
3. ข้อมูลการจัดสภาพแวดล้อมในสำนักงาน

3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาโดยการสำรวจ สังเกตการ สัมภาษณ์ และใช้แบบสอบถามในเรื่องสภาพแวดล้อมภายในองค์กรดังนี้

1. บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยจำกัด

โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานแต่ละแผนกดังนี้

1.1 ข้อมูลขององค์กร ได้แก่ ประวัติความเป็นมา การบริหาร นโยบาย และเป้าหมายในอนาคต ที่มาของสัญลักษณ์ คำขวัญองค์กร

1.2 ข้อมูลด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน

1.3 ข้อมูลทางด้านสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานใหญ่ (การออกแบบภายใน) ปัญหา ข้อดีข้อเสีย วิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง

2. ผู้ให้บริการหรือพนักงานของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

เป็นการหาข้อมูลของผู้ให้บริการหรือพนักงานของบริษัทในเรื่อง ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มผู้ให้บริการ พฤติกรรมการปฏิบัติงาน ทักษะคติต่อองค์กร การรับรู้องค์กร โดยการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างพนักงานจำนวน 144 คน ที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

3. ผู้รับบริการหรือลูกค้าของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

เป็นการหาข้อมูลของผู้รับบริการหรือลูกค้าของบริษัทในเรื่อง ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มผู้ใช้ พฤติกรรมการใช้บริการ ทักษะคติต่อองค์กร การรับรู้องค์กร โดยการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของบริษัทขณะที่มาติดต่อที่สำนักงานใหญ่และลูกค้าที่เคยมาติดต่อ จำนวน 66 คน

3.2 การออกแบบการวิจัย

3.2.1 การกำหนดตัวแปรในการวิจัย

3.2.1.1 ตัวแปรอิสระ

คือสภาพแวดล้อมภายในของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากองค์กรประเภทเดียวกัน ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปร ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมภายใน

- การแบ่งสัดส่วนพื้นที่
- การวางผังพื้นที่
- ลักษณะเฟอร์นิเจอร์
- ป้ายภายใน
- สัญลักษณ์ต่าง
- การใช้สี
- แสงสว่าง
- เสียง
- วัสดุและพื้นผิว

3.2.1.2 ตัวแปรตาม

ตัวแปรตามเกิดจากผู้ใช้อาคารรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานใหญ่ เกิดการจดจำ โดยผ่านตัวแปรอิสระ ผู้ใช้อาคารแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. ผู้ให้บริการ (ผู้บริหารและพนักงาน) แสดงได้จากการปฏิบัติการ พฤติกรรม และทัศนคติ ซึ่งส่งผลต่อความประทับใจของลูกค้า
2. ผู้รับบริการ (ลูกค้า) คนกลุ่มนี้จะเกิดภาพลักษณ์ขึ้นภายในใจ เกิดการรับรู้ ทัศนคติต่อองค์กร

3.2.2 การสร้างเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยแบ่งแบ่งได้เป็น 4 ประเภท

1. แบบสัมภาษณ์ (Interview) โดยสัมภาษณ์ทั้ง 2 แบบคือ

- สัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเป็นรูปแบบ (Pattern) ผู้สัมภาษณ์จะใช้คำถามแบบนี้เหมือนกันหมดทุกคน เพราะจะเป็นแบบที่สะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล อาจกระทำเป็นรายบุคคลหรือกลุ่มย่อย ๆ

- สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นรูปแบบ คำถามจะถามไม่เหมือนกันทุกคน อาจได้รายละเอียดไม่เท่ากัน ผู้สัมภาษณ์ต้องใช้เทคนิคและความสามารถเฉพาะตัวในการสัมภาษณ์

โดยแบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงาน

- แบบสัมภาษณ์สถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ ตำแหน่ง เพศ อายุ และพฤติกรรมการทำงาน

- แบบสัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นจากพนักงานบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด เพื่อประเมินความรู้สึก ภาพลักษณ์ ของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เป็นอยู่

- สัมภาษณ์เกี่ยวกับการสื่อความหมายของสภาพแวดล้อมหรือทัศนคติต่อองค์ประกอบ

การจัดสำนักงานที่เป็นอยู่

กลุ่มที่ 2 ลูกค้าและผู้มาติดต่อ

- แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์

- แบบสัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นของลูกค้าต่อบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด เพื่อประเมินความรู้สึก ภาพลักษณ์ ของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เป็นอยู่

- สัมภาษณ์เกี่ยวกับการสื่อความหมายของสภาพแวดล้อมหรือทัศนคติต่อ

องค์ประกอบ

การจัดสำนักงานที่เป็นอยู่

2. แบบสอบถาม (Questionnaire) ชนิดปลายเปิดและปลายปิด

- สอบถามข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเช่น เพศ อาชีพ ตำแหน่ง เป็นต้น
- เรื่องความคิดเป็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในสำนักงาน
- เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ เพื่อศึกษาว่าสภาพแวดล้อมนั้น ๆ เข้ากับพฤติกรรม

และกิจกรรมหรือไม่

3. แบบสังเกตการณ์ (Structure observation)

แบบสังเกตการณ์การใช้พื้นที่ รวมถึงพฤติกรรมในการใช้พื้นที่ของพนักงานและผู้มาติดต่อ คือ แบบสังเกตการณ์ที่เกี่ยวกับการใช้พื้นที่ของพนักงานและผู้มาติดต่อ ในสำนักงานใหญ่เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. แบบทดสอบ collage

เป็นการทดสอบเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรโดยให้กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติดังนี้

- ดูภาพที่ผู้วิจัยให้แล้วเลือกภาพติดลงบนกระดาษที่กำหนดพร้อมอธิบายความหมาย

ของภาพ

3.2.3 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานใหญ่ บริษัท สัมพันธ์ประกันภัย จำกัด เพื่อมาทำแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย

- ผู้บริหารในฝ่ายต่าง ๆ สุ่มเลือก 2 คน
- พนักงานในฝ่ายต่าง ๆ สุ่มเลือก 142 คน
- ลูกค้าและผู้ที่ใช้มาติดต่อ สุ่มเลือก 66 คน

รวมกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ 144 คน และผู้รับบริการ 66 คน กลุ่มประชากรดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ สังเกตการณ์ และสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลตามที่ต้องการศึกษา

3.3 ตารางวิธีการและเครื่องมือของการวิจัย

ตารางที่ 3.1 แสดงวิธีการค้นหาข้อมูลเพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

	คุณลักษณะสังคมและเศรษฐกิจ						ลักษณะทางกายภาพ							ลักษณะพฤติกรรม		
	เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้	ตำแหน่งงาน	ระดับการศึกษา	การจัดพื้นที่	ป้าย (signage)	ผนัง	พ.ต.น	สภาพแวดล้อม	แสงสว่าง	เสียง	พฤติกรรม		การใช้พื้นที่
														การทำงาน	มาติดต่อ	
การค้นคว้าวรรณกรรม(Literature research)							○	○	○	○	○	○	○			
การสังเกตการณ์(Observation)							○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
การสัมภาษณ์(interview)														○	○	○
แบบสอบถาม(Questionnaire)	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○				
บันทึกภาพ วาดภาพ (Sketch, Plot)							○	○	○	○						
การสำรวจ (Field Survey)							○	○	○	○	○	○	○	○	○	

3.4 การประมวลนิยามศัพท์ด้านมโนทัศน์จากกรอบแห่งทฤษฎี (Conceptual Definitions) และการแปลงนิยามศัพท์ด้านมโนทัศน์ให้เป็นนิยามศัพท์ด้านปฏิบัติการ (Operation Definitions)

ตารางที่ 3.2 แสดงการการประมวลนิยามศัพท์ด้านมโนทัศน์ และด้านปฏิบัติการ

ตัวแปรตาม	ตัวแปรกลาง	ตัวแปรปฏิบัติการ	ตัวแปรอิสระ
การรับรู้สภาพแวดล้อมภายในสำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยจำกัดที่มีเอกลักษณ์และบรรยากาศที่เหมาะสมในการทำงาน แบ่งเป็น	- ขนาดและตำแหน่งของความสัมพันธ์เนื่องจากพฤติกรรมการทำงาน	- ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ	- เพศ - อายุ - ระดับการศึกษา - อาชีพ - รายได้ - ตำแหน่ง
-คุณสมบัติเชิงภาพ -คุณสมบัติเชิงความรู้สึก	-ระดับความพึงพอใจในการทำงาน - การแก้ปัญหา	ลักษณะทางกายภาพ	- การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอย - แสงสว่าง - เสียง - วัสดุ -สัญลักษณ์ขององค์กร (Logo) - ลักษณะของป้ายต่าง ๆ ในสำนักงาน (Signage) - พื้น,ผนัง,เพดาน

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวแปรตาม	ตัวแปรกลาง	ตัวแปรปฏิบัติการ	ตัวแปรอิสระ
	<ul style="list-style-type: none"> - ขนาดพื้นที่ในการปฏิบัติงาน - ขนาดพื้นที่ในการติดต่อของลูกค้า - ขนาดและตำแหน่งความสัมพันธ์เนื่องมาจากพฤติกรรมการใช้งาน - ระดับความพึงพอใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะทางพฤติกรรม 	<ul style="list-style-type: none"> - พฤติกรรมการปฏิบัติงาน - พฤติกรรมการติดต่องานของลูกค้ำ - การใช้พื้นที่และความสัมพันธ์ในการใช้งาน - ความสัมพันธ์ของพื้นที่ต่าง ๆ

3.5 การวิเคราะห์และสรุปผล

1. การวิเคราะห์เชิงสำรวจ โดยการศึกษาจากเอกสาร จากการสัมภาษณ์ การสังเกตและนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ โดยอาศัยหลักการแนวคิดและทฤษฎีทางการศึกษามาสนับสนุนให้มากที่สุด

2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติอย่างง่ายโดยการหาค่าทางสถิติและนำเสนอเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละซึ่งข้อมูลทางสถิติประกอบด้วย

2.1 ข้อมูลอธิบายลักษณะกลุ่มประชากรตัวอย่าง

2.2 ข้อมูลทางด้านของสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด ซึ่งเป็นเรื่องของการรับรู้ ความพึงพอใจ

3. วิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพลักษณะซึ่งได้จากวิธีการปะติดภาพ collage

จากข้อมูลทั้ง 3 ส่วนที่ได้ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้าของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยสำนักงานใหญ่

3.6 การเสนอแนะแนวทางการออกแบบ

จากการวิเคราะห์เพื่อนำผลที่ได้มาออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้าของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด องค์ประกอบหลักในการออกแบบคือสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานใหญ่ในส่วนที่มีการติดต่อกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (Contact space) และองค์ประกอบอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเพื่อส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร และในพื้นที่ดังกล่าวต้องตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้ให้บริการและผู้รับบริการด้วย

บทที่ 4

การศึกษารายละเอียดประกอบโครงการ

จากการทบทวนวรรณกรรมและวิธีการดำเนินการวิจัยพบว่าวิธีการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในขององค์กรนั้นจะสืบเนื่องมาจากการศึกษาตัวองค์กรและสภาพแวดล้อมภายในซึ่งทั้ง 2 ข้อดังกล่าวนี้ได้แก่ ตัวองค์กร ผู้ใช้องค์กร ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายและศึกษารณียเปรียบเทียบองค์กรประเภทเดียวกัน ซึ่งแยกเป็นหัวข้อที่ศึกษาดังนี้

- 1.ศึกษาบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด สำนักงานใหญ่
- 2.พฤติกรรมของพนักงานและลูกค้า
- 3.บริษัทประกันภัยอื่นๆ

4.1 บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

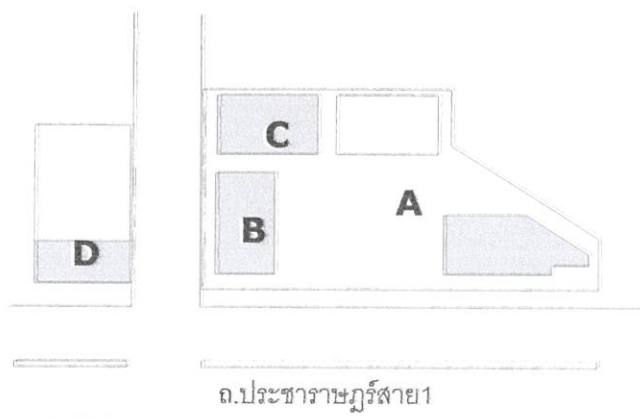
4.1.1 รายละเอียดทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ

4.1.1.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทประกันภัยชั้นนำของประเทศ ก่อตั้งเมื่อปี 2535 บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด เป็นบริษัทประกันภัยประเภทรถยนต์ ทรัพย์สินและประกันความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก โดยเข้ามาดำเนินกิจการแทนบริษัทพัฒนาประกันภัย จำกัด

ชื่อบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด มีที่มา มาจากการรวมตัวกันของกลุ่มเพื่อน จัดตั้งเป็นบริษัทประกันภัยที่มีความสัมพันธ์อันดีกันภายในองค์กรและลูกค้า โดยมีศูนย์บริการหรือสาขาย่อยมากมายถึง 150 แห่ง มีทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาท เบี้ยประกันภัยกว่า 1,500 ล้านบาท ศูนย์บริการมากกว่า 150 แห่ง ทั่วประเทศ และมีโครงการจะก้าวเข้าสู่การเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่อันดับ 5 ของธุรกิจประกันภัย ในอนาคตอันใกล้นี้

สถานที่ตั้ง สำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยจำกัด ตั้งอยู่ที่ 1518/5 ถ. ประชาราษฎร์สาย 1 แขวง.บางซื่อ กทม.10800 สภาพอาคารอยู่บริเวณพื้นที่เดียวกัน 3 อาคาร ประกอบด้วยอาคาร 8 ชั้น 1 อาคาร อาคาร 5 ชั้น 1 อาคาร อาคาร 3 ชั้น 1 อาคารและอาคารตรงข้ามถนน 1 อาคาร รวมทั้งสิ้น 4 อาคาร



ภาพที่ 4.1 แผนผังบริเวณสำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธประกันภัย จำกัด



ภาพที่ 4.2 บรรยากาศบริเวณภายนอกสำนักงาน

นโยบายคุณภาพ

บริษัทสัมพันธประกันภัย จำกัด มีความมุ่งมั่น ในงานด้านบริการ เพื่อผลิตบุคลากร และเจ้าหน้าที่ ในงานด้านบริการลูกค้า ที่มีความรู้ ความสามารถ ตามด้วยคุณธรรมพร้อมที่จะรับใช้ลูกค้า

ปรัชญาของบริษัท

"ศรัทธาต่อสถาบัน ชยันในหน้าที่ มีไมตรีต่อทุกคน อดทนและซื่อสัตย์ ประหยัดและมีเหตุผล"

สโลแกน "สัมพันธประกันภัยมีรถใช้ระหว่างซ่อม"

สัญลักษณ์(Logo) ของบริษัท

ความหมายแบบไทย คือการรวมกันของตัวอักษรไทย 2 ตัวคือ ม+ช โดย ม หมายถึงม้าที่วิ่งอยู่ข้างหน้า และมี ช หมายถึงช้างคอยดันม้าอยู่ข้างหลัง และมีการลงอักขระว่า "นโมพุทธายะ"

ความหมายแบบสากล คือแปลงมาจากเครื่องหมาย (Infinity) ซึ่งหมายถึง ความเจริญยิ่งขึ้น โดยไม่มีที่สิ้นสุด

ความหมายแฝงคือ มีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า



ภาพที่ 4.3 แสดงสัญลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย

สีประจำสัญลักษณ์ มี 2 สี คือ สีเขียวและสีเหลือง

- สีเขียวหมายถึงความอุดมสมบูรณ์
 - สีเหลืองหมายถึงคุณธรรมและศาสนาพุทธ
- โดยทั้งสองสีรวมกันมีความหมายว่าเต็มไปด้วยคุณธรรม
เป้าหมายและความมุ่งหวังของบริษัท
- เน้นด้านการบริการลูกค้า เช่น ให้รถใช้ระหว่างซ่อม
 - เพิ่มระบบเทคโนโลยี Online

4.1.1.2 ลักษณะการประกอบการ

การบริการการประกันภัยของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด สามารถแยกประเภทได้ดังนี้
ประกันภัยรถยนต์

ประกัน พ.ร.บ ภาคบังคับ

ประเภท 1, 2, 3 ภาคสมัครใจ



ภาพที่ 4.4 แสดงโบว์ชัวร์ประกันภัยรถยนต์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย

ประกันภัยที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สิน

กรมธรรม์ประกันอัคคีภัย (Fire insurance policy)

กรมธรรม์ประกันอัคคีภัยสำหรับที่อยู่อาศัย (Resident fire insurance policy)

กรมธรรม์ประกันภัยสำหรับที่อยู่อาศัย (Home owner insurance policy)

กรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงทุกชนิด (All risk insurance policy)

กรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงทุกชนิดสำหรับอุตสาหกรรม (Industrial all risk

insurance policy)

กรมธรรม์ประกันภัยสิทธิการเช่า (Leasehold insurance policy)

กรมธรรม์ประกันภัยป้ายโฆษณาสินค้า (Heon sign insurance policy)

กรมธรรม์ประกันภัยเครื่องจักรอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic equipmer insurance

policy)



ภาพที่ 4.5 แสดงโบว์ชัวร์ประกันอัคคีภัยและประกันภัยบ้านที่อยู่อาศัย

ประกันความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก (Liability insurance policy)

กรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก (Public liability insurance policy)

กรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดชอบต่อประกอบการขนส่ง (Carrier liability insurance

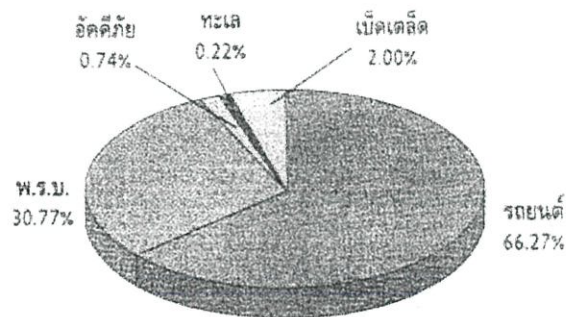
policy)

กรมธรรม์ประกันภัยผู้เล่นกอล์ฟ (Golfers insurance policy)

จากประเภทการประกอบการทั้งหมดของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด พบว่าประเภทการประกันภัยรถยนต์นั้นมียอดขายสูงสุดซึ่งแสดงไว้ในภาพ

ประเภท	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	รวม
รถยนต์ภาคสมัครใจ	353.47	325.85	330.30	367.17	1,376.86
รถยนต์ภาคบังคับ	122.85	186.33	110.17	220.11	639.46
อสังหาริมทรัพย์	3.57	4.36	4.50	2.85	15.27
ประกันภัยทะเล&ขนส่ง	0.81	1.14	1.68	0.93	4.55
ประกันภัยเบ็ดเตล็ด	7.32	18.30	9.83	6.13	41.57
รวม	488.02	535.98	456.48	597.19	2,077.71

ภาพที่ 4.6 แสดงยอดเบี้ยประกันภัยรับของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยจำกัด พ.ศ. 2544

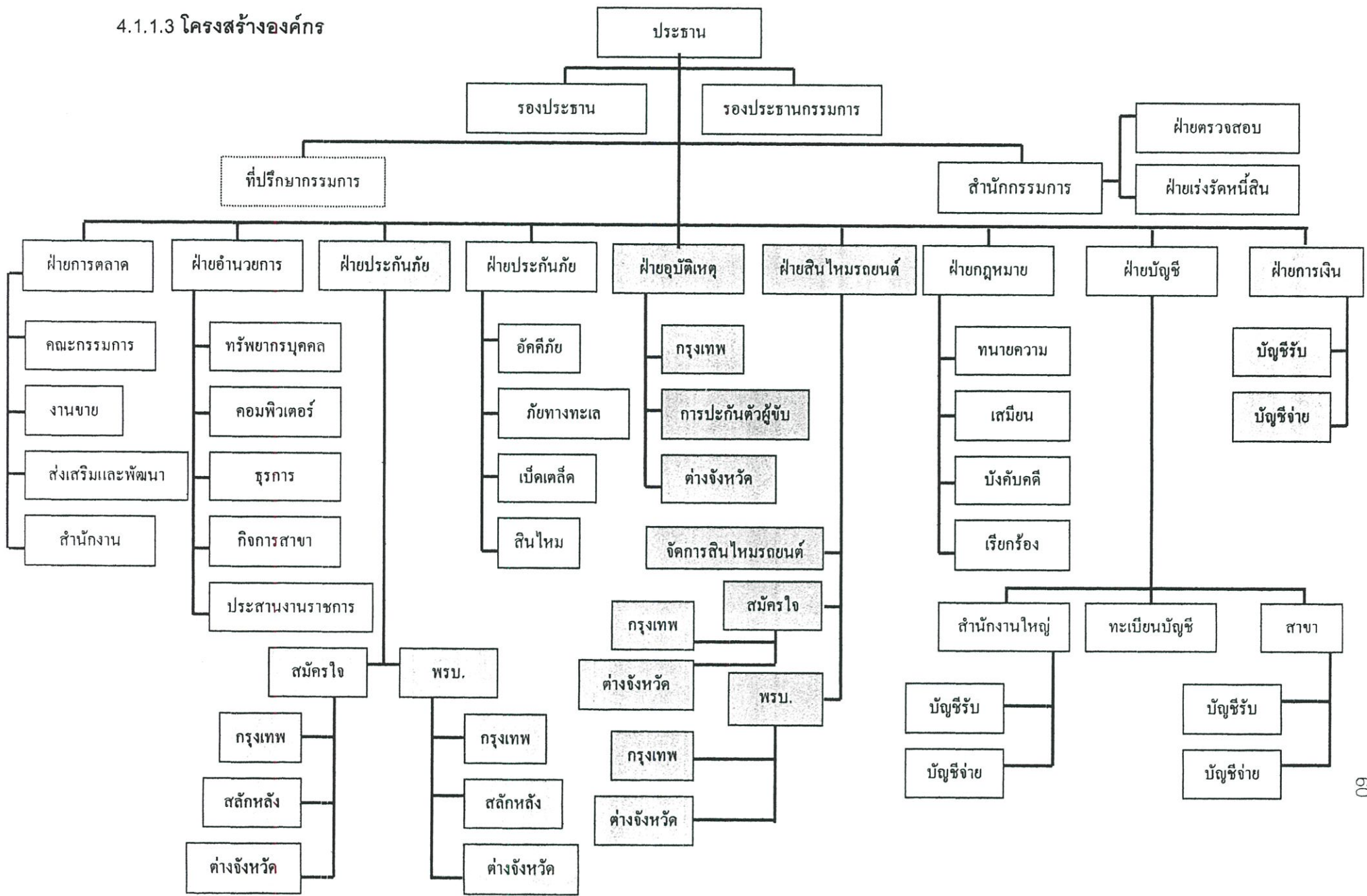


ภาพที่ 4.7 แสดงเปอร์เซ็นต์ยอดเบี้ยประกันภัยรับของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด พ.ศ.

2544 อ้างอิง:เอกสารบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด ฉบับที่ 5 มกราคม-มีนาคม

2545 หน้า 2

4.1.1.3 โครงสร้างองค์กร



บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยมีการบริหารองค์กรแยกเป็น 9 ฝ่าย ซึ่งประกอบด้วย

1. ฝ่ายการตลาด
2. ฝ่ายอำนวยการ
3. ฝ่ายประกันภัยรถยนต์
4. ฝ่ายประกันภัย NON-MORTOR
5. ฝ่ายอุบัติเหตุ
6. ฝ่ายสินไหมรถยนต์
7. ฝ่ายกฎหมาย
8. ฝ่ายบัญชี
9. ฝ่ายการเงิน

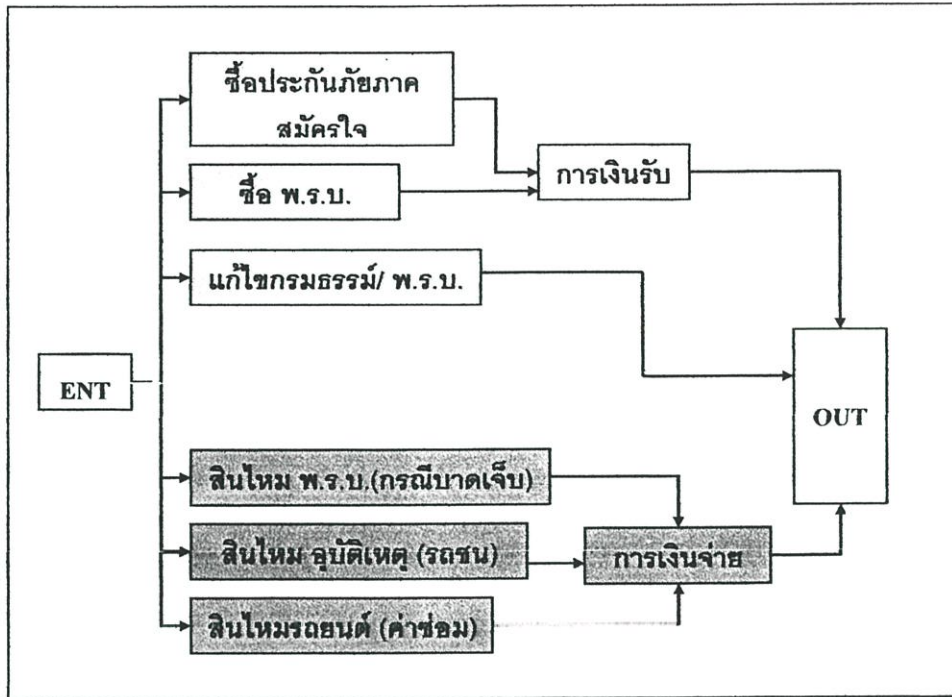
การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะฝ่ายที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ณ สำนักงานใหญ่ขององค์กร ซึ่งได้แก่ฝ่ายต่างๆดังนี้

1. ฝ่ายประกันภัยรถยนต์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือรถยนต์ภาคสมัครใจและภาคบังคับ (พรบ.)
2. ฝ่ายอุบัติเหตุ
3. ฝ่ายสินไหมรถยนต์
4. ฝ่ายการเงิน แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือการเงินรับและการเงินจ่าย

เนื่องจาก 5 ฝ่ายที่ไม่ได้ศึกษานั้นเป็นการทำงานด้านกิจการภายใน ซึ่งโดยหลักนั้นลูกค้าที่เข้ามาติดต่อกับบริษัทจะมี 2 กรณีคือ 1.ลูกค้ามาติดต่อทำประกันภัยรถยนต์ทั้งภาคสมัครใจและภาคบังคับ 2.ลูกค้าเกิดเหตุแล้วเข้ามาติดต่อกับฝ่ายอุบัติเหตุและฝ่ายสินไหม ส่วนฝ่ายการเงินนั้นเป็นจุดที่จ่ายเงินและรับเงินของลูกค้าทั้ง2กรณี

ตารางที่ 4.1 แสดงฝ่ายงานที่บริการลูกค้าโดยตรง

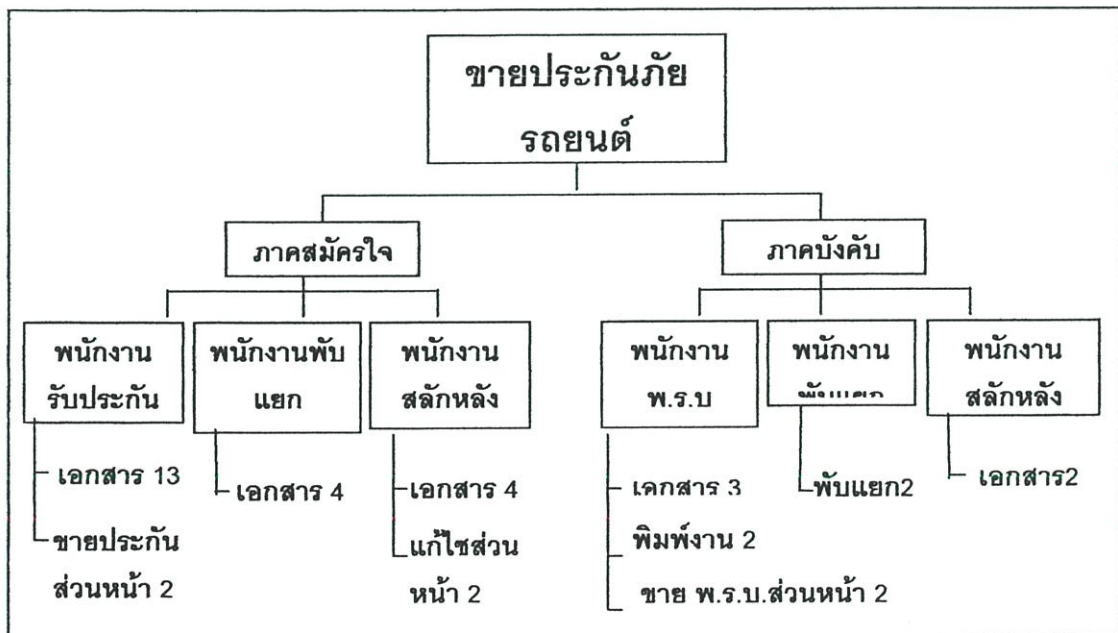
งานขายประกันภัยรถยนต์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ 2. ประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พรบ.) 3. ฝ่ายการเงินรับ
งานสินไหม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ฝ่ายสินไหม พรบ. 2. ฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุ 3. ฝ่ายสินไหมรถยนต์ 4. ฝ่ายการเงินจ่าย



ภาพที่ 4.8 แสดงการติดต่อของลูกค้า ณ ปัจจุบันของส่วนติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

4.1.2 ศึกษาเฉพาะฝ่ายที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

การศึกษาเฉพาะฝ่ายที่เกี่ยวข้องดังกล่าว เพื่อทราบถึงลักษณะของงาน รวมทั้งพฤติกรรม และขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานและผู้มาติดต่อ โดยแยกเป็นหัวข้อต่อไป



ภาพที่ 4.9 แสดงองค์กรฝ่ายงานขายประกันภัยรถยนต์

4.1.2.1 ฝ่ายประกันภัยรถยนต์

ฝ่ายประกันภัยรถยนต์ของบริษัทมีการแยกประเภทประกันภัยเป็น 2 ประเภท คือ
ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจและกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พรบ.)

4.1.2.1.1 ฝ่ายประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

หน้าที่ 1. ทำการจัดจำหน่ายกรมธรรม์โดยจำหน่ายผ่านตัวแทนและจำหน่ายโดยตรงกับ
ลูกค้า ณ สำนักงานใหญ่และสาขา

2. กำหนดระบบข้อมูลของผู้เอาประกัน

3. คำนวณอัตราเบี้ยประกันภัยและออกกรมธรรม์

ภายในฝ่ายรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจแยกเป็น 3 ส่วนงาน คือ

- ส่วนงานรับประกันภัย มีหน้าที่รับประกันภัยรถยนต์, แท็กซี่ แก่ลูกค้าทั้ง 3 ทาง คือทาง
โทรศัพท์, ทางตัวแทน และลูกค้าเข้ามาซื้อกรมธรรม์โดยตรง
- ส่วนงานพิชิตกรมธรรม์ มีหน้าที่ตรงเช็คและพิชิตกรมธรรม์พร้อมนำกรมธรรม์ส่ง
ลูกค้า
- ส่วนงานสลักหลัง มีหน้าที่ รับแก้ไขกรมธรรม์ที่ผิดพลาดทางด้านตัวอักษร

ประเภทของลูกค้าที่ติดต่อกับฝ่ายงาน

- บุคคลทั่วไปที่มาติดต่อซื้อกรมธรรม์มีทั้งลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่าที่มาต่อประกัน
- รถแท็กซี่ มี 2 กลุ่มคือตัวแทนบริษัทแท็กซี่และแท็กซี่ส่วนบุคคล

จำนวนลูกค้าที่มาติดต่อกับฝ่ายรับประกันภัยโดยตรง

ทำการสังเกตการณ์และดูจากสถิติของจำนวนลูกค้า จำนวน 5 วัน คือ วันที่ 6, 7, 8, 9, 12
เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2546

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

วันที่	จำนวนลูกค้าทำ ประกันรถยนต์	จำนวนลูกค้าทำ ประกันรถแท็กซี่	รวมจำนวนลูกค้าต่อ วัน
6 พ.ค. 2546	3	10	13
7 พ.ค. 2546	4	11	15
8 พ.ค. 2546	4	8	12
9 พ.ค. 2546	1	9	10
12 พ.ค. 2546	2	9	10
รวม 5 วัน	14	47	63

รวม 5 วัน มีลูกค้า มาติดต่อ 63 คน

ดังนั้นเฉลี่ย 1 วัน ลูกค้ามาติดต่อ 63/5 12.6 หรือประมาณ 13 คน ต่อวัน

ลูกค้าส่วนใหญ่มาติดต่อในช่วงเวลา 8.30-12.00 นาฬิกา โดยจากสถิติลูกค้ามาติดต่อพร้อมๆกัน ภายใน 20 นาที จำนวน 4 คน และ ลูกค้า 1 คนใช้เวลาติดต่อทั้งกระบวนการรวมเวลา ประมาณ 30 นาที โดยติดต่อพนักงานสินไหมส่วนหน้าใช้เวลา 15 นาที

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อแก้ไขกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

วันที่	จำนวนลูกค้าทำประกันรถยนต์
6 พ.ค. 2546	9
7 พ.ค. 2546	6
8 พ.ค. 2546	2
9 พ.ค. 2546	6
12 พ.ค. 2546	4
รวม 5 วัน	27

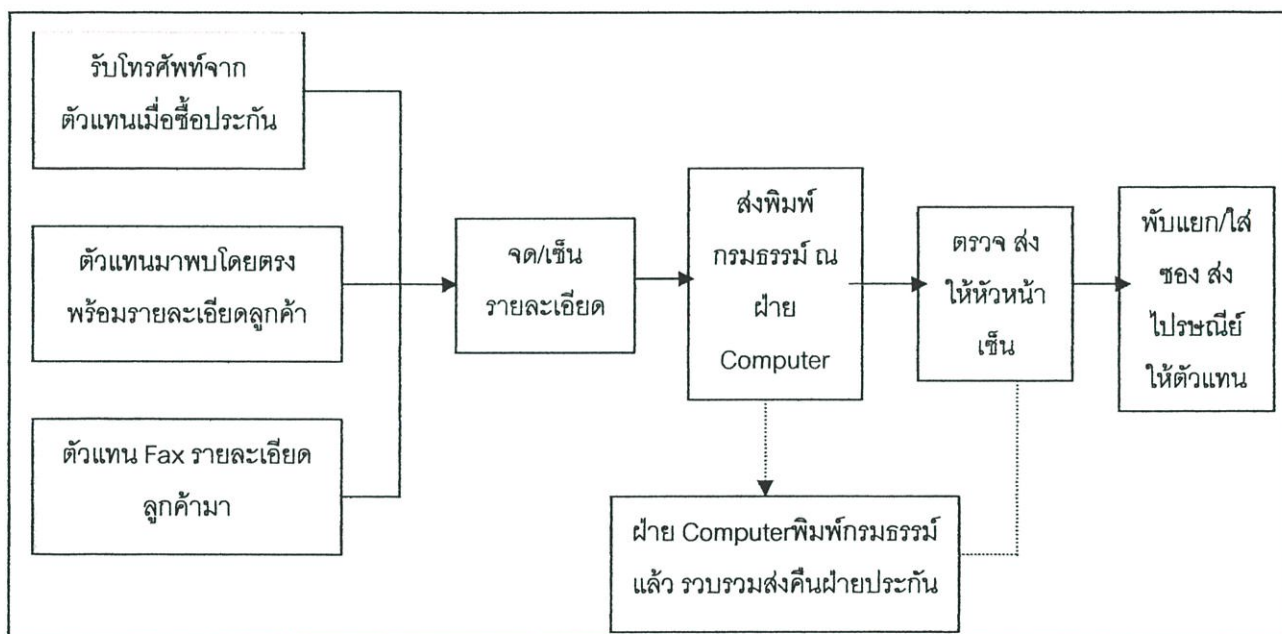
รวม 5 วัน มีลูกค้า มาติดต่อ 27 คน ดังนั้นเฉลี่ย 1 วัน ลูกค้ามาติดต่อ 27/5 5.4 หรือประมาณ 6 คน ต่อวัน ลูกค้าส่วนใหญ่มาติดต่อในช่วงเวลา 14.30-17.00 นาฬิกา โดยจากสถิติลูกค้ามาติดต่อพร้อมๆกันภายใน 20 นาที และ ลูกค้า 1 คนใช้เวลาติดต่อ ประมาณ 15 นาที

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อซื้อกรมธรรม์และแก้ไขกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

หน่วยงาน	ช่วงวันที่ลูกค้ามาติดต่อ	เวลาที่มาติดต่อ	ใช้เวลาติดต่อต่อ 1คน	พนักงานบริการ โดยตรง	ลูกค้า 1case พาคนมาด้วย จำนวน
ซื้อ/ขายภาคสมัครใจ	6, 7, 8,9,12 พค. เฉลี่ย 1วัน=13คน โดยมาพร้อมๆกันประมาณ 4 คน	8.30-12.00	20นาที	2คน	ลูกค้า 1คน มาเป็นเพื่อน 1 คน
แก้ไขภาคสมัครใจ	6, 7, 8,9,12 พค. เฉลี่ย 1วัน=6คน โดยมาพร้อมๆกันประมาณ 2 คน	14.30-17.00	15นาที	2คน (ทำหน้าที่อื่นด้วย)	-

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานรับประกัน

1. รับลูกค้าทาง ตัวแทนจดยละเอียดค่าธรรมเนียมและตกลงราคา
2. ส่งพิมพ์ค่าธรรมเนียมที่แผนก Computer โดยให้ลูกค้านั่งรอ นำค่าธรรมเนียมที่พิมพ์มาตรวจและเซ็นกำกับ
3. ส่งค่าธรรมเนียมที่ตรวจเช็คเรียบร้อยให้ฝ่ายการเงินรับและให้ลูกค้าไปรับค่าธรรมเนียมและจ่ายเงินที่ฝ่ายการเงิน
4. ฝ่ายการเงินรับ รับค่าธรรมเนียมจากฝ่ายรับประกันพร้อมส่งค่าธรรมเนียมให้ลูกค้า



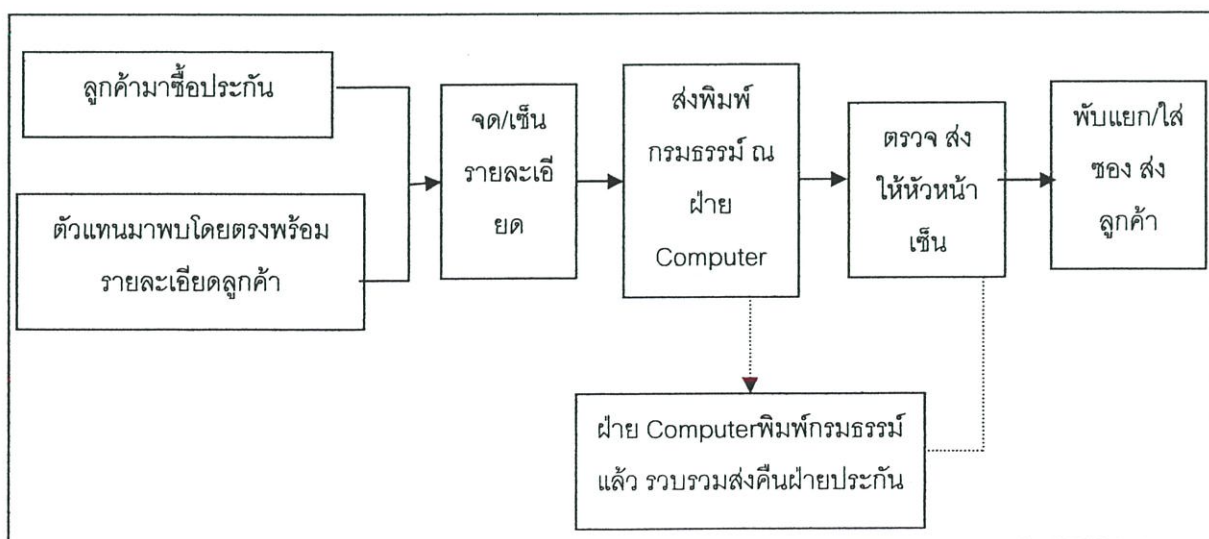
ภาพที่ 4.10 สรุปพฤติกรรมกรปฏิบัติงานของพนักงานรับประกันภัยภาคสมัครใจ



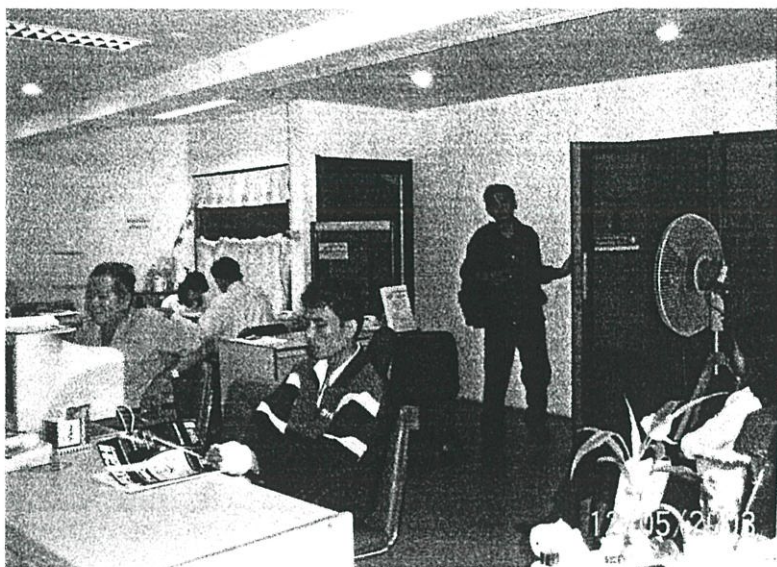
ภาพที่ 4.11 ภาพแสดงการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับกันภัยภาคสมัครใจ ที่รับงานทางโทรศัพท์ โทรสาร และตัวแทน

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับกันภัยส่วนหน้า

1. รับลูกค้าโดยตรง ณ สำนักงานใหญ่ จดรายละเอียดค่าธรรมเนียมและตกลงราคา
2. ส่งพิมพ์กรรมธรรม์ที่แผนก Computer โดยให้ลูกค้านั่งรอ นำกรรมธรรม์ที่พิมพ์มาตรวจและเซ็น
3. ส่งกรรมธรรม์ที่ตรวจเช็คเรียบร้อยให้ฝ่ายการเงินรับและให้ลูกค้าไปรับกรรมธรรม์และจ่ายเงินที่ฝ่ายการเงิน
4. ฝ่ายการเงินรับ รับกรรมธรรม์จากฝ่ายต้อนรับพร้อมส่งกรรมธรรม์ให้ลูกค้า



ภาพที่ 4.12 สรุปพฤติกรรมกรปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับกันภัยภาคสมัครใจส่วนหน้า



ภาพที่ 4.13 ภาพบริเวณทางเข้าฝ่ายต้อนรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ



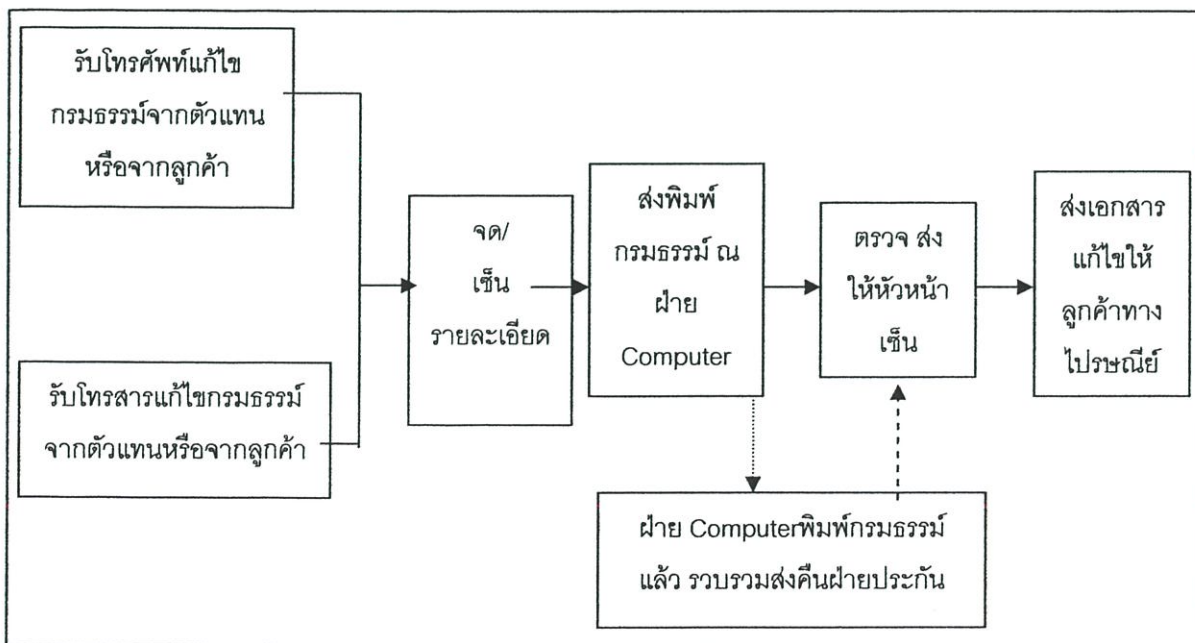
ภาพที่ 4.14 ภาพการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับประกันส่วนหน้า



ภาพที่ 4.15 ภาพบรรยากาศภายในส่วนขายประกัน ลูกค้ากำลังนั่งรอคิวซื้อประกันภัยจากพนักงาน

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานสลักหลังแก้ไขกรรมธรรม์

- 1.รับลูกค้าแก้ไขกรรมธรรม์ ทางโทรศัพท์ และ โทรสาร จดละเอียดที่แก้ไข
- 2.ส่งพิมพ์กรรมธรรม์ที่แผนก Computer นำกรรมธรรม์ที่พิมพ์มาตรวจและเซ็น
- 3.ส่งกรรมธรรม์ที่ตรวจเช็คเรียบร้อยแล้วให้ลูกค้าหรือตัวแทนทาง ไปรษณีย์



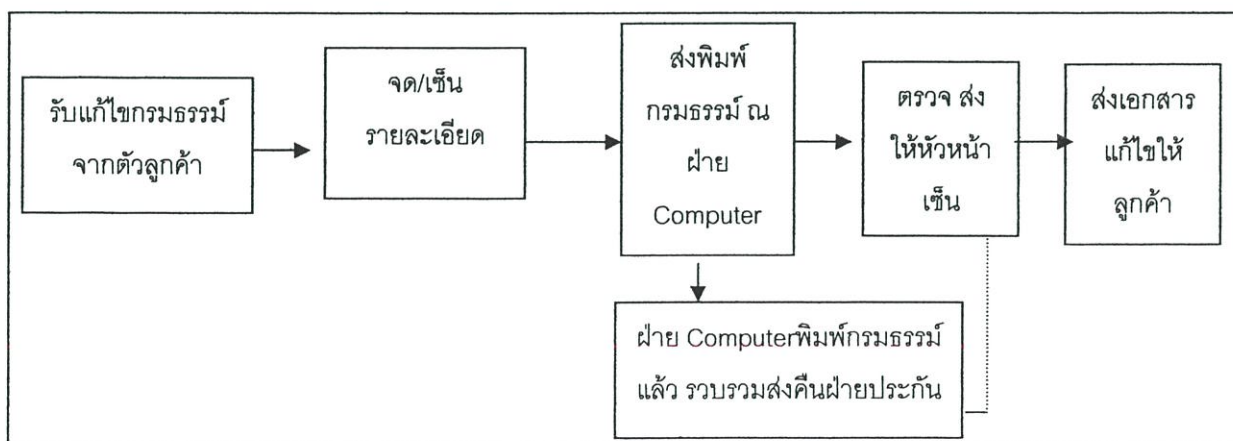
ภาพที่ 4.16 สรุปพฤติกรรมกรปฏิบัติงานของพนักงานแก้ไขกรรมธรรม์ภาคสมัครใจ



ภาพที่4.17 บริเวณปฏิบัติงานของส่วนงานสลักหลัง ด้านหน้าเป็นพนักงานแก้ไขกรรมธรรม์ส่วนหน้า ส่วนบริเวณด้านหลังเป็นพนักงานแก้ไขทางโทรศัพท์และโทรสาร

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานสลักหลังแก้ไขกรรมธรรม์ส่วนหน้า

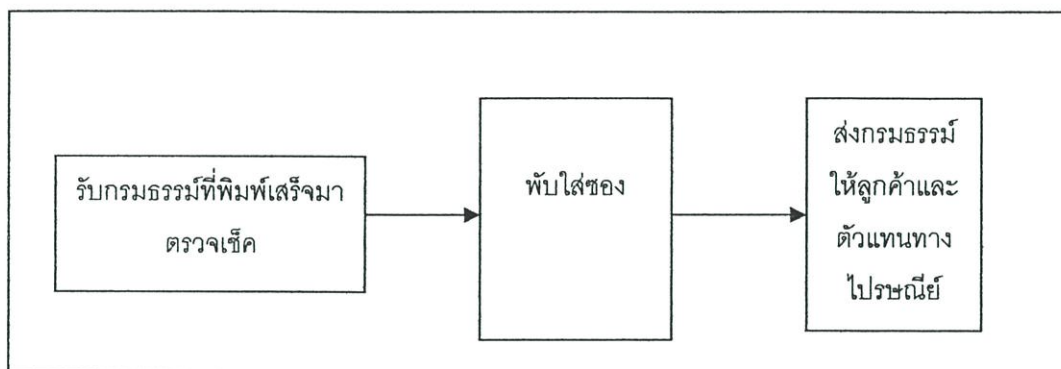
- 1.รับลูกค้าแก้ไขกรรมธรรม์ โดยตรง ณ สำนักงานใหญ่ จดละเอียดที่แก้ไข
- 2.ส่งพิมพ์กรรมธรรม์ที่แผนก Computer และให้ลูกค้านั่งรอ พร้อมทั้งนำกรรมธรรม์ที่พิมพ์แก้ไขมาตรวจและเซ็น
- 3.ส่งเอกสารที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วให้ลูกค้า



ภาพที่4.18 สรุปพฤติกรรมกรปฏิบัติงานของพนักงานแก้ไขกรรมธรรม์ส่วนหน้า

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานพับแยกกรรมธรรม์

1. รับกรรมธรรม์ มาตรวจเช็ค
2. ดำเนินการพับใส่ซองเพื่อนำส่งลูกค้า และตัวแทนทางไปรษณีย์



ภาพที่ 4.19 สรุปพฤติกรรมกรปฏิบัติงานของพนักงานพับแยก

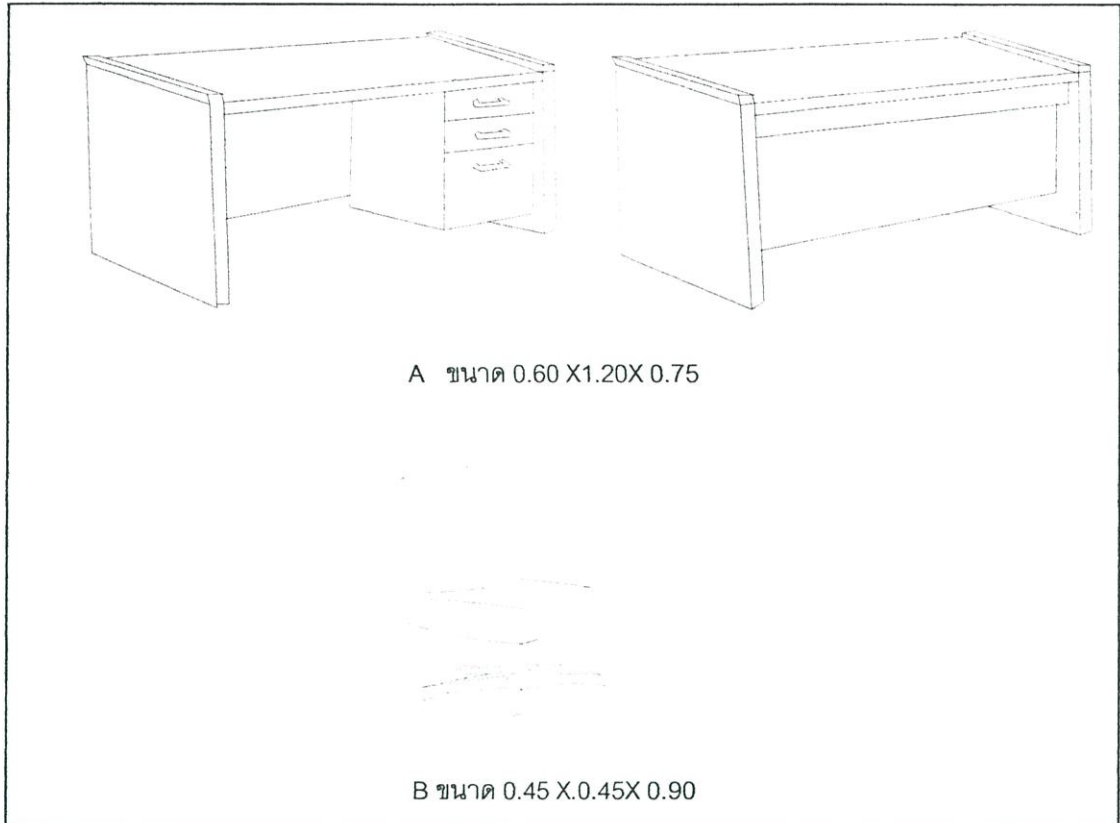


ภาพที่ 4.20 บริเวณส่วนปฏิบัติงานของพนักงานพับแยกกรรมธรรม์

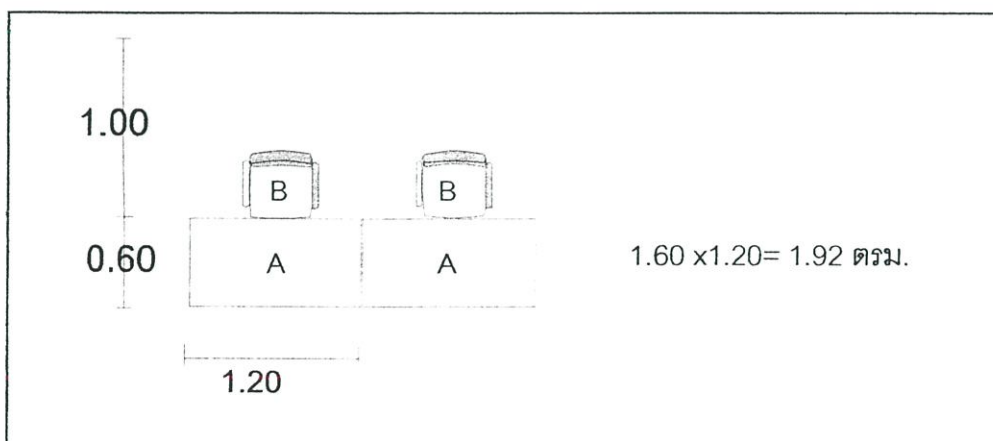
อุปกรณ์ประกอบพฤติกรรมและพื้นที่การใช้งานในปัจจุบัน

1. ส่วนงานขายประกันภัยหน้าเคาน์เตอร์

เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน

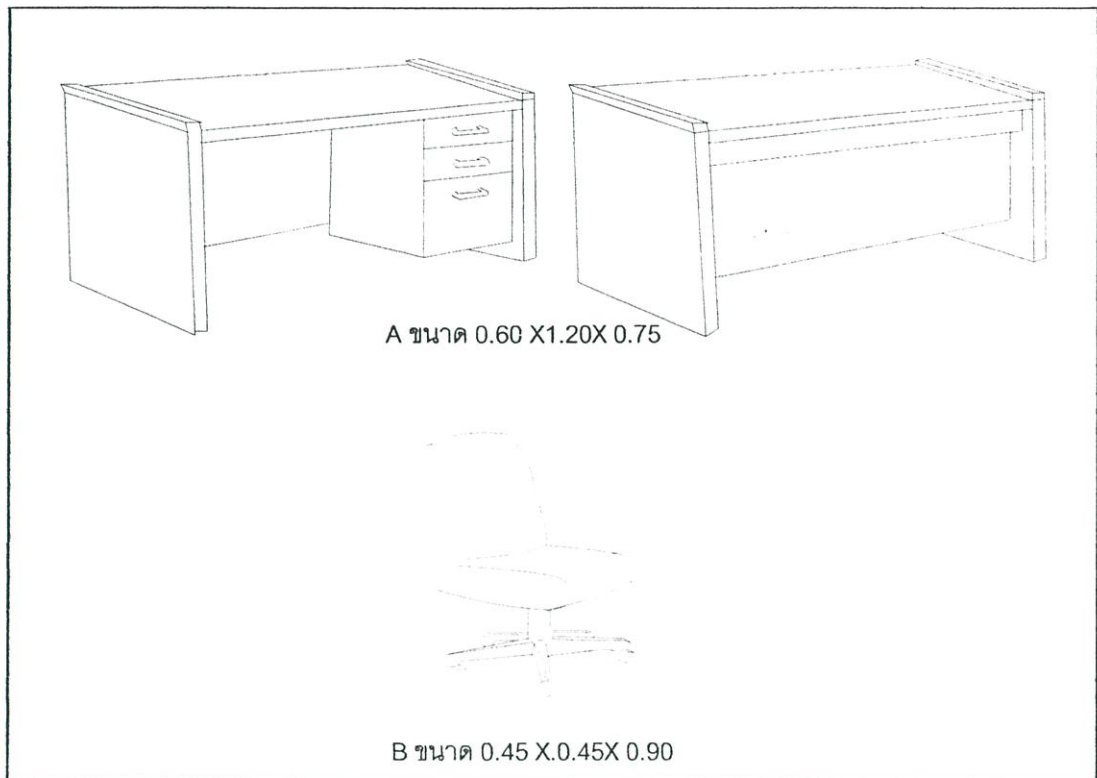


ภาพที่ 4.21 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานส่วนงานขายประกันภัยหน้าเคาน์เตอร์

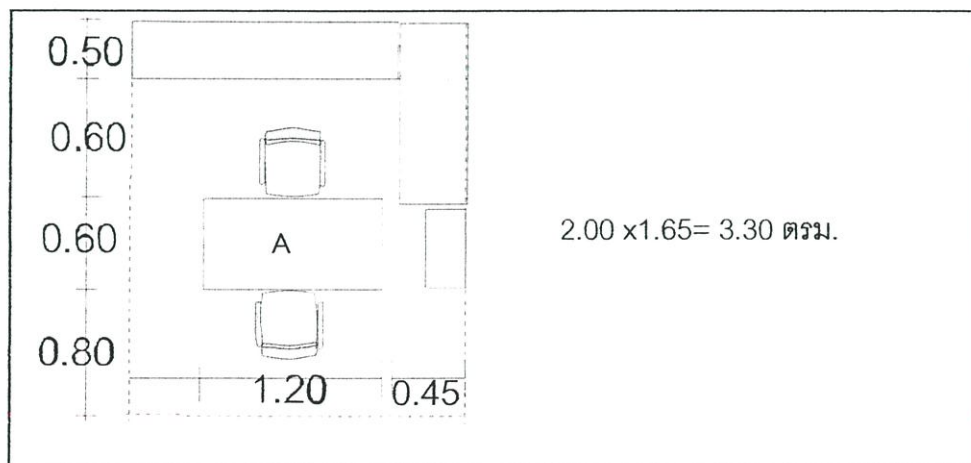


ภาพที่ 4.22 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนขายประกันภัยหน้าเคาน์เตอร์

2. หัวหน้ารับประกันภัยภาคสมัครใจ
เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน



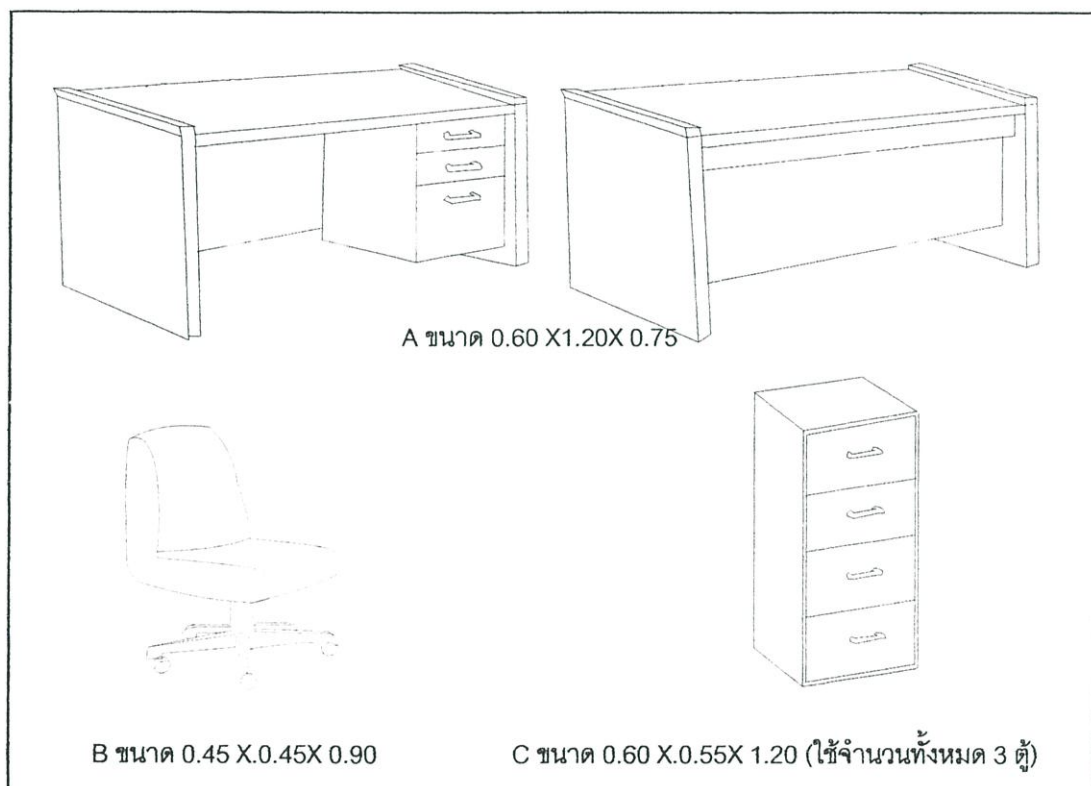
ภาพที่ 4.23 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานหัวหน้ารับประกันภัยภาคสมัครใจ



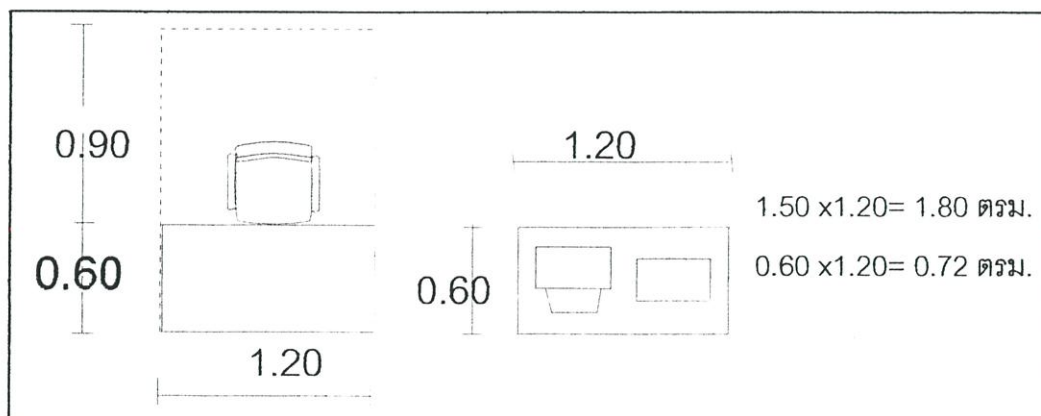
ภาพที่ 4.24 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของหัวหน้ารับประกันภัยภาคสมัครใจ

ข้อสังเกตการณ์ขนาดโต๊ะทำงานหัวหน้ามีขนาดเท่ากับพนักงานทั่วไปจึงทำให้ไม่สามารถแยกสถานะได้ประกอบกับที่โต๊ะไม่มีป้ายบอกตำแหน่ง และโต๊ะมีขนาดเล็กไปไม่เพียงพอกับเอกสารมากมายที่หัวหน้าต้องดำเนินการพิจารณา

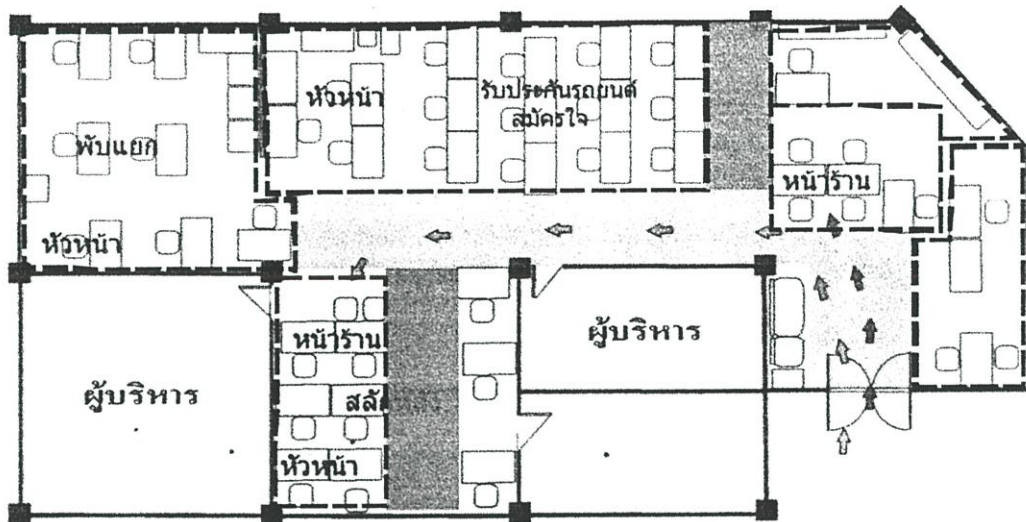
3. พนักงานพับแยกประกันภัยภาคสมัครใจ
เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน



ภาพที่ 4.25 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานพับแยกประกันภัยภาคสมัครใจ



ภาพที่ 4.26 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของพับแยกประกันภัยภาคสมัครใจ



ภาพที่ 4.27 แสดงแผนผังของฝ่ายรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

พื้นที่ส่วนพักแยกกรรมกรรมประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A จำนวน 7 ตัว โต๊ะวาง Fax และพรีนเตอร์ จำนวน 3 ตัว ตู้เอกสาร B

จำนวน 3 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมด = 22.5 ตรม.

พื้นที่ส่วนรับประกันประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A ของหัวหน้าและพนักงานจำนวน 17 ตัว ตู้เอกสารจำนวน 5 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมด = 45 ตรม.

พื้นที่บริการขายประกันส่วนหน้าประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A จำนวน 2 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมด = 5.04 ตรม.

พื้นที่ส่วนสลักหลังประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A จำนวน 6 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมด = 10.8 ตรม.

ทางสัญจรร่วมประมาณ 15 ตรม.

ทางสัญจรรองประมาณ 4.50 ตรม.

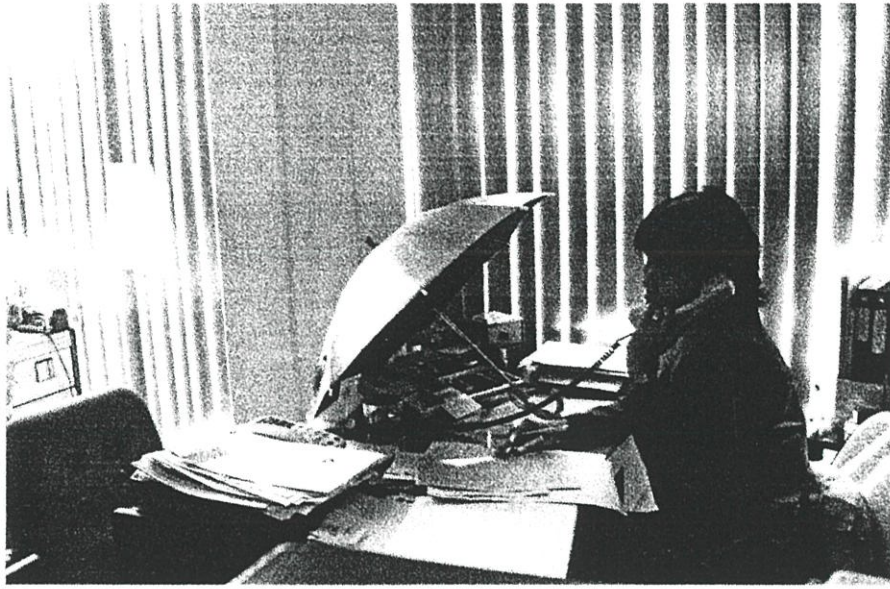
สภาพแวดล้อมภายใน

จากการสังเกตการณ์ ณ เดือน มีนาคม 2545 จนถึงปัจจุบันพบว่าภายในฝ่ายมีการเปลี่ยนแปลงการจัดพื้นที่อยู่ 3 ครั้ง เนื่องจากองค์กรยังไม่มีกรวิเคราะห์เรื่องความสัมพันธ์ของพื้นที่ของส่วนงานต่างๆจึงมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาคือ เดิม ฝ่ายงานรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจอยู่รวมกับฝ่ายประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับบริเวณ ชั้น 2 ของอาคารสำนักงานแต่เนื่องด้วยอัตราการเติบโตขององค์กรและจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นทำให้พื้นที่ทำงานไม่เพียงพอจึงมีการปรับเปลี่ยนย้ายไปอยู่บริเวณชั้น 8 โดยแยก กับฝ่ายประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับซึ่งย้ายไปอยู่ชั้น 5 ซึ่งปัญหาจุดนี้ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงปัญหาและสนใจศึกษาเพื่อหาข้อสรุปของงานพื้นที่ทำงานบริเวณส่วนบริการลูกค้าโดยตรงซึ่ง ฝ่ายรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเป็นฝ่ายหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับลูกค้าในการบริการลูกค้าโดยตรง

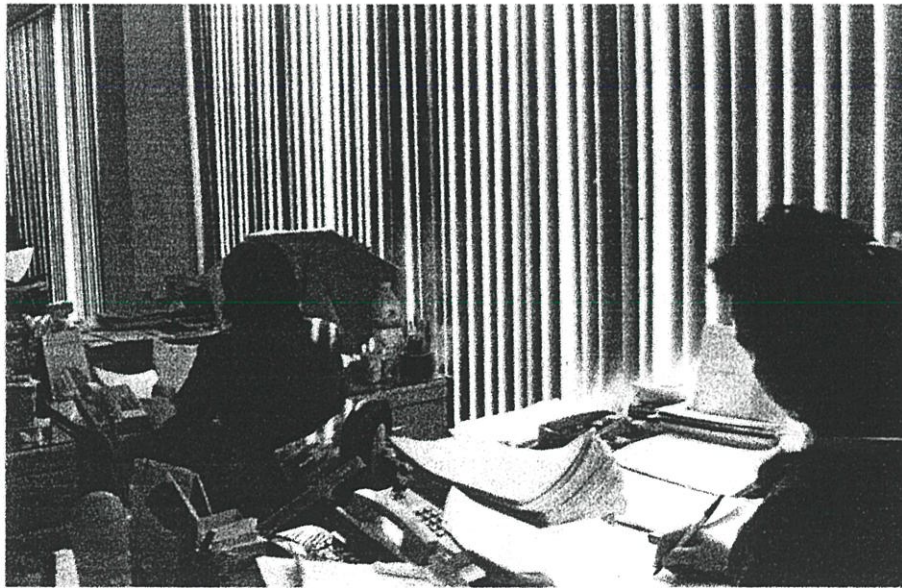


ภาพที่ 4.28 แสดงบรรยากาศภายในฝ่ายรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจเดิม

* หมายเหตุ พนักงานหน้าร้าน หมายถึงพนักงานที่อยู่ส่วนหน้าสุดของการติดต่อรับลูกค้าโดยตรง ซึ่งมีความหมายเดียวกับพนักงานหน้าเคาน์เตอร์และพนักงานส่วนหน้า



ภาพที่ 4.29 แสดงบริเวณปฏิบัติงานของพนักงานเห็นถึงถึงปัญหาเรื่องแสงธรรมชาติที่รบกวนการทำงาน



ภาพที่ 4.30 แสดงบริเวณปฏิบัติงานของพนักงานเห็นถึงถึงปัญหาเรื่องแสงธรรมชาติที่รบกวนการทำงาน



ภาพที่ 4.31 แสดงบรรยากาศฝ่ายรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในปัจจุบัน



ภาพที่ 4.32 แสดงบรรยากาศส่วนทำงานหัวหน้าฝ่ายรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในปัจจุบัน

รูปแบบการจัดสำนักงานเป็นลักษณะเปิดโล่งสามารถมองเห็นกันได้ทั้งพื้นที่ ทั้งนี้ เนื่องจากพฤติกรรมการปฏิบัติงานต้องติดต่อพูดคุยสนทนากันระหว่างพนักงาน ฝ่ายรับประกันรถยนต์ภาคสมัครใจตั้งอยู่ในบริเวณชั้น 8 ซึ่งเป็นชั้นบนสุดของอาคาร พื้นที่ทางเดินภายในทั้งหมดเป็นกระเบื้องยางขนาด 30 X 30 ซม.ผนังก่ออิฐฉาบปูนทาสีขาว ฝ้าเพดานยิปซัมแผ่นเรียบทาสีขาวฝังไฟ กล่องฟลูออเรสเซนต์ (ดูภาพประกอบที่ 4.12) และภายในยังได้รับแสง

ธรรมชาติจากหน้าต่างลักษณะเป็นบานเกล็ด ในเรื่องระบบปรับอากาศนั้นได้ติดตั้งเครื่องปรับอากาศแบบแขวนเพดาน ไว้จำนวน 6 ตัว โดยติดไว้บริเวณเพดานด้านบนของส่วนรับประกัน

จากการศึกษาถึงสภาพแวดล้อมและขั้นตอนการขายกรมธรรม์ของพนักงานและลูกค้าพบว่า มีข้อจำกัดในเรื่องของสถานที่และในเรื่องของความยุ่งยากในการติดต่อของลูกค้าดังนี้

- 1.สถานที่ภายในสำนักงานมีขนาดจำกัด จึงไม่มีส่วนต้อนรับและพักคอยที่เพียงพอให้กับลูกค้า
- 2.กรณีลูกค้ามาซื้อประกันภัยรถยนต์ ต้องติดต่อกับบริษัทถึง 2 ฝ่ายซึ่งอยู่คนละอาคารคือซื้อกรมธรรม์ที่ฝ่ายรับประกันและต้องไปจ่ายเงินเพื่อรับกรมธรรม์ที่ฝ่ายการเงินรับ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนและยุ่งยาก
- 3.กรณีลูกค้ามาแก้ไขกรมธรรม์ ลูกค้าต้องเดินผ่านบริเวณปฏิบัติงานของพนักงาน

4.1.2.1.2 ฝ่ายประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ

หน้าที่

1.ทำการจัดจำหน่าย พรบ. โดย จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายโดยตรงกับลูกค้า ณ สำนักงานใหญ่และสาขา

2.กำหนดระบบข้อมูลผู้เอาประกัน

ส่วนงานภายใน แบ่งเป็น 3 ส่วน

- 1.ขายประกันภัย (พรบ.) มีหน้าที่รับประกันภัยภาคบังคับ แก่ลูกค้า โดยทางตรงคือมาซื้อ
- 2.ส่วนงานพิชัยแยกกรมธรรม์ มีหน้าที่เช็คและพิชัยแยกกรมธรรม์พร้อมนำส่งลูกค้าและตัวแทน

3.ส่วนงานสลักหลังมีหน้าที่รับแก้ไขกรมธรรม์ที่ผิดพลาดด้านตัวอักษร

ประเภทของลูกค้าที่ติดต่อกับฝ่ายงาน

- บุคคลทั่วไปที่มาติดต่อซื้อ พ.ร.บ. หรือส่งผ่านตัวแทนมาติดต่อ
- รถแท็กซี่มี 2 กลุ่มคือตัวแทนบริษัทแท็กซี่ส่วนบุคคล

จำนวนลูกค้าที่มาติดต่อกับฝ่ายรับประกันภัยภาคบังคับโดยตรง

ทำการสังเกตการณ์และดูจากสถิติของจำนวนลูกค้า จำนวน 5 วัน คือ วันที่ 6, 7, 8, 9, 12 เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2546

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ

วันที่	จำนวนลูกค้าทำประกันรถยนต์
6 พ.ค. 2546	17
7 พ.ค. 2546	19
8 พ.ค. 2546	8
9 พ.ค. 2546	6
12 พ.ค. 2546	5
รวม 5 วัน	55

รวม 5 วัน มีลูกค้า มาติดต่อ 55 คน

ดังนั้นเฉลี่ย 1 วัน ลูกค้ามาติดต่อ 55/5 = 11 ต่อวัน

ลูกค้าส่วนใหญ่มาติดต่อในช่วงเวลา 8.30-17.00 นาฬิกา โดยจากสถิติลูกค้ามาติดต่อพร้อมๆกัน ภายใน 20 นาที จำนวน 4 คน และ ลูกค้า 1 คนใช้เวลาติดต่อ ประมาณ 15 นาที

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อแก้ไขประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ

วันที่	จำนวนลูกค้าทำประกันรถยนต์
6 พ.ค. 2546	11
7 พ.ค. 2546	9
8 พ.ค. 2546	10
9 พ.ค. 2546	8
12 พ.ค. 2546	11
รวม 5 วัน	49

รวม 5 วัน มีลูกค้า มาติดต่อ 49 คน

ดังนั้นเฉลี่ย 1 วัน ลูกค้ามาติดต่อ 49/5 = 10 คน ต่อวัน

ลูกค้าส่วนใหญ่มาติดต่อในช่วงเวลา 8.30-17.00 นาฬิกา โดยจากสถิติลูกค้ามาติดต่อพร้อมๆกัน ภายใน 20 นาที จำนวน 3 คน และ ลูกค้า 1 คนใช้เวลาติดต่อ ประมาณ 15 นาที

ตารางที่ 4.7 แสดงวันเวลาการติดต่อของลูกค้าส่วนรับประกันภัยรถยนต์

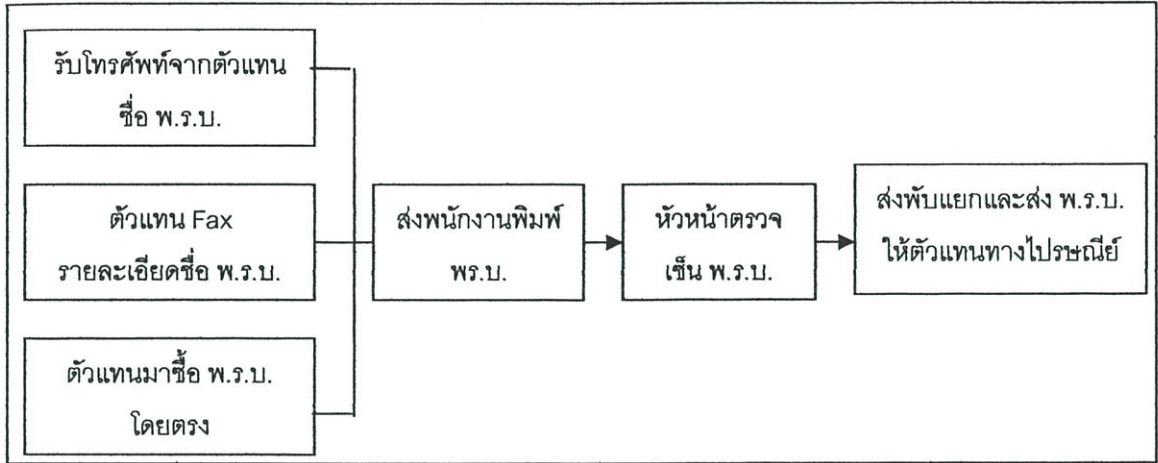
หน่วยงาน	ช่วงวันที่ลูกค้ามาติดต่อ	เวลาที่มาติดต่อ	ใช้เวลาติดต่อต่อ 1คน	พนักงานบริการโดยตรง	ลูกค้า 1case พาคคนมาด้วยจำนวน
ชื่อ/ชายพรบ.	6, 7, 8,9,12 พค. เฉลี่ย 1วัน=11คน โดยมาพร้อมๆกัน ประมาณ 4 คน	8.30-17.00	15นาที	2คน	ลูกค้า 1คน มาเป็นเพื่อน 1 คน
แก้ไข พรบ.	6, 7, 8,9,12 พค. เฉลี่ย 1วัน=10คน โดยมาพร้อมๆกัน ประมาณ 3 คน	ไม่แน่นอน ทุกช่วงเวลา	15นาที	1คน	-

การแบ่งงานภายในฝ่ายมีดังนี้

- 1.พนักงานชาย พ.ร.บ.
- 2.พนักงานชาย พ.ร.บ. ส่วนหน้า
- 3.พนักงานพิมพ์ พ.ร.บ.
- 4.พนักงานพับแยก

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานรับประกันภัยภาคบังคับ

- 1.รับลูกค้าชื่อ พ.ร.บ.ทางตัวแทน ทางโทรศัพท์ และFax
- 2.ดูรายละเอียดและส่งพิมพ์ พ.ร.บ.และนำ พ.ร.บ.ที่พิมพ์แล้วมาตรวจเช็ค
- 3.ส่ง พ.ร.บ.ทางไปรษณีย์ให้ตัวแทนเพื่อส่งผ่านให้ลูกค้าต่อไปหรือนัดให้ตัวแทนมารับ พ.ร.บ.และชำระเงินที่ฝ่ายการเงินรับ

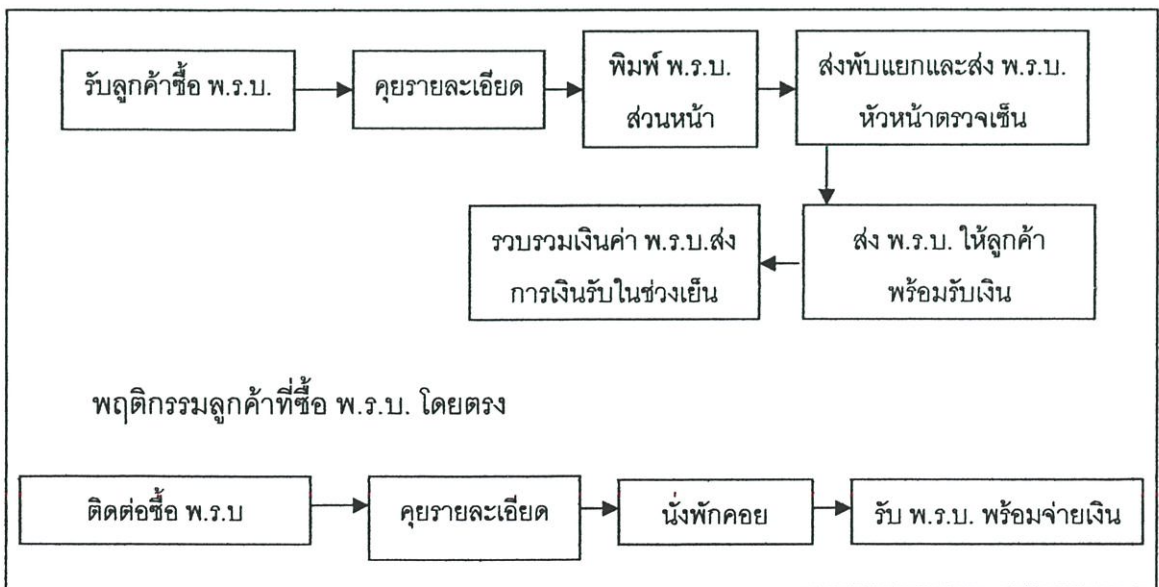


ภาพที่ 4.33 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานรับประกันภัยภาคบังคับ

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานขาย พ.ร.บ ส่วนหน้า

- 1.รับลูกค้าโดยตรง ณ สำนักงานใหญ่ คุยรายละเอียด พ.ร.บ.
- 2.ส่งพิมพ์ พ.ร.บ.ที่แผนก Computer โดยให้ลูกค้านั่งรอ และนำ พ.ร.บ. มาตรวจและพิมพ์
- 3.ส่ง พ.ร.บ. ที่ตรวจเช็คเรียบร้อยใส่ซองให้ลูกค้า พร้อมรับเงินค่า พ.ร.บ.

พฤติกรรมพนักงานขาย พ.ร.บ. ส่วนหน้า



ภาพที่ 4.34 พฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานรับประกันภัยภาคบังคับและลูกค้า



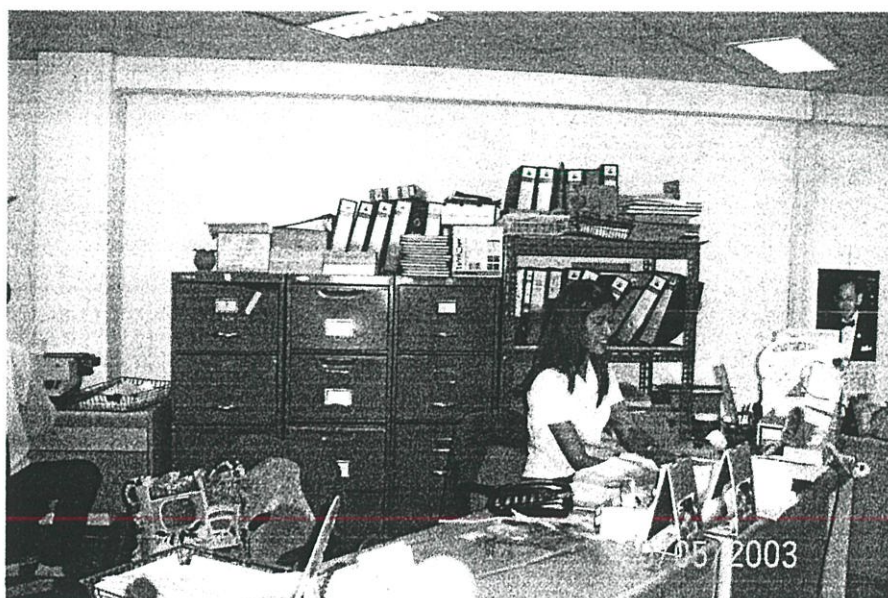
ภาพที่ 4.35 แสดงการทำงานของฝ่าย พ.ร.บ. บริเวณหัวหน้าฝ่ายและส่วนพิมพ์งาน



ภาพที่ 4.36 แสดงการทำงานของพนักงานส่วนหน้ารับประกันภัยภาคบังคับ



ภาพที่ 4.37 บริเวณส่วนปฏิบัติงานของฝ่ายรับประกันภัยภาคบังคับ



ภาพที่ 4.38 แสดงลักษณะชั้นเก็บเอกสารในส่วน พ.ร.บ.

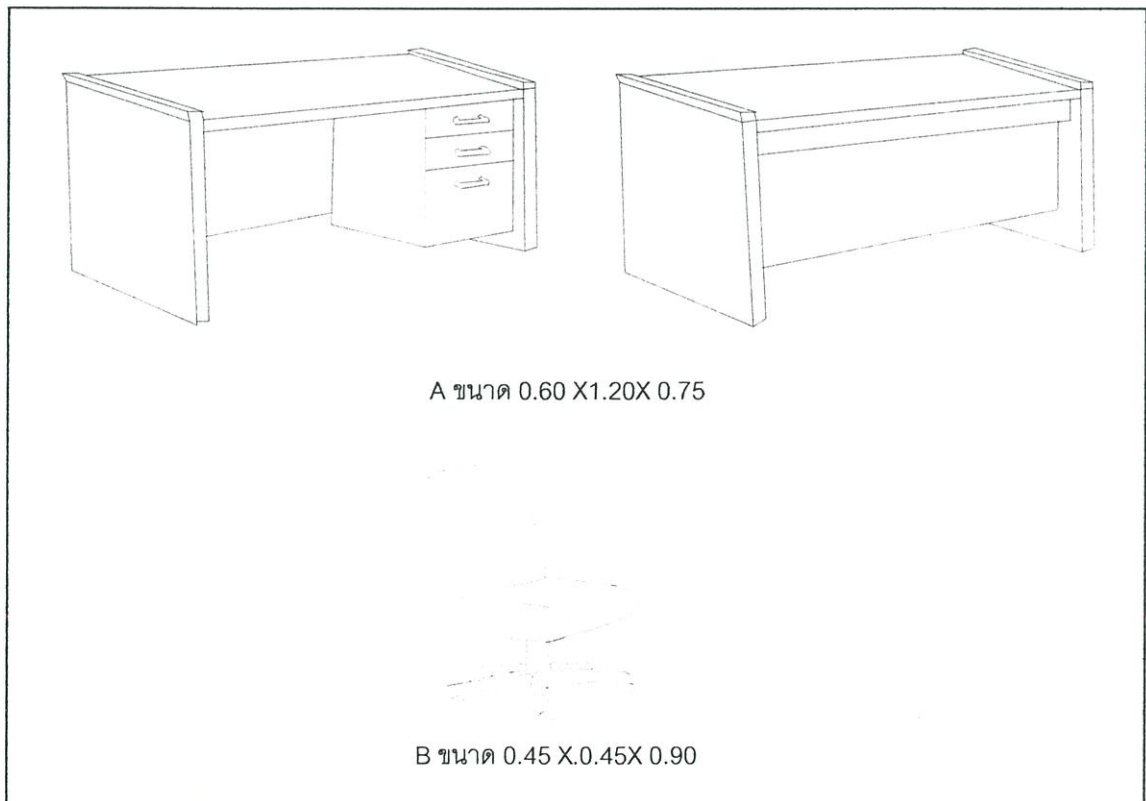


ภาพที่ 4.39 บริเวณส่วนปฏิบัติงานพิมพ์งาน

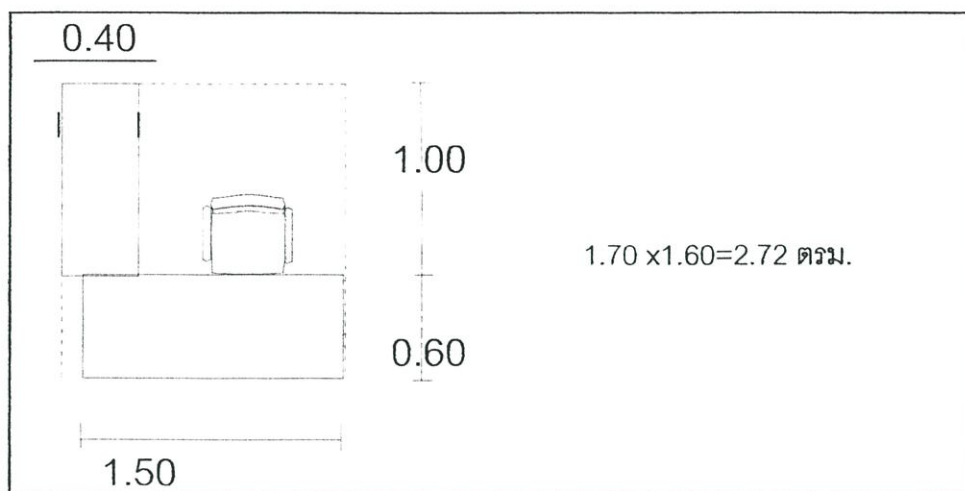
อุปกรณ์ประกอบพฤติกรรมและพื้นที่การใช้งานในปัจจุบัน

1. หัวหน้ารับประกันภัยภาคบังคับ

เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน(ลักษณะเดียวกันทั้งฝ่าย)



ภาพที่ 4.40 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานหัวหน้ารับประกันภัยภาคบังคับ

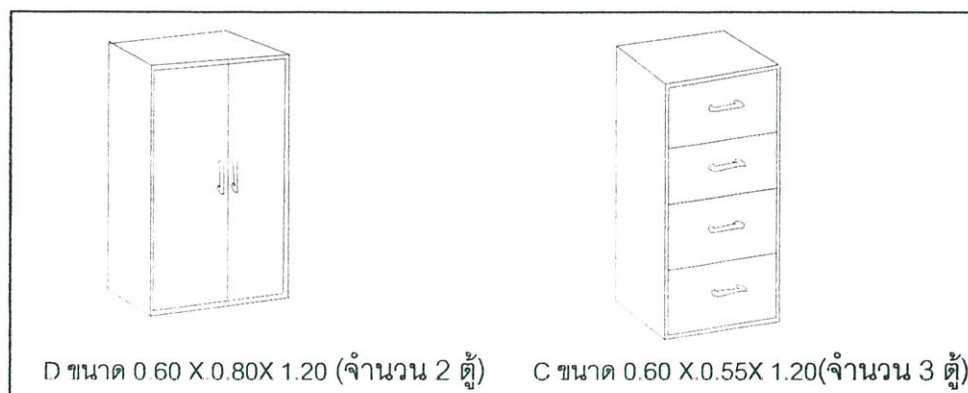


ภาพที่ 4.41 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของหัวหน้ารับประกันภัยภาคบังคับ

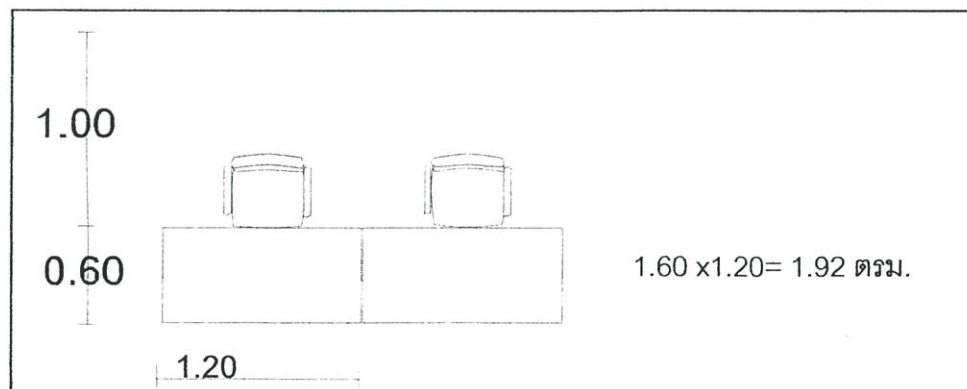
2. ส่วนงานขายประกันภัยหน้าเคาน์เตอร์

เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน(ลักษณะเดียวกันทั้งฝ่าย)

และมีตู้เก็บเอกสารสำเร็จรูปแบบลิ้นชักและแบบบานเปิด



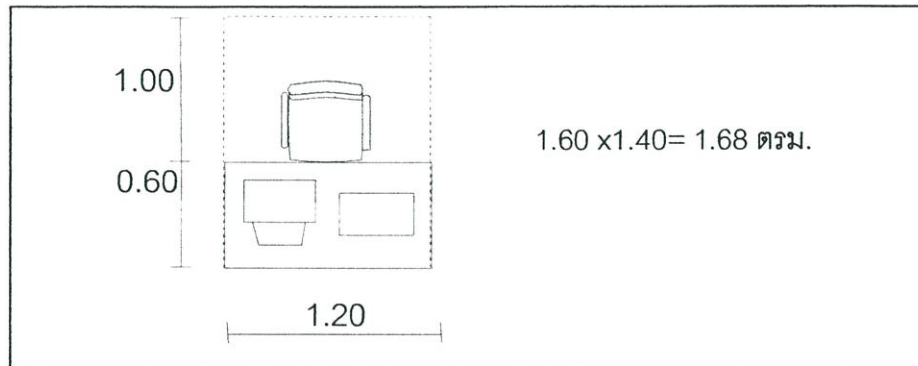
ภาพที่ 4.42 แสดงลักษณะตู้เก็บเอกสาร



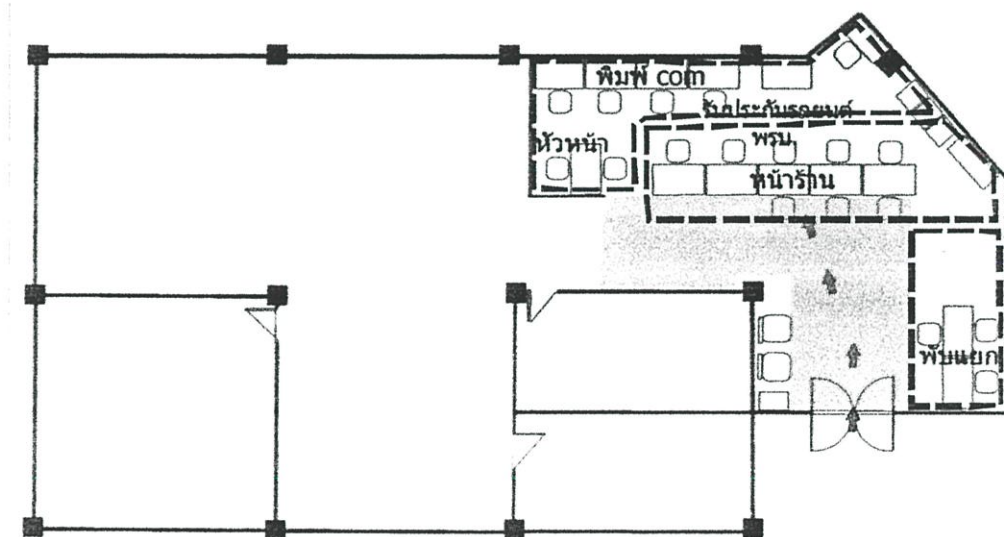
ภาพที่ 4.43 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนขาย พ.ร.บ. ส่วนหน้า

3. พิมพ์กรรมธรรมภาคบังคับ (พ.ร.บ.)

เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน(ลักษณะเดียวกันทั้งฝ่าย)



ภาพที่ 4.44 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของพิมพ์กรรมธรรมภาคบังคับ (พ.ร.บ.)



ภาพที่ 4.45 แสดงแผนผังของฝ่ายรับประกันภัย ภาคบังคับ

พื้นที่ทำงานรับประกันภัย ภาคบังคับประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A จำนวน 5 ตัว ตู้เอกสาร D จำนวน 1 ตัว และ C จำนวน 3 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมด ประมาณ 17 ตรม.

พื้นที่ขายประกันภัยภาคบังคับส่วนหน้าประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A ของพนักงานจำนวน 5 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 14.5 ตรม.

พื้นที่ส่วนพับแยกประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A จำนวน 2 ตัว
รวมพื้นที่ทั้งหมด = 8 ตรม.
ทางสัญจรร่วมประมาณ 15 ตรม.

สภาพแวดล้อมภายใน

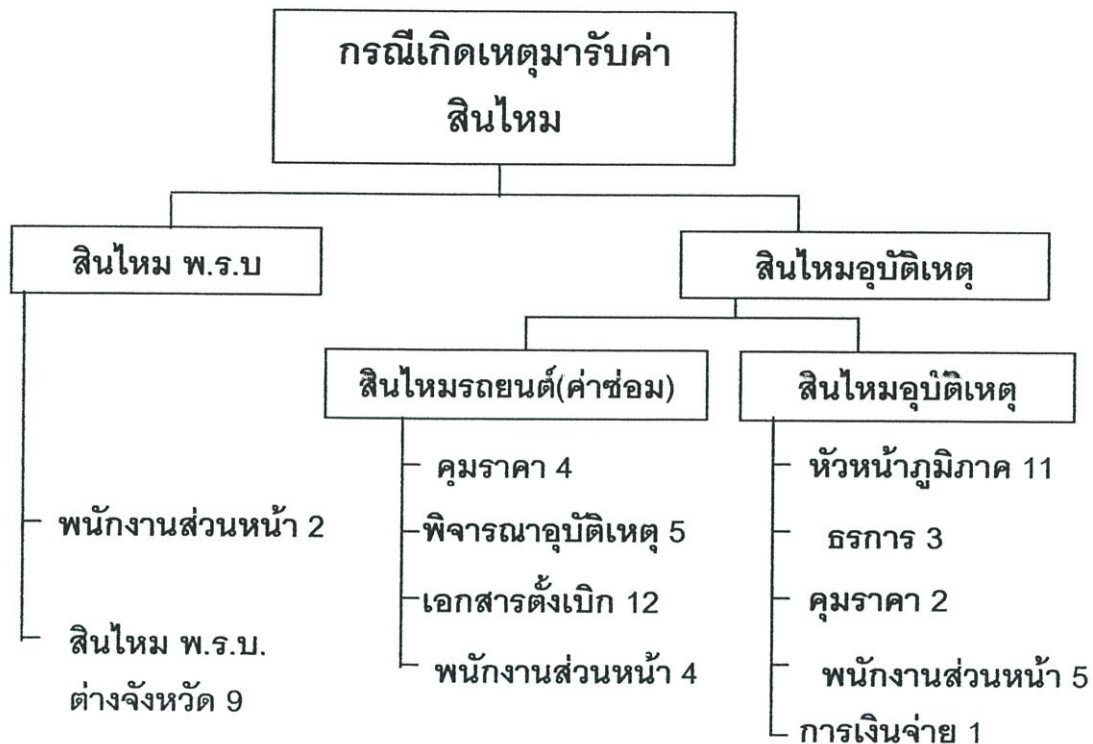
ฝ่ายรับประกันภัยภาคบังคับ เดิมตั้งอยู่ในบริเวณชั้น 2 ของอาคาร รวมกับฝ่ายรับประกันภัยภาคสมัครใจ แต่ด้วยอัตราการเติบโตขององค์กรคือจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นแต่พื้นที่มีจำกัด จึงได้ย้ายฝ่ายดังกล่าวมาอยู่บริเวณชั้น 5 ซึ่งชั้นดังกล่าวมีฝ่ายอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับงาน พ.ร.บ.อยู่

ลักษณะการจัดสำนักงานของฝ่าย พ.ร.บ.เป็นแบบเปิดโล่งมองเห็นได้ทั้งพื้นที่และพื้นที่ของฝ่ายทำงานมีขนาดไม่มาก การตกแต่งภายในเป็นแบบสำนักงานทั่วไป คือใช้วัสดุปูพื้นเป็นกระเบื้องยาง ขนาด 30X30 ซม. ผนังปูนทาสีขาว หน้าตาบานเกล็ดไม่มีม่านบังแสง ส่วนเพดานใช้ฝ้าทีบาร์ ติดไฟฟลูออเรสเซนต์ ส่วนระบบปรับอากาศใช้เป็นแบบแชนพีดาน

จากการศึกษาถึงสภาพแวดล้อมและขั้นตอนของการขายประกันภัยภาคบังคับ ของพนักงานและลูกค้า พบปัญหาเดียวกับฝ่ายรับประกันภัยภาคสมัครใจ คือไม่มีส่วนต้อนรับพักคอยที่เพียงพอและตำแหน่งที่ตั้งอยู่ถึงชั้น 5 ทำให้ไม่ค่อยสะดวกในการติดต่อ ซึ่ง พ.ร.บ.ของบริษัทนั้นจัดว่าเป็นประเภทกรรมธรรม์ที่สร้างยอดขายสูงสุดให้กับบริษัทจึงควรจัดตำแหน่งอยู่ในส่วนที่เข้าถึงง่าย ในด้านวิธีการซื้อขายค่อนข้างสะดวกตรงที่ลูกค้าสามารถจ่ายเงินและรับพ.ร.บ.ที่ฝ่ายได้เลย

4.1.2.2 ฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุ

ฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุมีฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับสินไหมอยู่ 3 ฝ่าย คือ สินไหม พ.ร.บ. สินไหมรถยนต์ สินไหมอุบัติเหตุ



ภาพที่ 4.46 แสดงองค์กรฝ่ายงานสินไหม

4.1.2.2.1 ฝ่ายสินไหม พ.ร.บ.

หน้าที่

- 1.พิจารณาอนุมัติราคาค่ารักษาพยาบาล
- 2.ทำการเคลมประกันกรณีที่ถูกค่าไม่เคยแจ้งเคลม
- 3.ทำเอกสารตั้งเบิก

ภายในฝ่ายสินไหม พ.ร.บ. แบ่งงานเป็น 2 ส่วนคือ

- พนักงานรับลูกค้าส่วนหน้า
- พนักงานสินไหม พ.ร.บ. ต่างจังหวัด

ประเภทของลูกค้าที่ติดต่อกับฝ่ายงาน

- ลูกค้าของบริษัทที่เกิดเหตุและบาดเจ็บมารับการรักษาพยาบาลกรณีไม่เคยแจ้งเคลมมาก่อน
- ลูกค้าของบริษัทที่เกิดเหตุและบาดเจ็บมารับการรักษาพยาบาลกรณีเคยแจ้งเคลม

จำนวนลูกค้าที่มาติดต่อกับฝ่ายสินไหม พ.ร.บ.

ทำการสังเกตการณ์และดูจากสถิติของจำนวนลูกค้า จำนวน 5 วัน คือ วันที่ 19-23 เดือน พฤษภาคม พ.ศ.2546

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อสินไหม พ.ร.บ.

วันที่	จำนวนลูกค้าทำประกันรถยนต์
6 พ.ค. 2546	17
7 พ.ค. 2546	14
8 พ.ค. 2546	12
9 พ.ค. 2546	18
12 พ.ค. 2546	15
รวม 5 วัน	76

รวม 5 วัน มีลูกค้า มาติดต่อ 76คน

ดังนั้นเฉลี่ย 1 วัน ลูกค้ามาติดต่อ 76/5 16คน ต่อวัน

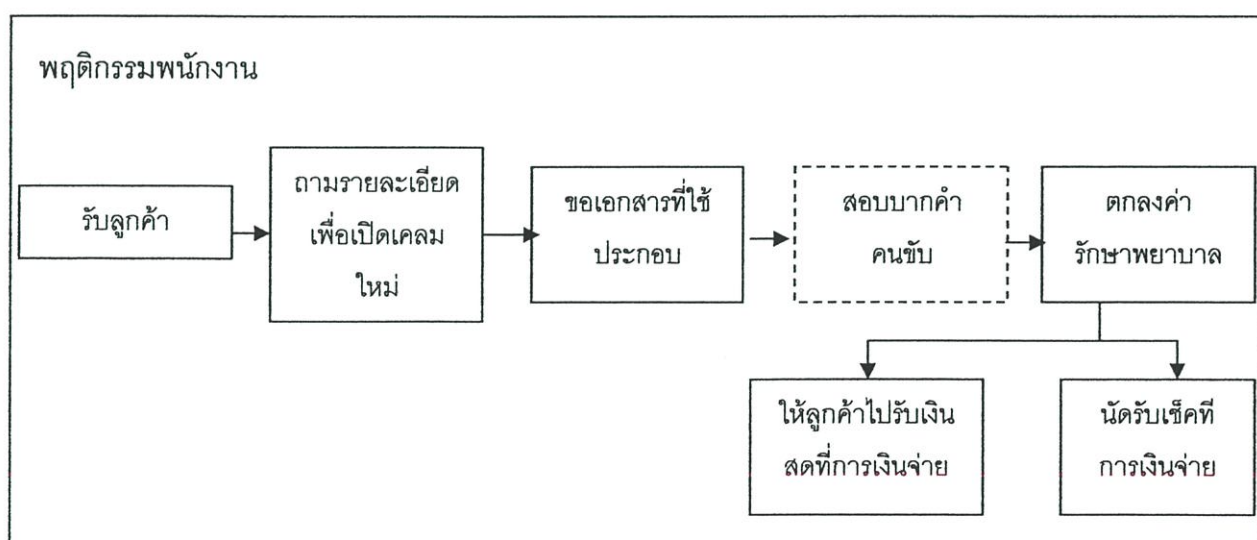
ลูกค้าส่วนใหญ่มาติดต่อในช่วงเวลา 8.30-12.00 นาฬิกา โดยลูกค้าติดต่อทั้งกระบวนการรวมเวลา 30 นาที และ ลูกค้า 1 คนใช้เวลาติดต่อ พนักงานสินไหมส่วนหน้าประมาณ 10 นาที

ตารางที่ 4.9 แสดงวันเวลาการติดต่อของลูกค้าส่วนสินไหมพ.ร.บ.

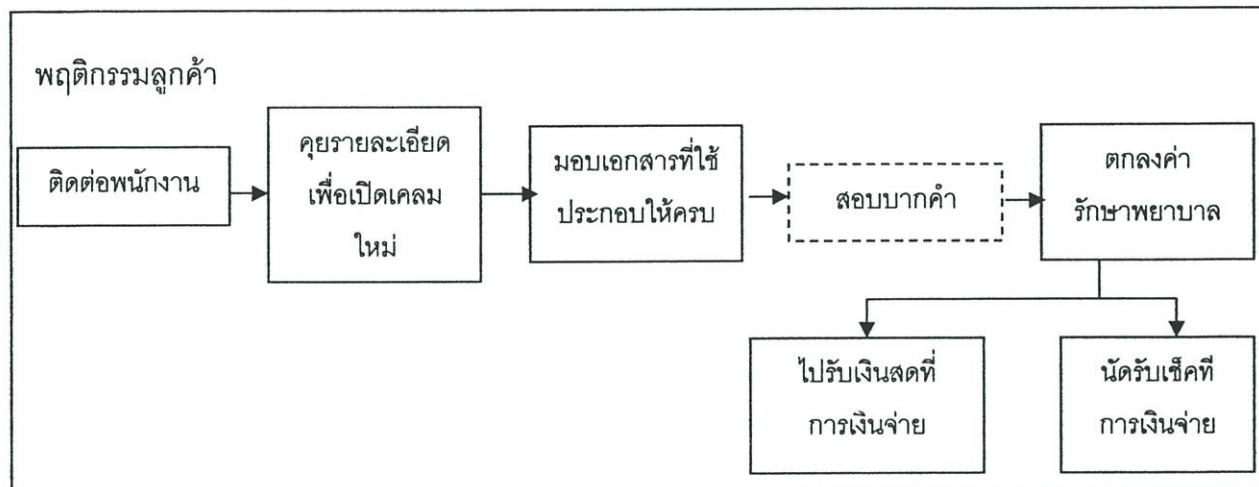
หน่วยงาน	ช่วงวันที่ลูกค้ามาติดต่อ	เวลาที่มาติดต่อ	ใช้เวลาติดต่อต่อ1คน	พนักงานบริการโดยตรง	ลูกค้า 1case พาคนมาด้วยจำนวน
สินไหม พรบ.	19-23 พค. 46 เฉลี่ย 1 วัน=16คน โดยมาพร้อมๆกัน 5 คน	8.30-12.00	15 นาที ทั้งกระบวนการ 30 นาที	2	ลูกค้า 1คน คนมาด้วย 1คน

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานหน้าร้าน

- 1.รับลูกค้าโดยสอบถามรายละเอียดการเกิดเหตุและบาดเจ็บ
- 2.ขอเอกสารที่ใช้ประกอบ ถ้าเอกสารไม่ครบต้องนำมาให้ครบจึงจะดำเนินการต่อ
- 3.สอบถามค่าพร้อมตกลงค่ารักษาพยาบาล
- 4.ให้ลูกค้ารับเงินสดที่ฝ่ายการเงินจ่ายกรณีไม่เกิน 3,000บาทสำหรับคู่กรณีและไม่เกิน 5,000บาทสำหรับลูกค้าหรือนัดรับเช็คที่ฝ่ายการเงินจ่ายกรณีเกิน 3,000บาทสำหรับคู่กรณีและเกิน5,000บาทสำหรับลูกค้า



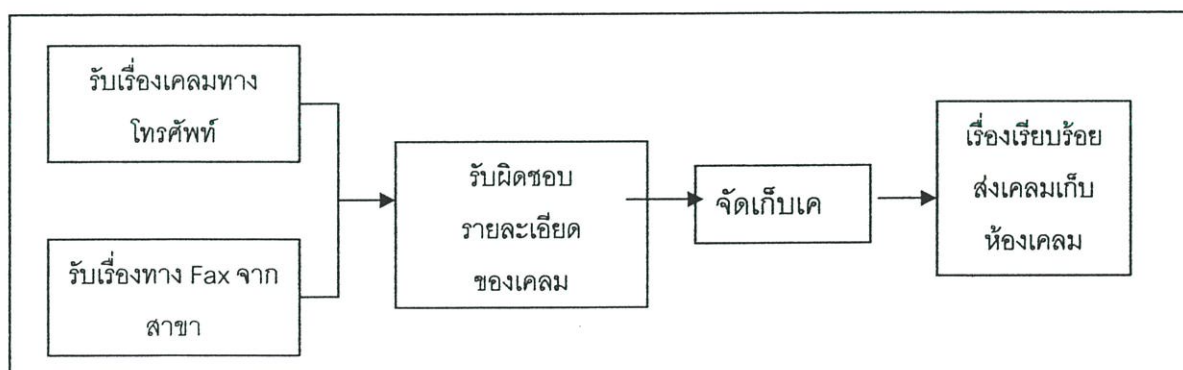
ภาพที่ 4.47 สรุปพฤติกรรมการทำงานปฏิบัติงานของพนักงานรับลูกค้าส่วนหน้า



ภาพที่ 4.48 สรุปพฤติกรรมลูกค้ากรณีลูกค้าไม่เคยแจ้งเคลมมาก่อน

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานสินไหมต่างจังหวัด

1. รับเรื่องเคลมทางโทรศัพท์ และทาง Fax จากสาขา
2. รับผิดชอบเคลมต่างๆ โดยการตรวจเช็ครายละเอียด
3. จัดเก็บเคลม เมื่อเรื่องเรียบร้อยดำเนินการส่งเคลมเก็บที่ห้องเคลม

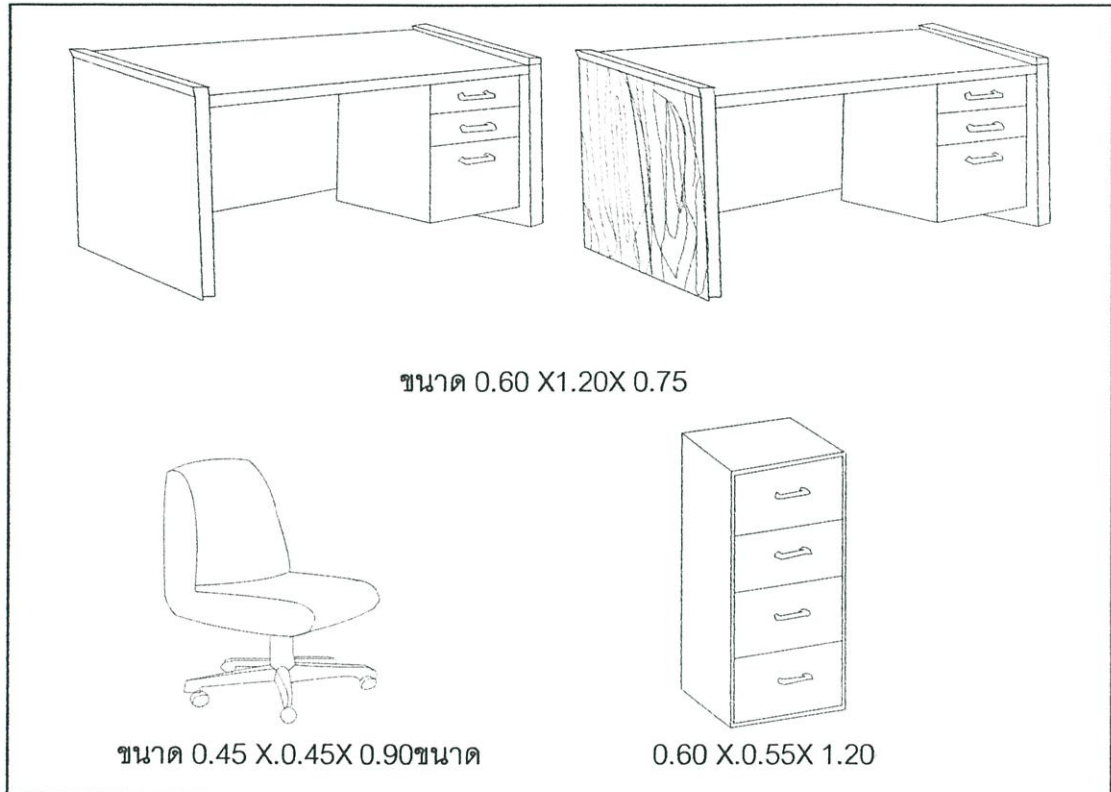


ภาพที่ 4.49 สรุปพฤติกรรมกรปฏิบัติงานของพนักงานสินไหมต่างจังหวัด

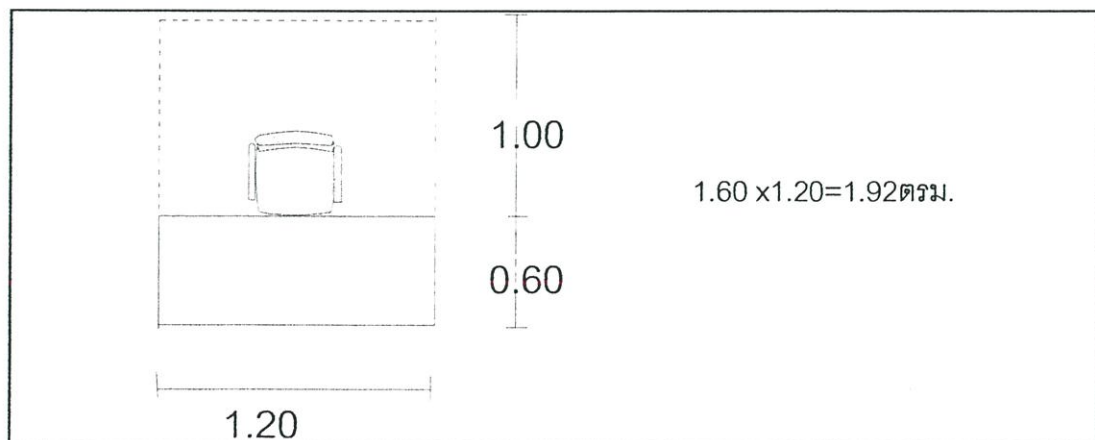
อุปกรณ์ประกอบพฤติกรรมและพื้นที่การใช้งานในปัจจุบัน

1. หัวหน้าและพนักงานหน้าเคาน์เตอร์สินไหม พ.ร.บ.

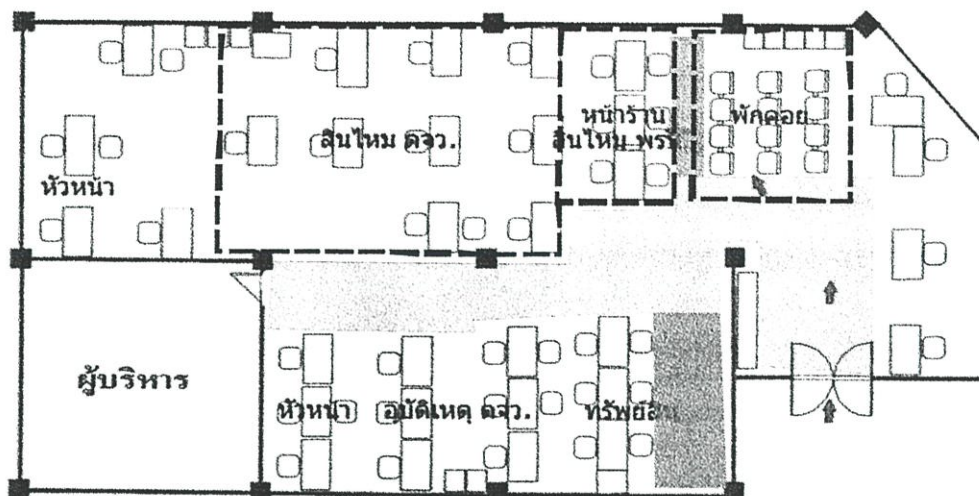
โต๊ะเฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปมี 2 แบบคือแบบกรุลามิเนตสีเทาอ่อนและแบบลายไม้ (ลักษณะเดียวกันทั้งฝ่าย)



ภาพที่ 4.50 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานหัวหน้าและพนักงานหน้าเคาน์เตอร์สินไหม พ.ร.บ.



ภาพที่ 4.51 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของหัวหน้าและพนักงานหน้าเคาน์เตอร์สินไหม พ.ร.บ.



ภาพที่ 4.52 แสดงแผนผังของฝ่ายสนไหม พ.ร.บ.

พื้นที่ส่วนสนไหมต่างจังหวัดประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A ของหัวหน้าและพนักงานจำนวน 9 ตัว ตู้เอกสาร A จำนวน 3 ตัว
รวมพื้นที่ทั้งหมด = 27 ตรม.

พื้นที่บริการสนไหม พ.ร.บ. ส่วนหน้าประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A จำนวน 3 ตัว
รวมพื้นที่ทั้งหมด = 3.24 ตรม.

พื้นที่ส่วนพักคอยประกอบด้วย

ที่นั่ง จำนวน 12 ตัว
ตู้เอกสาร A จำนวน 5 ตัว
รวมพื้นที่ทั้งหมด ประมาณ 12.5 ตรม.

ทางสัญจรร่วมประมาณ 21 ตรม.

ทางสัญจรรองประมาณ 2.15 ตรม.

สภาพแวดล้อมภายในฝ่ายสนไหม พ.ร.บ.

จากการสังเกตการณ์ ณ เดือน มีนาคม 2545 จนถึงปัจจุบันพบว่าภายในฝ่ายสนไหม พ.ร.บ. ตั้งอยู่บริเวณชั้น 2 ของอาคารสำนักงาน ซึ่งภายในชั้นดังกล่าวอยู่ร่วมกับส่วนงานอุบัติเหตุต่างจังหวัดการทำงานอาจเกี่ยวเนื่องกันบ้างในกรณีที่ถูกคำเกิดอุบัติเหตุและบาดเจ็บด้วยบรรยากาศภายในบริเวณปฏิบัติงานเหมือนสำนักงานทั่วไป ลักษณะเปิดโล่งสามารถมองเห็นกันได้ทั้งพื้นที่ เพราะพฤติกรรมการทำงานต้องติดต่อสนทนากันระหว่างปฏิบัติงาน บริเวณที่พักคอยมีจำนวน 16 ที่นั่งซึ่งเพียงพอกับจำนวนลูกค้า โดยมีโทรทัศน์ติดเพดานไว้ให้ลูกค้าดูขณะรอรับ

บริการ พื้นที่ทางเดินภายในทั้งหมดเป็นกระเบื้องยางขนาด 30 X 30 ซม.ผนังก่ออิฐฉาบปูนทาสีขาว ฝ้าเพดานยิปซัมแผ่นเรียบทาสีขาวฝังไฟ กล้องฟลูออเรสเซนต์(คุณภาพประกอบที่ 4.54) และภายในยังได้รับแสงธรรมชาติจากหน้าต่างลักษณะเป็นบานกระจกใส ในเรื่องระบบปรับอากาศนั้น ได้ติดตั้งเครื่องปรับอากาศแบบแขวนเพดาน ไว้จำนวน 6 ตัว โดยติดไว้บริเวณเพดานด้านบนของส่วนรับประกัน



ภาพที่ 4.53 บริเวณที่พักคอยของลูกค้า



ภาพที่ 4.54 แสดงบรรยากาศภายในฝ่ายสินไหม พ.ร.บ.

จากการศึกษาถึงสภาพแวดล้อมและขั้นตอนของการติดต่อสินไหม พ.ร.บ. ของพนักงานและลูกค้า พบปัญหาคือเมื่อลูกค้าติดต่อสินไหมแล้วต้องไปปรับเงินสดที่ฝ่ายการเงินจ่ายซึ่งอยู่ชั้น 2 ของอาคาร อีกหลังหนึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความไม่สะดวกเพราะลูกค้าบางรายอาจยังไม่หายจากการบาดเจ็บ และบรรยากาศยังไม่เอื้ออำนวยต่อการให้บริการเท่าที่ควร

4.1.2.2.2 สินไหมรถยนต์

- หน้าที่
1. ประเมินค่าซ่อมรถยนต์
 2. จ่ายสินไหมค่าซ่อม
 3. ทำเอกสารการตั้งเบิก

ภายในฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุแบ่งงานเป็น 4 ส่วนดังนี้

- พนักงานคุมราคา
- พนักงานพิจารณาอุบัติเหตุ
- พนักงานทำเอกสารตั้งเบิก
- พนักงานรับลูกค้าส่วนหน้า

ประเภทของลูกค้าที่ติดต่อกับฝ่ายงาน

- ลูกค้าเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์และเกิดความเสียหายมาทำเคลมเพื่อรับค่าซ่อม
- คู่รถในเครือของบริษัทมารับเงินค่าซ่อมจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อกับฝ่ายสินไหมรถยนต์.

ทำการสังเกตการณ์และดูจากสถิติของจำนวนลูกค้า จำนวน 5 วัน คือ วันที่ 6, 7, 8, 9, 12 เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2546

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อฝ่ายสินไหมรถยนต์

วันที่	จำนวนลูกค้าทำประกันรถยนต์
6 พ.ค. 2546	42
7 พ.ค. 2546	51
8 พ.ค. 2546	74
9 พ.ค. 2546	74
12 พ.ค. 2546	61
รวม 5 วัน	302

รวม 5 วัน มีลูกค้า มาติดต่อ 302คน

ดังนั้นเฉลี่ย 1 วัน ลูกค้ามาติดต่อ 302/5 60คน ต่อวัน

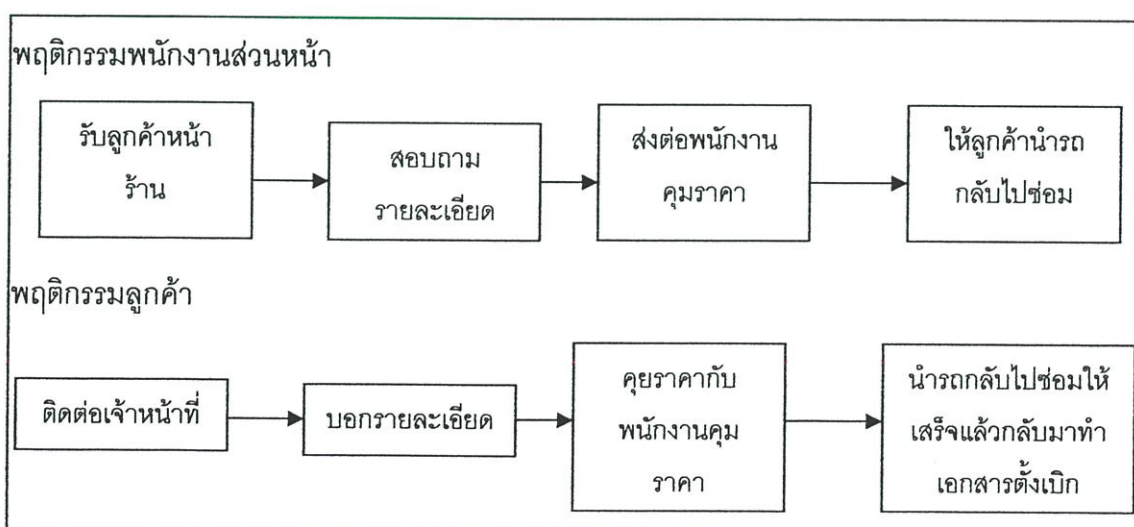
ลูกค้าส่วนใหญ่มาติดต่อในช่วงเวลา 11.00-15.00 นาฬิกา โดยลูกค้า 1 คนใช้เวลาติดต่อพนักงาน สิ้นไหมส่วนหน้า ประมาณ 10 นาที และใช้เวลาติดต่อทั้งกระบวนการเป็นเวลา 30 นาที

ตารางที่ 4.11 แสดงวันเวลาการติดต่อของลูกค้าส่วนสิ้นไหมรถยนต์

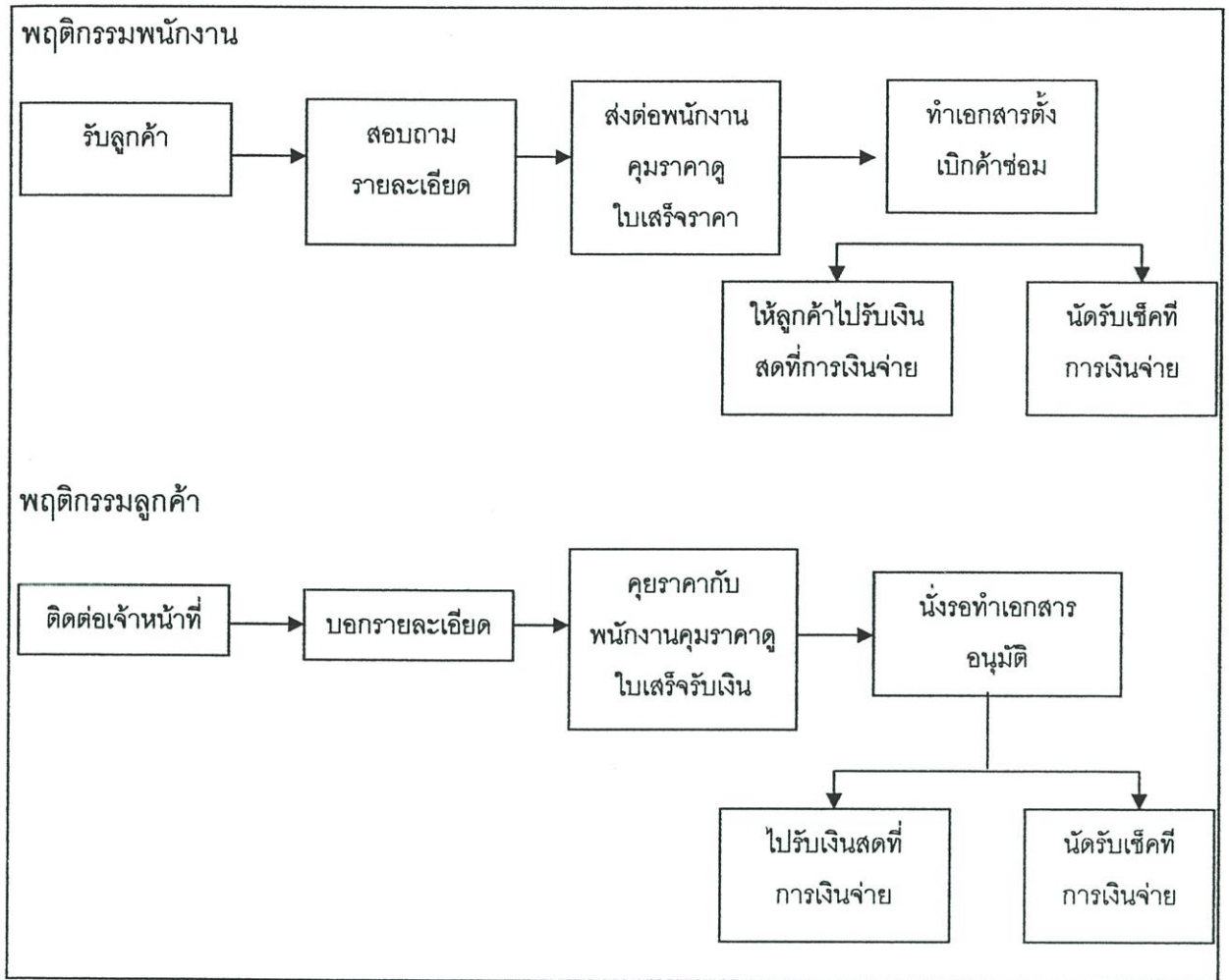
หน่วยงาน	ช่วงวันที่ลูกค้ามาติดต่อ	เวลาที่มาติดต่อ	ใช้เวลาติดต่อต่อ1คน	พนักงานบริการโดยตรง	ลูกค้า 1case พาดคนมาด้วยจำนวน
สิ้นไหมรถยนต์	6, 7, 8,9,12 พค. 46 เฉลี่ย 1 วัน=60คน โดยมาพร้อมๆกัน 7 คน	11.00-15.00	10 นาที ทั้งกระบวนการ 30 นาที	2	ลูกค้า 1คน คนมาด้วย 1คน

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานหน้าร้าน

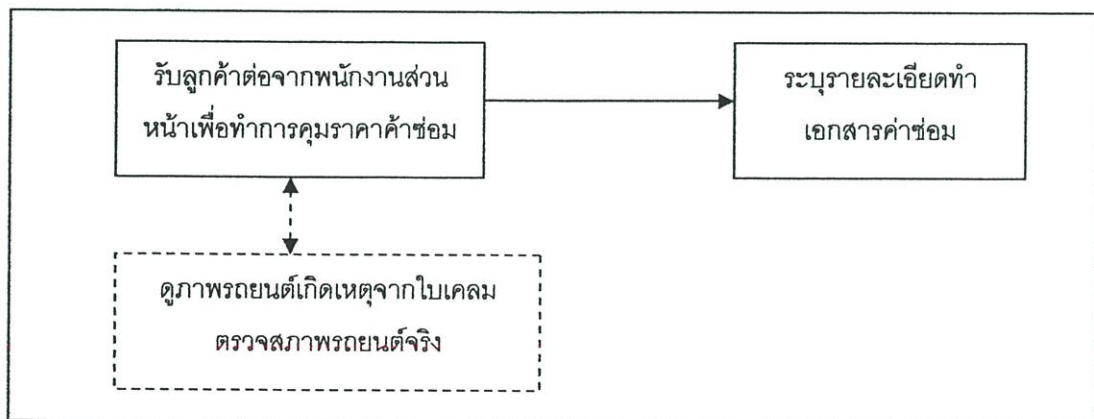
- 1.รับลูกค้าโดยสอบถามรายละเอียดการเกิดเหตุและความเสียหาย
- 2.ขอเอกสารที่ใช้ประกอบ ส่งต่อพนักงานคุมราคา
- 3.พนักงานตกลงราคาและให้ลูกค้านำรถกลับไปซ่อมกรณีลูกค้ายังไม่ซ่อมรถ หรือพนักงานตกลงราคาเพื่อทำเอกสารตั้งเบิกและให้ลูกค้ารับเงินสดที่ฝ่ายการเงินจ่ายกรณีไม่เกิน 3,000บาทสำหรับคู่กรณีและไม่เกิน5,000บาทสำหรับลูกค้าหรือนัดรับเช็คที่ฝ่ายการเงินจ่ายกรณีเกิน 3,000บาทสำหรับคู่กรณีและเกิน5,000บาทสำหรับลูกค้า



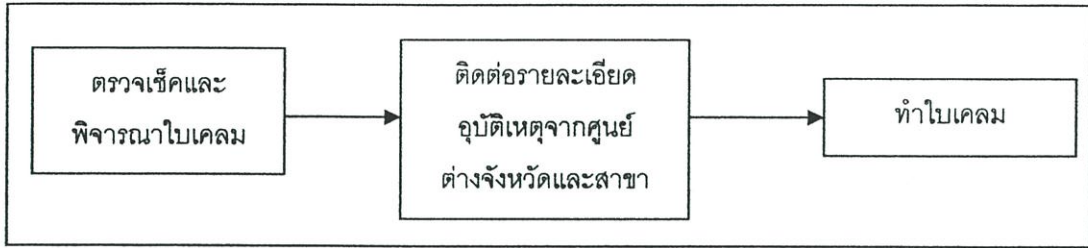
ภาพที่ 4.55 สรุปพฤติกรรมปฏิบัติงานของพนักงานส่วนหน้าและพฤติกรรมลูกค้ากรณีลูกค้ายังไม่นำรถไปซ่อม



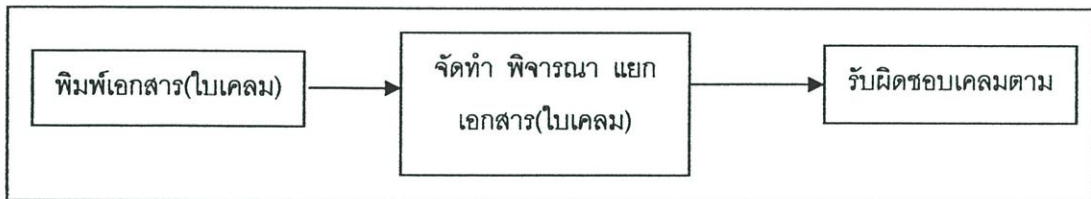
ภาพที่ 4.56 สรุปพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานรับลูกค้าส่วนหน้าและพฤติกรรมลูกค้ากรณีลูกค้านำรถไปซ่อมแล้ว



ภาพที่ 4.57 สรุปพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานคุมราคา



ภาพที่ 4.58 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานพิจารณาอุบัติเหตุ

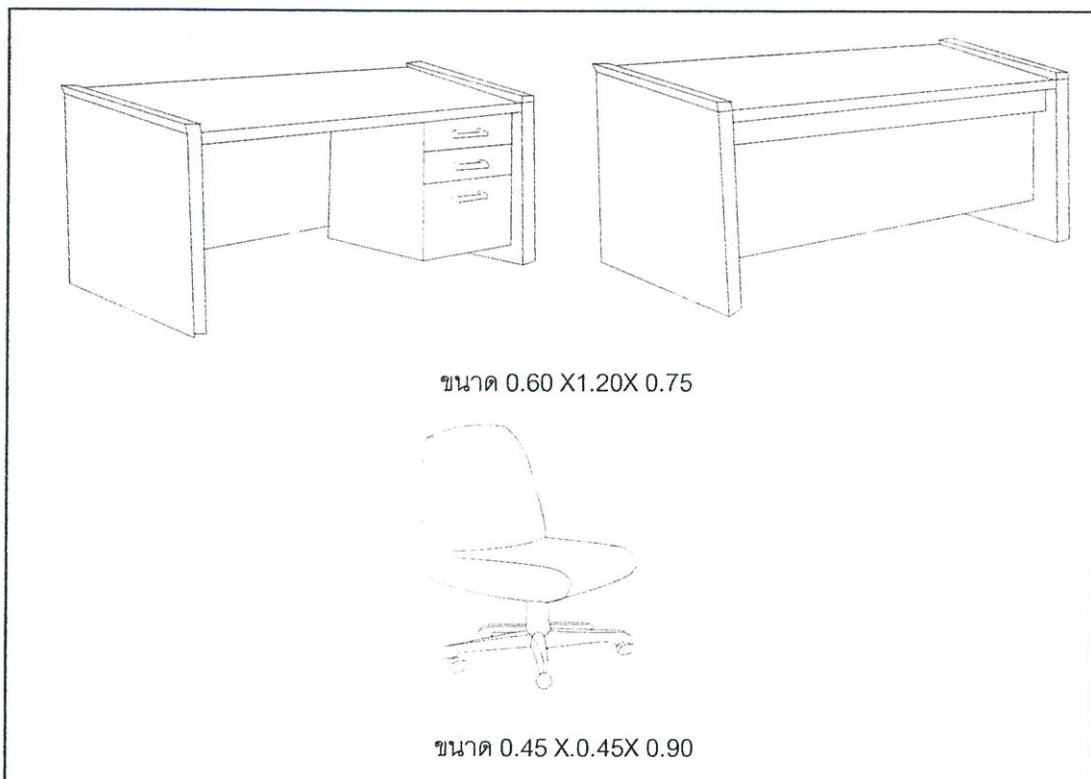


ภาพที่ 4.59 สรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานทำเอกสารตั้งเบิก

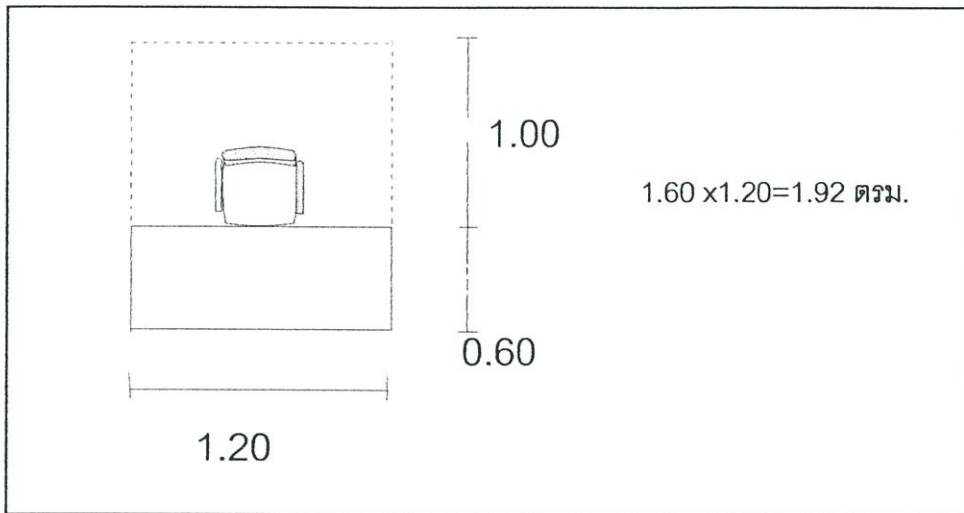
อุปกรณ์ประกอบพฤติกรรมและพื้นที่การใช้งานในปัจจุบัน

1. หัวหน้าสินไหมรถยนต์

เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน(ลักษณะเดียวกันทั้งฝ่าย)



ภาพที่ 4.60 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานหัวหน้าสินไหมรถยนต์

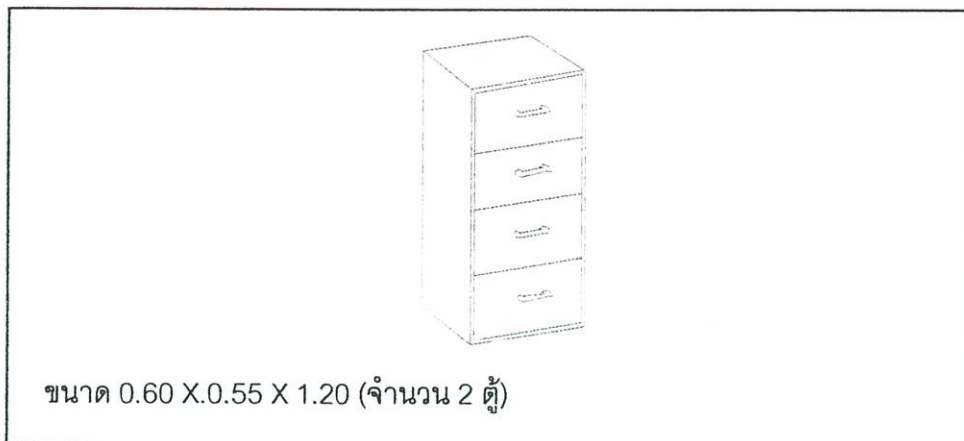


ภาพที่ 4.61 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของหัวหน้าสินค้าใหม่รถยนต์

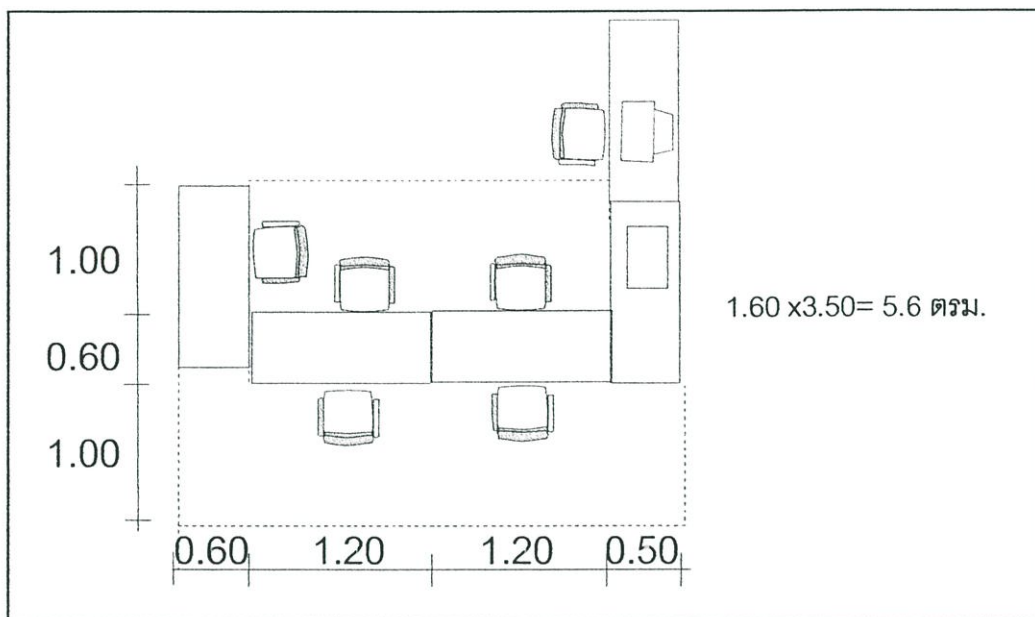
2. ส่วนงานสินค้าใหม่รถยนต์ส่วนหน้า

เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน(ลักษณะเดียวกันทั้งฝ่าย)

และมีตู้เก็บเอกสารสำเร็จรูปแบบลิ้นชัก



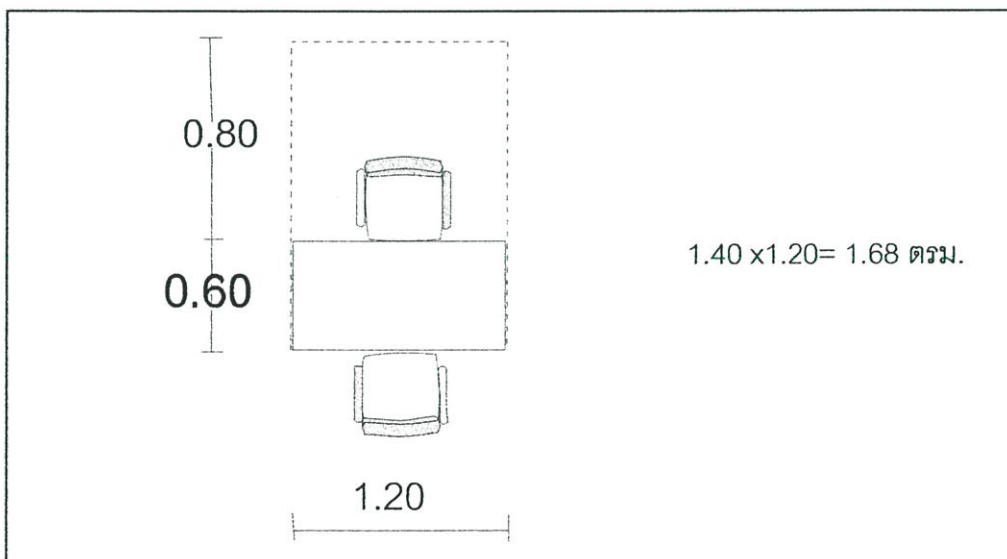
ภาพที่ 4.62 แสดงลักษณะตู้เก็บเอกสาร



ภาพที่ 4.63 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนชาย พ.ร.บ. หน้าเคาน์เตอร์

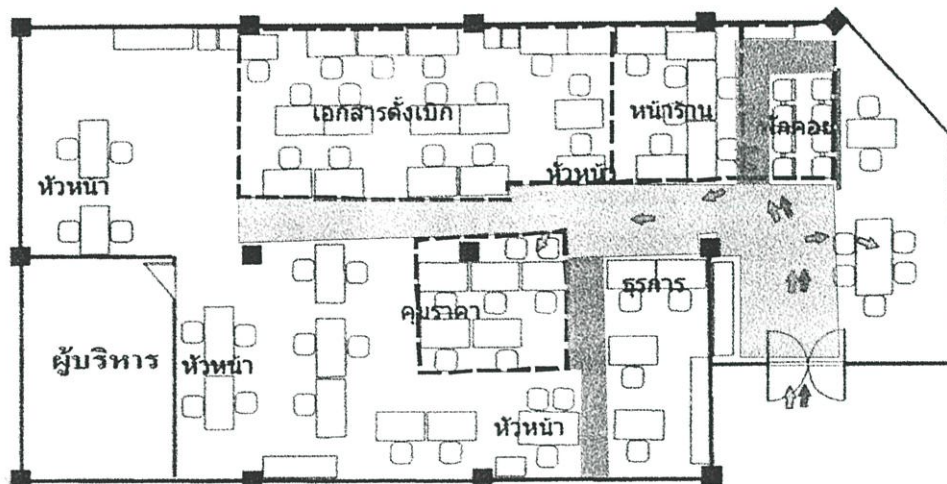
3. ส่วนงานคุมราคา

เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน(ลักษณะเดียวกันทั้งฝ่าย)



ภาพที่ 4.64 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนคุมราคา

ข้อสังเกตการณ์ เห็นได้ว่าบริเวณพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนชาย พ.ร.บ. หน้าเคาน์เตอร์นั้นมีขนาดคับแคบและต้องใช้พื้นที่ร่วมกันจึงทำให้ไม่สะดวกในการทำงาน



ภาพที่ 4.65 แสดงแผนผังของฝ่ายสินไหมรถยนต์

พื้นที่ส่วนเอกสารตั้งเบิกและหัวหน้าส่วนสินไหมรถยนต์ประกอบด้วย 2 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมด = 32 ตรม.

พื้นที่บริการสินไหมรถยนต์ส่วนหน้าประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A จำนวน 4 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 12.25 ตรม.

พื้นที่ส่วนพักคอยประกอบด้วย

ที่นั่ง จำนวน 8 ตัว

ชั้นวางเอกสาร จำนวน 1 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมด ประมาณ 4 ตรม.

พื้นที่คุมราคาประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A จำนวน 5 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 8 ตรม.

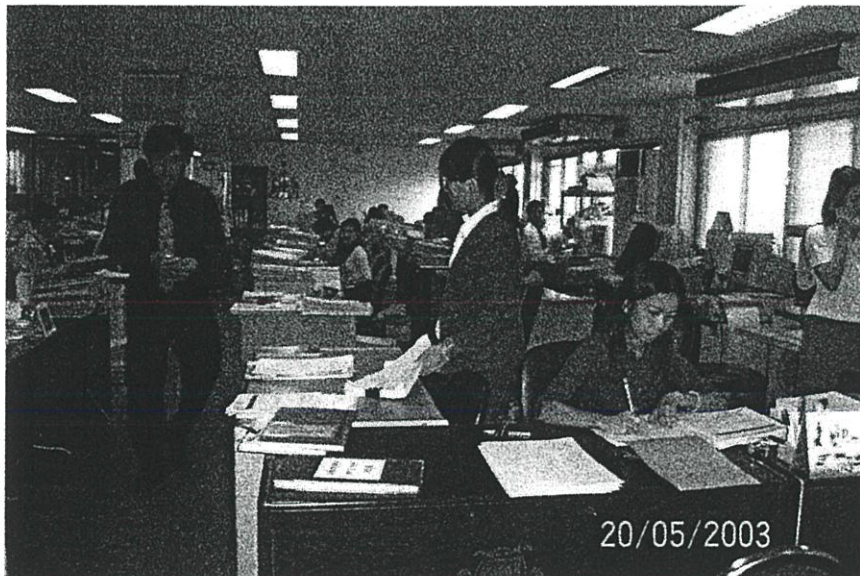
ทางสัญจรร่วมประมาณ 20 ตรม.

ทางสัญจรรองประมาณ 2.15 ตรม.

สภาพแวดล้อมภายในสินไหมรถยนต์

จากการสังเกตการณ์ ณ เดือน มีนาคม 2545 จนถึงปัจจุบันพบว่าภายในฝ่ายสินไหมรถยนต์ตั้งอยู่บริเวณชั้น 3 ของอาคารสำนักงาน ซึ่งบรรยากาศภายในบริเวณปฏิบัติงานเหมือน

สำนักงานทั่วไป แต่จะมีลักษณะของความตึงเครียดของงานโดยเฉพาะส่วนคุมราคาอาจมีปากเสียงกันระหว่างลูกค้ากับพนักงานบ้าง ลักษณะการจัดสำนักงานเป็นแบบเปิดโล่งสามารถมองเห็นกันได้ทั้งพื้นที่ เพราะพฤติกรรมการทำงานต้องติดต่อสนทนากันระหว่างปฏิบัติงาน บริเวณที่พักคอยมีจำนวน 8 ที่นั่งซึ่งค่อนข้างคับแคบเพราะมีพื้นที่จำกัด พื้นที่ทางเดินภายในทั้งหมดเป็นกระเบื้องยางขนาด 30 X 30 ซม.ผนังก่ออิฐฉาบปูนทาสีขาว ฝ้าเพดานยิปซัมแผ่นเรียบทาสีขาว ผังไฟ กล่องฟลูออเรสเซนต์และภายในยังได้รับแสงธรรมชาติจากหน้าต่างลักษณะเป็นบานกระจกใส ในเรื่องระบบปรับอากาศนั้นได้ติดตั้งเครื่องปรับอากาศแบบแขวนเพดาน ไว้จำนวน 6 ตัว โดยติดไว้บริเวณเพดานด้านบนของส่วนรับประกัน



ภาพที่ 4.66 แสดงบรรยากาศภายในฝ่ายสินไหมรถยนต์



ภาพที่ 4.67 บริเวณส่วนพักคอยรับบริการสังเกตว่าค่อนข้างคับแคบ



ภาพที่ 4.68 บริเวณส่วนปฏิบัติงานเอกสารตั้งเบิก



ภาพที่ 4.69 บริเวณส่วนปฏิบัติงานคุมราคา



ภาพที่ 4.70 บริเวณส่วนปฏิบัติงานธุรการ

จากการศึกษาถึงสภาพแวดล้อมและขั้นตอนของการติดต่อสินไหมรถยนต์ของพนักงานและลูกค้า พบปัญหาบางประการคือ

1. ลูกค้าต้องติดต่อหลายจุดทำให้เกิดความสับสน

2. บรรยากาศในการสำนักงานของฝ่ายสินไหมรถยนต์ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการให้บริการเท่าที่ควร เนื่องจากลูกค้าต้องเข้าไปติดต่อกับพนักงานคุมราคาบริเวณพื้นที่ทำงานของพนักงาน ควรจัดพื้นที่สนทนาให้เสริมบรรยากาศเพื่อลดความตึงเครียด

4.1.2.2.3 สินไหมอุบัติเหตุ

หน้าที่ ส่วนงานมีอยู่ 2 ขั้นตอนด้วยกันคือขั้นตอนแรกเป็นการรับแจ้งอุบัติเหตุส่วนขั้นตอนที่สองเป็นเรื่องของการรับค่าสินไหมทดแทน

- | | |
|------------|--|
| ขั้นตอนแรก | 1. รับแจ้งอุบัติเหตุลูกค้าทางโทรศัพท์ พนักงานออกไปพบลูกค้า ณ จุดเกิดเหตุ |
| | 2. จัดทำเอกสารรายละเอียดของเคลมหรือเปิดเคลม (สินไหมรถยนต์) |
| ขั้นตอนสอง | 1. ประเมินค่าซ่อมรถ |
| | 2. จ่ายสินไหมค่าซ่อม |
| | 3. ทำเอกสารตั้งเบิก |

จากการศึกษาทั้งสองขั้นตอนพบว่าขั้นตอนที่สองเป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อลูกค้าโดยตรง ณ สำนักงานใหญ่ จึงได้ทำการศึกษาเฉพาะส่วนดังกล่าว ภายในฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุของขั้นตอนที่สองแบ่งงานเป็น 5 ส่วนดังนี้

- หัวหน้าดูแลอุบัติเหตุภูมิภาค (ทำงานเกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุต่างจังหวัดสำนักงานชั้น 2 ในปัจจุบัน)
- ธุรการ
- พนักงานรับลูกค้าส่วนหน้า
- พนักงานคุมราคา
- การเงินจ่าย

ประเภทของลูกค้าที่ติดต่อกับฝ่ายงาน

- ลูกค้าเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์และเกิดความเสียหายมาทำเคลมเพื่อรับค่าซ่อม

จำนวนลูกค้าที่มาติดต่อกับฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุ

ทำการสังเกตการณ์และดูจากสถิติของจำนวนลูกค้า จำนวน 5 วัน คือ วันที่ 6, 7, 8, 9, 12 เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2546

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อสินไหมอุบัติเหตุ

วันที่	จำนวนลูกค้าทำประกันรถยนต์
4 พ.ค. 2546	132
8 พ.ค. 2546	99
9 พ.ค. 2546	71
11 พ.ค. 2546	57
16 พ.ค. 2546	42
รวม 5 วัน	401

รวม 5 วัน มีลูกค้า มาติดต่อ 401คน

ดังนั้นเฉลี่ย 1 วัน ลูกค้ามาติดต่อ 401/5 80คน ต่อวัน

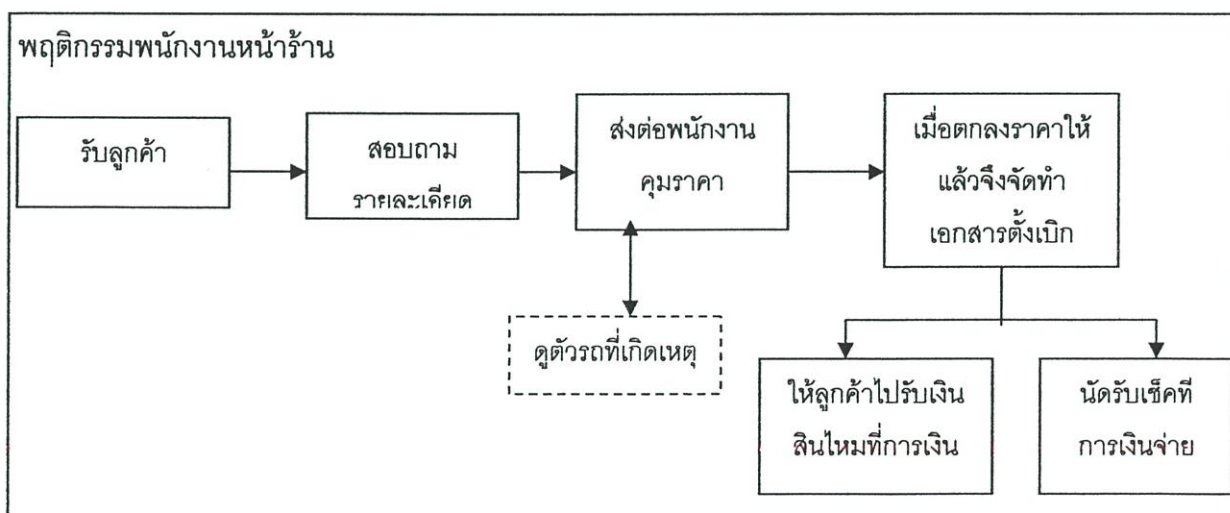
ลูกค้าส่วนใหญ่มาติดต่อในช่วงเวลา 13.00-16.00 นาฬิกา โดยลูกค้าใช้เวลาติดต่อพนักงานสินไหมส่วนหน้า 1.นาทึ และ ลูกค้า 1 คนใช้เวลาติดต่อทั้งกระบวนการประมาณ 30 นาที

ตารางที่ 4.13 แสดงวันเวลาการติดต่อของลูกค้าส่วนสินไหมอุบัติเหตุ

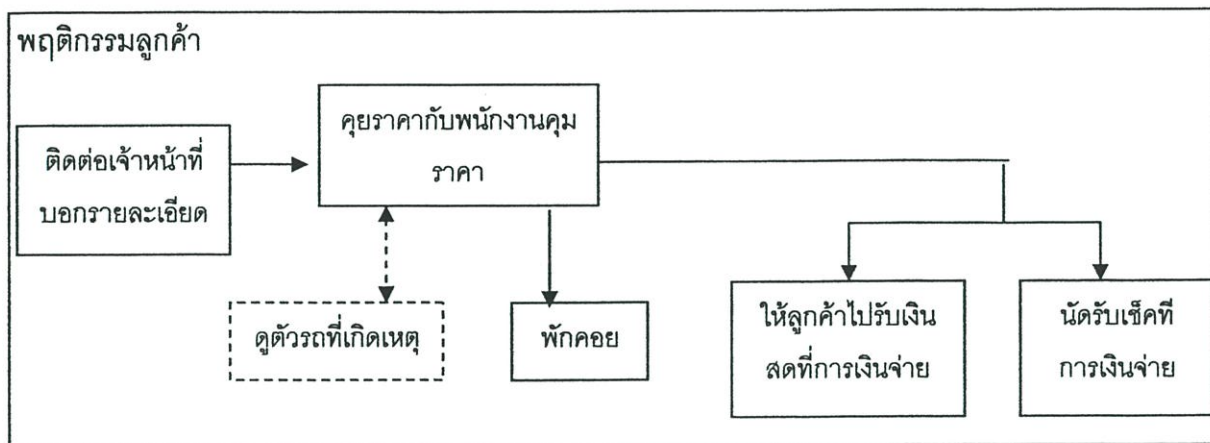
หน่วยงาน	ช่วงวันที่ลูกค้ามาติดต่อ	เวลาที่มาติดต่อ	ใช้เวลาติดต่อต่อ1คน	พนักงานบริการโดยตรง	ลูกค้า 1case พากันมาด้วยจำนวน
อุบัติเหตุ	8, 9, 10, 11, 16 พค. 46 เฉลี่ย 1 วัน=80คน โดย มาพร้อมๆกัน 20 คน	13.00- 16.00	10 นาที ทั้ง กระบวนการ 30 นาที	5	ลูกค้า 1คน คนมาด้วย 1คน

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานรับลูกค้าส่วนหน้าส่วนหน้า

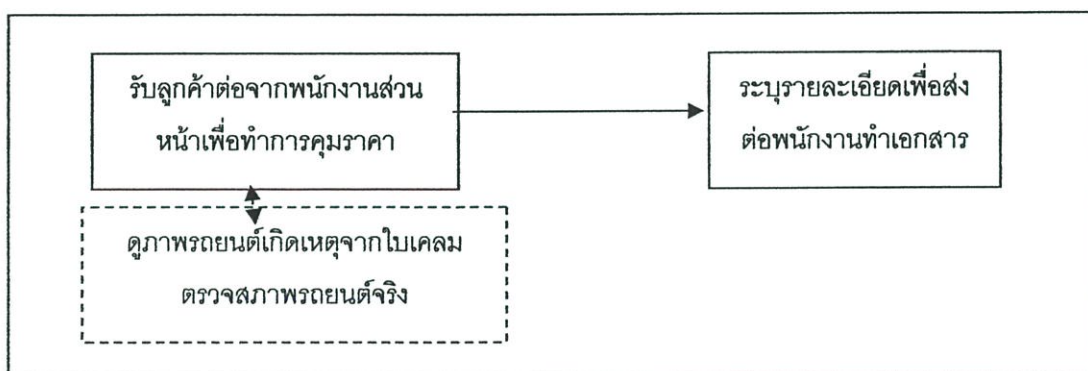
1. รับลูกค้าโดยสอบถามรายละเอียดการเกิดเหตุและความเสียหาย
2. ขอเอกสารที่ใช้ประกอบ คุยรายละเอียดทำใบเคลมและดูรถที่เกิดเหตุกรณีลูกค้านำรถมา
3. ส่งต่อพนักงานคุมราคา
4. เมื่อตกลงราคาได้จึงทำเอกสารตั้งเบิกและให้ลูกค้ารับเงินสดที่ฝ่ายการเงินจ่ายกรณีไม่เกิน 3,000บาทสำหรับคู่กรณีและไม่เกิน5,000บาทสำหรับลูกค้าหรือนัดรับเช็คที่ฝ่ายการเงินจ่ายกรณีเกิน 3,000บาทสำหรับคู่กรณีและเกิน5,000บาทสำหรับลูกค้า



ภาพที่ 4.71 สรุปพฤติกรรมกรปฏิบัติงานของพนักงานรับลูกค้าส่วนหน้า



ภาพที่ 4.72 สรุปพฤติกรรมกรปฏิบัติงานของพนักงานรับลูกค้าส่วนหน้าและพฤติกรรมลูกค้า กรณีลูกค้ายังไม่นำรถไปซ่อม

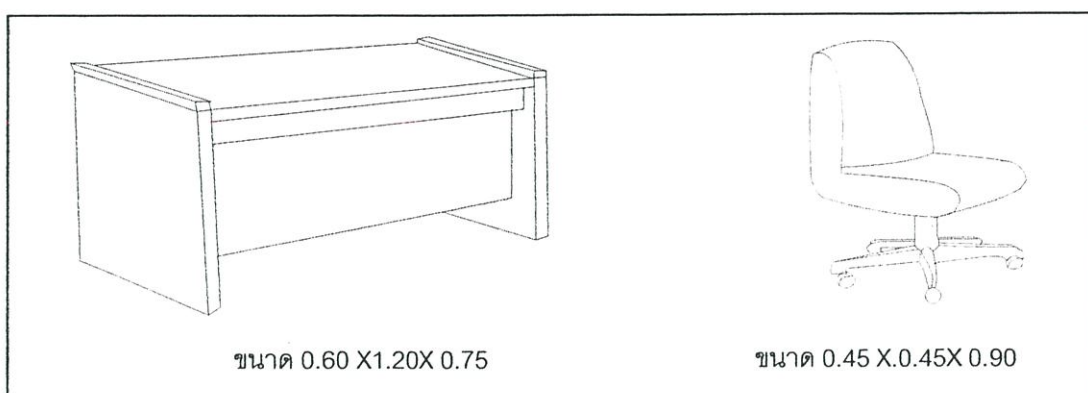


ภาพที่ 4.73 สรุปพฤติกรรมกรปฏิบัติงานของพนักงานคุมราคา

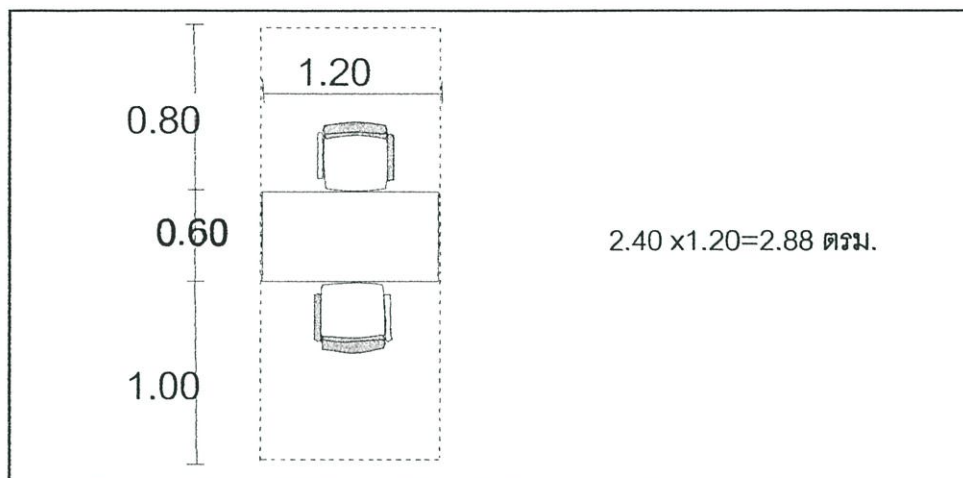
เฟอร์นิเจอร์และการใช้พื้นที่

1. หัวหน้าสินไหมรถยนต์

เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน(ลักษณะเดียวกันทั้งฝ่าย)



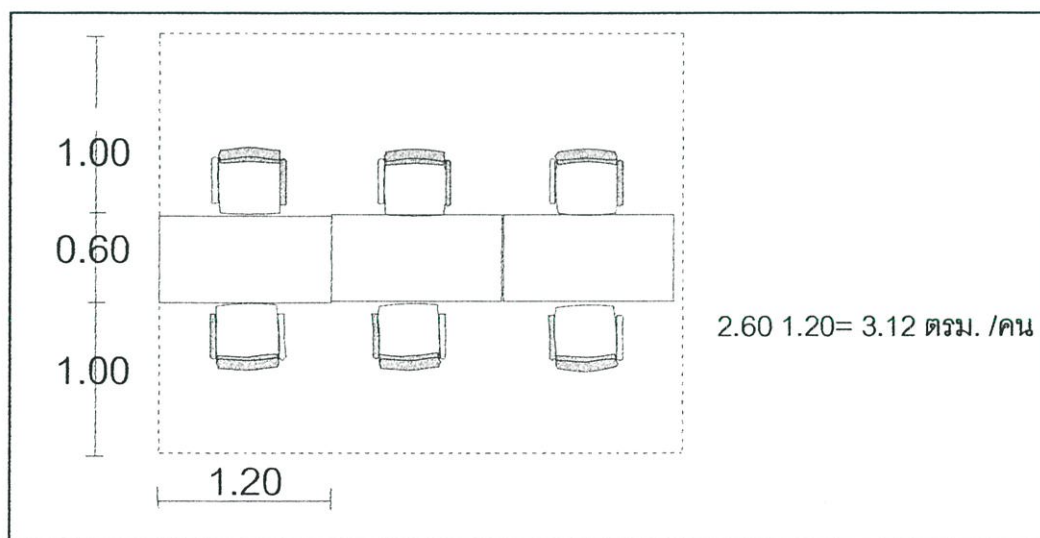
ภาพที่ 4.74 แสดงลักษณะโต๊ะทำงานและเก้าอี้ทำงานหัวหน้าสินไหมอุบติเหตุ



ภาพที่ 4.75 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของหัวหน้าสินไหมอุบติเหตุ

2. ส่วนงานสินไหมรถยนต์หน้าเคาน์เตอร์

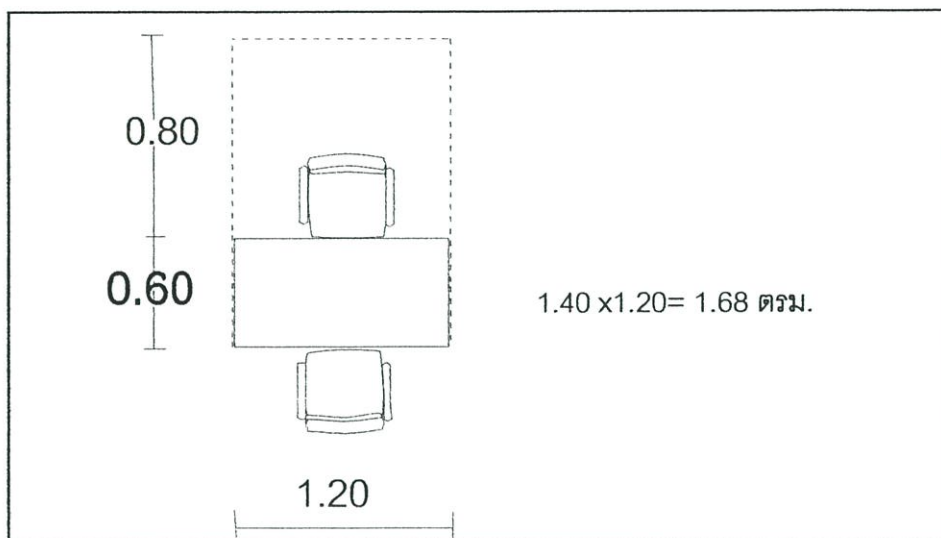
เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน(ลักษณะเดียวกันทั้งฝ่าย)



ภาพที่ 4.76 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนสินไหมอุบติเหตุหน้าเคาน์เตอร์

3. ส่วนงานคุมราคา

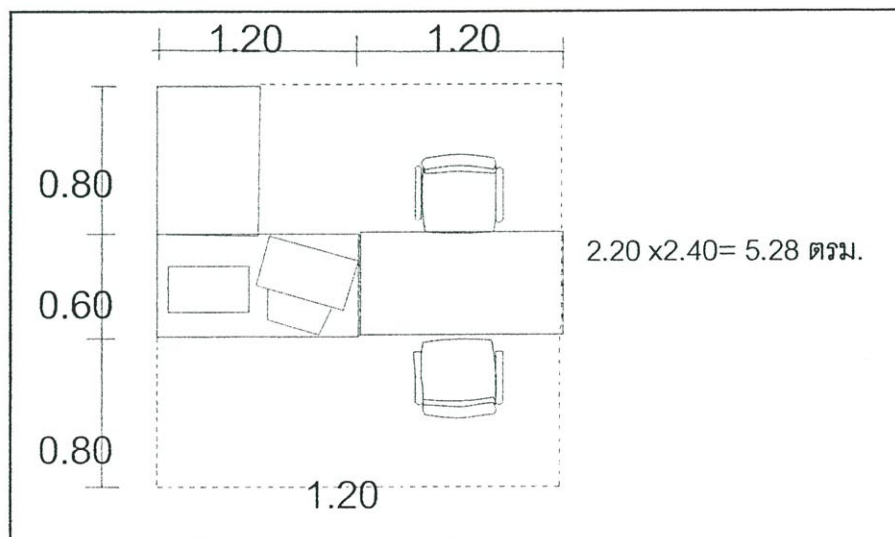
เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน(ลักษณะเดียวกันทั้งฝ่าย)



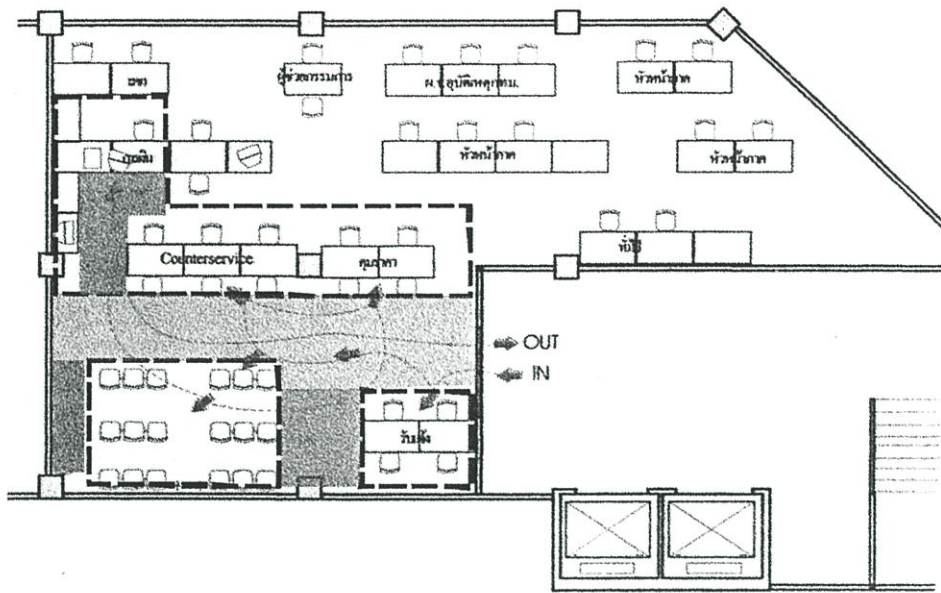
ภาพที่ 4.77 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนคุมราคา

4. ส่วนงานการเงินจ่าย

เฟอร์นิเจอร์เป็นลักษณะสำเร็จรูปกรุลามิเนตสีเทาอ่อน(ลักษณะเดียวกันทั้งฝ่าย)



ภาพที่ 4.78 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานในปัจจุบันของส่วนการเงินจ่าย



ภาพที่ 4.79 แสดงแผนผังของฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุ

พื้นที่บริการสินไหมอุบัติเหตุส่วนหน้ารวม ค่าราคาและการเงินประกอบด้วย

โต๊ะทำงาน A จำนวน 9 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 31 ตรม.

พื้นที่ส่วนพักคอยประกอบด้วย

ที่นั่ง จำนวน 18 ตัว

รวมพื้นที่ทั้งหมด ประมาณ 11 ตรม.

ทางสัญจรร่วมประมาณ 17 ตรม.

ทางสัญจรรองประมาณ 10 ตรม.

สภาพแวดล้อมภายในสินไหมอุบัติเหตุ

จากการสังเกตการณ์ ณ เดือน มีนาคม 2545 จนถึงปัจจุบันพบว่าภายในฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุ ตั้งอยู่บริเวณชั้นหนึ่งของอาคารสำนักงาน ซึ่งบรรยากาศภายในบริเวณปฏิบัติงานเหมือนสำนักงานทั่วไป แต่จะมีลักษณะของความตึงเครียดของงานโดยเฉพาะส่วนคุมราคาอาจมีกรณีตกลงราคากันไม่ได้ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบ้าง ลักษณะการจัดสำนักงานเป็นแบบเปิดโล่งสามารถมองเห็นกันได้ทั้งพื้นที่ เพราะพฤติกรรมการทำงานต้องติดต่อสนทนากันระหว่างปฏิบัติงาน บริเวณที่พักคอยมีจำนวน 18 ที่นั่งซึ่งค่อนข้างคับแคบเพราะมีพื้นที่จำกัดและจากการสังเกตจำนวนที่นั่งไม่เพียงพอกับการใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีการติดตั้งโทรทัศน์ไว้สำหรับบริการลูกค้าเวลารอรับบริการ พื้นที่ภายในทั้งหมดใช้วัสดุปูพื้นเป็นกระเบื้องยางขนาด 30 X 30 ซม. ผ้าม่านก้ออิฐฉาบปูนทาสีขาว ฝ้าเพดานยิปซัมแผ่นเรียบทาสีขาวฝังไฟ กล่องฟลูออเรสเซนต์และภายในยังได้รับแสงธรรมชาติจากหน้าต่างลักษณะเป็นบานกระจกใส ในเรื่องระบบปรับอากาศนั้นได้ติดตั้งเครื่องปรับอากาศแบบแขวนเพดาน ไว้จำนวน 3 ตัว โดยติดไว้บริเวณเพดานด้านบนบนส่วนปฏิบัติงานและส่วนพักคอย



ภาพที่ 4.80 แสดงบรรยากาศการปฏิบัติงานฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุ.



ภาพที่ 4.81 การปฏิบัติงานของพนักงานรับลูกค้าส่วนหน้า



ภาพที่ 4.82 จุดออกเลขเคลม



ภาพที่ 4.83 บริเวณส่วนนั้นพักคอยของลูกค้า



ภาพที่ 4.84 บริเวณส่วนปฏิบัติงานของพนักงานธุรการ



ภาพที่ 4.85 บริเวณส่วนปฏิบัติงานของพนักงานการเงินจ่าย

จากการศึกษาถึงสภาพแวดล้อมและขั้นตอนของการติดต่อสินไหมอุบัติเหตุของพนักงาน และลูกค้า พบว่าบรรยากาศภายในสำนักงานของฝ่ายสินไหมอุบัติเหตุมีขนาดพื้นที่ค่อนข้างคับแคบ บริเวณจุดติดต่อของพนักงานคุมราคามีพื้นที่ไม่เพียงพอกับการบริการทำให้ลูกค้าต้องยืนรอ บริเวณหน้าโต๊ะ ควรจัดพื้นที่สนทนาให้เสริมบรรยากาศเพื่อลดความตึงเครียด

4.2 การศึกษาโครงการเปรียบเทียบ

การศึกษาโครงการเปรียบเทียบบริษัทประกันภัยผู้วิจัยทำการศึกษบริษัทประกันภัย 2 แห่งได้แก่

1. บริษัทวิริยะประกันภัย
2. บริษัททิพยะประกันภัย

เนื่องจากทั้งสองบริษัทเป็นองค์กรประเภทเดียวกันกับองค์กรที่ทำการศึกษาและเป็นบริษัทที่มีความนิยมในอันดับต้นๆ ซึ่งสามารถนำมาเป็นโครงการเปรียบเทียบได้

4.2.1 บริษัทวิริยะประกันภัย

ความเป็นมาขององค์กร

บริษัทวิริยะประกันภัย ดำเนินธุรกิจด้านการประกันวินาศภัยเป็นเวลานานถึง 55 ปี จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อ วันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2500 โดยใช้ชื่อ "บริษัทอาเซียพาณิชยการ (ประกันภัย จำกัด)" และในปี พ.ศ.2524 คณะกรรมการบริษัทได้เริ่มประกอบธุรกิจรับประกันวินาศภัยด้านรถยนต์และด้านเบ็ดเตล็ดเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น "บริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด"

บริษัทวิริยะประกันภัยเป็นบริษัทที่มีความเชื่อมั่นในหลักการดำเนินธุรกิจภายใต้ *คุณธรรม คือนโยบาย* ยึดความถูกต้องเป็นหลักและให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย

ประเภทการดำเนินธุรกิจ

- การประกันภัยรถยนต์
- การประกันอัคคีภัย
- การประกันทางทะเลและขนส่ง
- การประกันเบ็ดเตล็ด

ที่มาของชื่อองค์กร

วิริยะประกันภัยมาจากนามสกุลของผู้ก่อตั้งบริษัทคือ นามสกุล วิริยะพันธ์
นโยบายของบริษัท


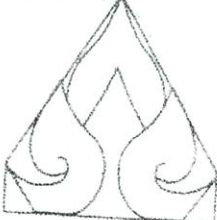

ยึดหลักการดำเนินธุรกิจ "ความเป็นธรรมคือนโยบาย"



ภาพที่ 4.86 ตราสัญลักษณ์ของบริษัทตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

บริษัทวิริยะประกันภัยเล็งเห็นความสำคัญของการสร้างเอกลักษณ์องค์กร (Corporate identity) จึงได้มีการจัดทำเอกลักษณ์องค์กรพร้อมทั้งได้กล่าวถึงประโยชน์ของการสร้างเอกลักษณ์องค์กรไว้ในเอกสารเอกลักษณ์องค์กรว่า

- สามารถบ่งบอกรูปลักษณ์ของตราสัญลักษณ์ที่มีความแน่นอน
- สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างตราสัญลักษณ์ที่มีที่มาจากสิ่งเดียวกันเช่น ดอกบัว
- สามารถจดจำตราสัญลักษณ์ได้อย่างรวดเร็วและมีความเด่นชัด

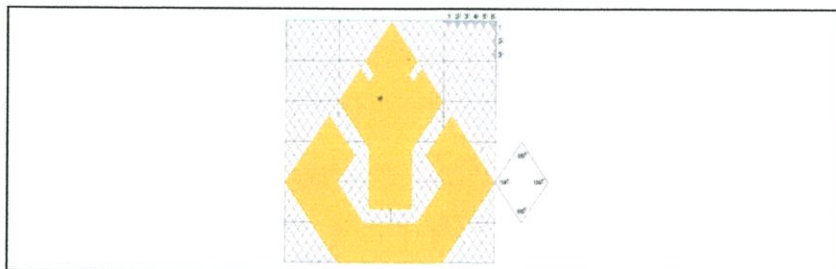
 <p>วิริยะ</p>	<p>สัญลักษณ์ของบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด มีแนวคิดมาจากรูปทรงของดอกบัวตูมในธรรมชาติผสมผสานกับรูปกระจิงเจิมและกระจิงตาอ้อยอันเป็นศิลปะของไทย ทั้งมีการซ่อนตัวอักษร V และ I ซึ่งย่อมาจาก The viriyah insurance โดยมีด้านตัดเป็นฐานมีนัยยะแสดงถึงความมั่นคงของบริษัท</p>
 <p>วิริยะ</p>	<p>ดอกบัว หมายถึง ความดีงามและความเป็นธรรมในการให้บริการ</p>
 <p>วิริยะ</p>	<p>ดอกบัวเป็นดอกไม้ที่แสดงความบริสุทธิ์ นิยมใช้สำหรับบูชาพระรัตนตรัย เนื่องจากเป็นดอกไม้ที่แม้จะเกิดในโคลนตม แต่ก็สามารถผลิตดอกที่สวยงาม หรืออีกนัยหนึ่งหมายถึงคนที่รักษาคุณความดีไว้ได้ แม้จะอยู่ในสภาพแวดล้อมอย่างไรก็ตาม</p>

ภาพที่ 4.87 แสดงแนวคิดของตราสัญลักษณ์บริษัทวิริยะประกันภัย

สัดส่วนและโครงสร้างของสัญลักษณ์

สีของตราสัญลักษณ์

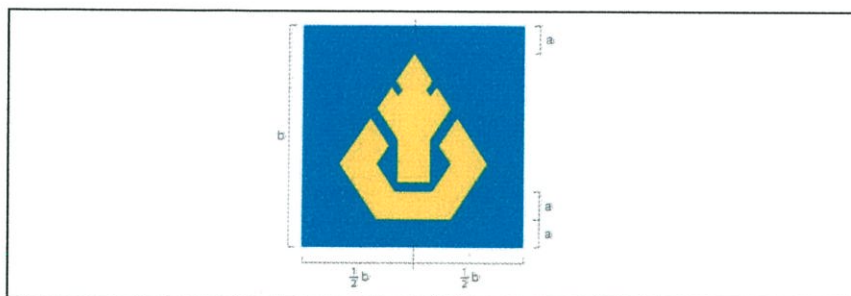
สีเหลืองทอง เป็นสีมงคล หมายถึง ความรุ่งเรือง รุ่งโรจน์ของบริษัทและแสดงถึงความเป็นธรรม ซึ่งเป็นแนวคิดที่ตั้งงามในสังคมไทย สีตราสัญลักษณ์มาตรฐานคือ ตราสัญลักษณ์สีเหลืองทอง บนพื้นสีขาว ดังนั้นตราสัญลักษณ์ของ วิริยะประกันภัยคือ รูปทรงดอกบัวสีเหลืองทอง



ภาพที่ 4.88 ตราสัญลักษณ์บริษัทวิริยะประกันภัย

เงื่อนไขการใช้สีคู่

เนื่องจากสีเหลืองทองเป็นสีที่มีน้ำหนักอ่อน เมื่อมองจากระยะไกลจะกลืนกับพื้นสีขาวและในกรณีที่อยู่กลางแจ้ง เช่น ป้ายหรือกล่องไฟบนอาคาร จะทำให้ตราสัญลักษณ์ไม่เกิดความโดดเด่น จึงกำหนดให้สีน้ำเงินเป็นสีคู่ โดยใช้เป็นสีพื้นและสีของอักษรชื่อบริษัท

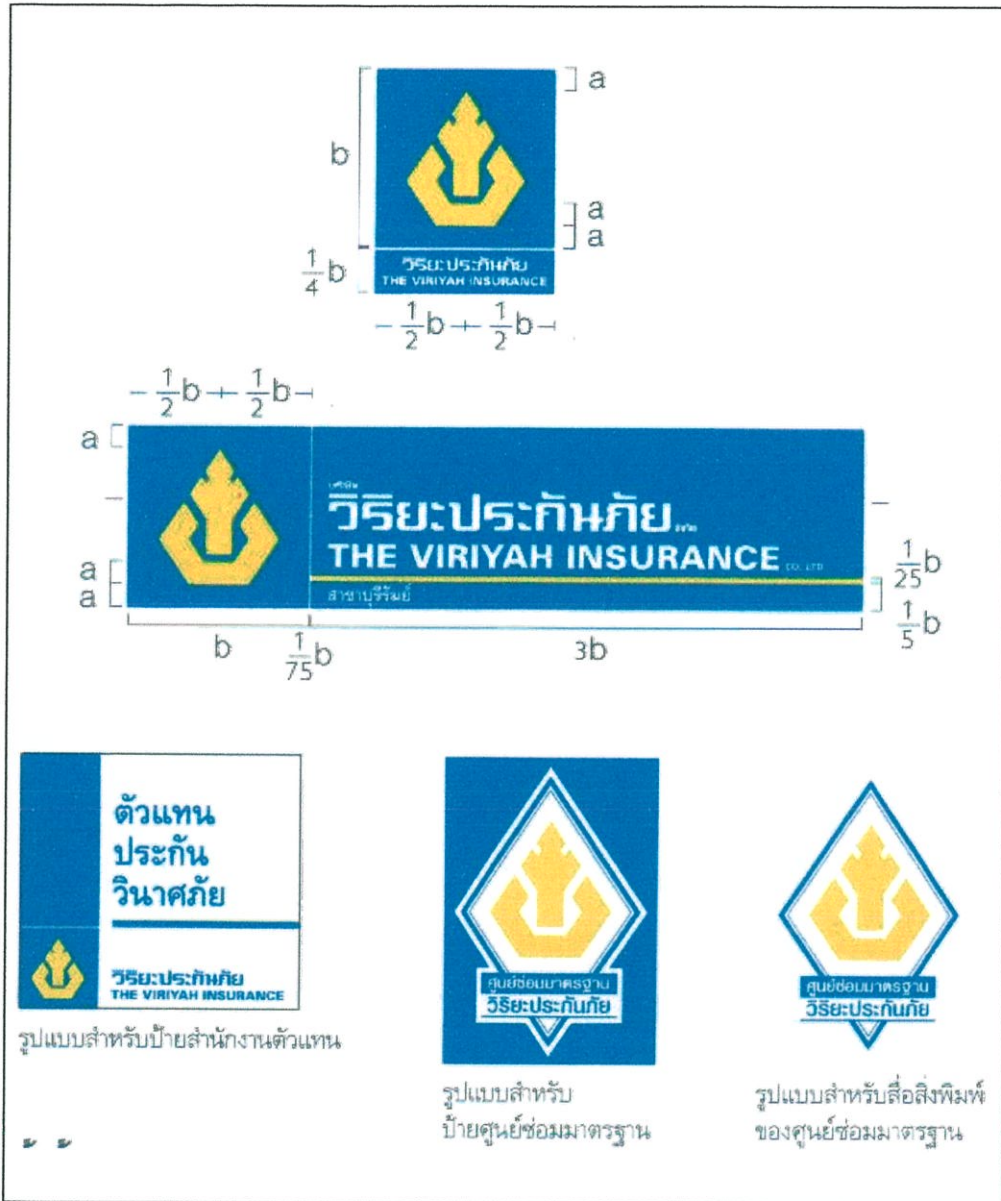


ภาพที่ 4.89 ตราสัญลักษณ์บริษัทวิริยะประกันภัย



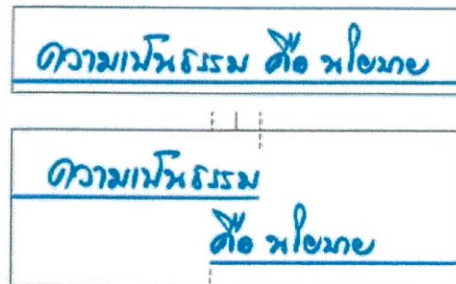
ภาพที่ 4.90 ข้อกำหนดในการจัดวางสัญลักษณ์

การใช้สัญลักษณ์กรณีสีพื้นเป็นสีน้ำเงิน



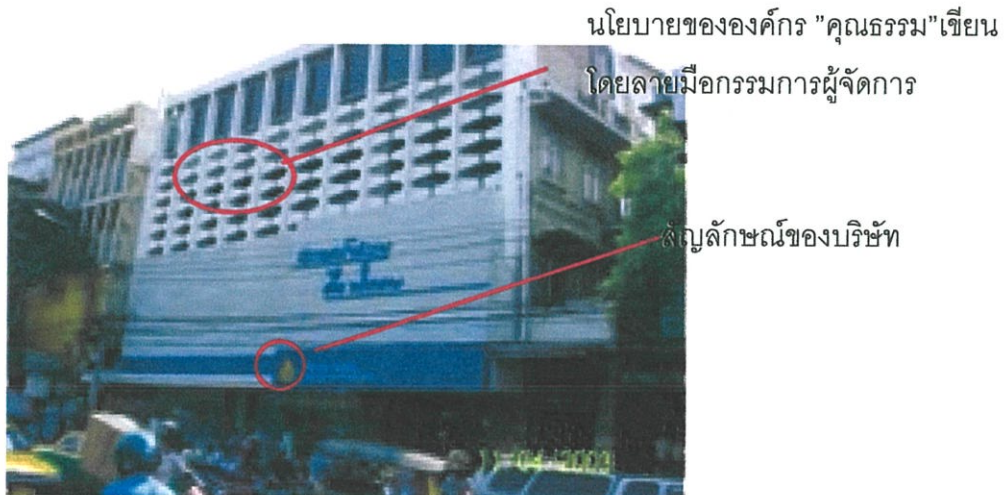
ภาพที่ 4.91 รูปแบบการใช้ตราสัญลักษณ์ในงานประเภทต่างๆ

ข้อกำหนดในการใช้คำขวัญของบริษัท
 คำขวัญของบริษัท ความเป็นธรรมคือ
 นโยบาย โดยต้องเป็นลายมือของกรรมการ
 ผู้จัดการเท่านั้น การใช้สีตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้น
 ขาว



4.2.1.1 ผลสะท้อนถึงการออกแบบสำนักงานทั้งภายในและภายนอก

แนวคิดในการออกแบบ ภายนอกสำนักงานใช้สีน้ำเงิน, สีเหลือง (สีของเอกลักษณ์องค์กร), สีขาว (แสดงถึงความมีคุณธรรม) โดยการออกแบบให้บริเวณด้านหน้าสำนักงานแสดงถึงคุณธรรมที่สื่อออกมาโดยใช้ผนังสีขาวและใช้สีน้ำเงินเขียนลายเส้นผู้บริหารเพื่อสื่อถึงความดูแลห่วงใยอย่างใกล้ชิดกับลูกค้า



ภาพที่ 4.92 แสดงทัศนียภาพด้านหน้าของสำนักงานใหญ่

ในการออกแบบตกแต่งภายในสำนักงานส่วนบริการลูกค้านั้นได้มีแนวความคิดมาจากการใช้ Function ของโครงสร้างฝ่ายต่างๆ โดยการแบ่งเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือสินไหมและรับประกันภัย และใช้แนวคิดของ Clean & Clear สะอาด, สะดวกในการจัดเก็บ, สะดวกในการปฏิบัติงานและสะดวกในการติดต่อและปรึกษางาน



ภาพที่ 4.93 ทัศนียภาพภายในสำนักงานส่วนงานรับประกันภัย

สภาพแวดล้อมภายในสำนักงานรับประกัน ลักษณะโดยทั่วไปใช้โทนสีขาวทั้งผนังและฝ้า ส่วนเฟอร์นิเจอร์สำนักงานเป็นสีออกโทนเทาสว่าง เพื่อคงแนวคิดความสะอาด (Clean) และจัด

สำนักงานแบบเปิดโล่งเพื่อสะดวกในการทำงานตามแนวคิด Clear ส่วนบริเวณที่นั่งพักคอยใช้สีเหลืองซึ่งเป็นสีหนึ่งของสัญลักษณ์องค์กร และให้เกิดเป็นจุดเด่น ฝ้าเพดานเป็นแบบที่บาร์ติดไฟฟลูออเรสเซนต์ ส่วนบริเวณประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นจุดแรกที่ลูกค้ามาติดต่อก่อนส่วนรับประกันและส่วนสินไหม ภายในบริเวณดังกล่าวสื่อถึงบรรยากาศของการต้อนรับโดยการออกแบบให้เคาน์เตอร์มีลักษณะโค้งรับกับฝ้าเพดานด้านบนที่ออกแบบให้มีลักษณะกลมโดยซ่อนไฟไว้ภายในผนังออกแบบโดยใช้วัสดุไม้เพื่อความคลาสสิกและอบอุ่น



ภาพที่ 4.94 ทรรศนียภาพบริเวณส่วนต้อนรับ



ภาพที่ 4.95 ทรรศนียภาพบริเวณส่วนต้อนรับ

4.2.2 บริษัททิพยประกันภัย

ความเป็นมาขององค์กร

บริษัททิพยประกันภัย จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2494 โดย ฯพณฯ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์

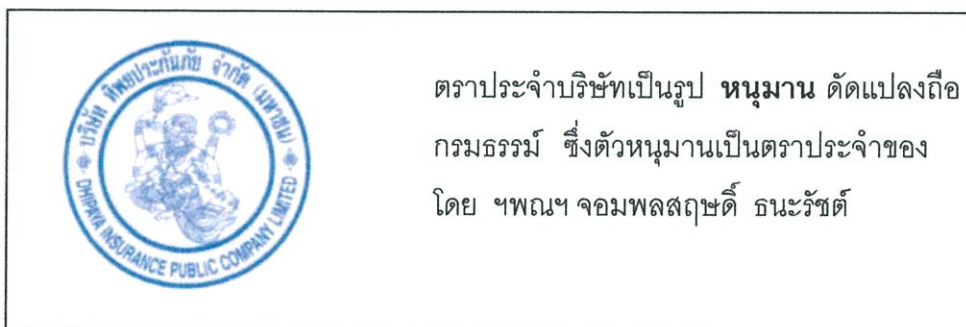
2518 เป็นรัฐวิสาหกิจในกระทรวงการคลัง

2533 บริษัทได้เปิดทำการที่อาคารสำนักงานใหญ่ เป็นอาคาร 7 ชั้น ตั้งอยู่ ณ 63/2 ถนนพระราม 9 ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2533 และได้รับเลือกเป็นบริษัทดีเด่นแห่งปี

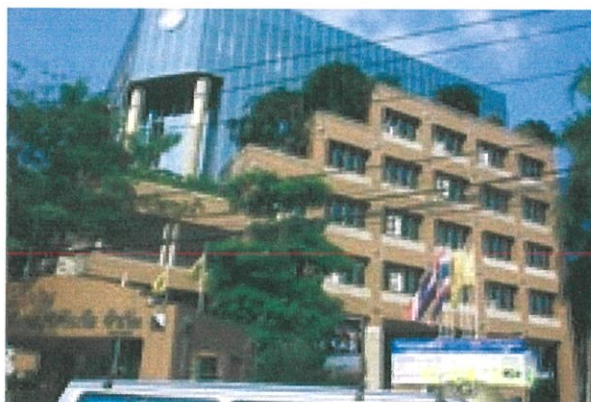
2538 ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน

2542 ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9002 โดยเป็นบริษัทประกันวินาศภัยแห่งแรกของไทยที่ได้รับ ISO 9002 ทุกระบบขององค์กร

คำขวัญขององค์กร "บริษัททิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นในการให้บริการด้วยคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้า"



ภาพที่ 4.96 แสดงตราประจำบริษัททิพยประกันภัย



ภาพที่ 4.97 ทศนิยมภาพด้านหน้าอาคารทิพยประกันภัย

4.2.2.1 ผลสะท้อนถึงการออกแบบสำนักงานทั้งภายในและภายนอก
แนวคิดในการออกแบบคือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยออกแบบให้มีโถงกลางมองเห็น
กิจกรรมระหว่างกัน / มีปฏิสัมพันธ์ และแบ่งแผนกด้วย Pattern พื้น ส่วนสำนักงานที่ติดต่อกัน
โดยตรงกับลูกค่านั้นได้จัดไว้ให้อยู่บริเวณชั้นหนึ่งและชั้นสองของอาคาร



ภาพที่ 4.98 ทรรศนียภาพบริเวณโถงต้อนรับของสำนักงานใหญ่



ภาพที่ 4.99 ภาพบริเวณโถงกลางออกแบบให้เป็น Open space เพื่อเพิ่มการปฏิสัมพันธ์
ระหว่างส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

4.2.3 การศึกษาเปรียบเทียบบริษัทประกันภัย

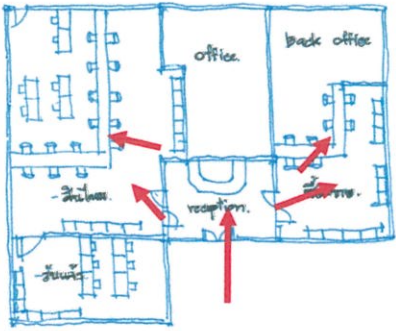

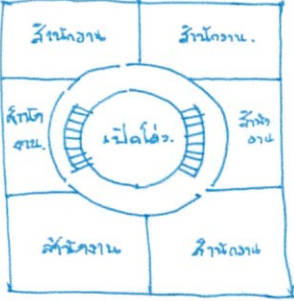

ตารางที่ 4.14 สรุปแนวคิดในการออกแบบของบริษัทประกันภัย

ชื่อองค์กร	วิริยะประกันภัย	ทิพยประกันภัย
ที่มาของชื่อ/ความหมาย	มาจากนามสกุลผู้ก่อตั้งวิริยะพันธ์	-
นโยบาย/คำขวัญ	คุณธรรมคือนโยบาย	มีความมุ่งมั่นในการให้บริการด้วยคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้า
สัญลักษณ์ (Logo)	 <p>V + I +</p> <p>ดอกบัว</p> <p>มาจาก อักษร V และ I ซึ่งย่อมาจาก The viriyah insurance และ ดอกบัวตูมในธรรมชาติผสมผสานกับรูปกระจังเจิมและกระจังตาอ้อยอันเป็นศิลปะของไทย</p>	 <p>ตราประจำบริษัทเป็นรูป หนู มาน ดัดแปลงถือกรมธรรม์ ซึ่ง ตัวหนูมานเป็นตราประจำของ โดย ฯพณฯ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์</p>
สี	 <p>สีเหลืองทอง เป็นสีมงคล หมายถึง ความ รุ่งเรือง รุ่งโรจน์ของบริษัทและแสดงถึงความ เป็นธรรมซึ่งเป็นแนวคิดที่ดั่งงามในสังคมไทย</p>  <p>ไม่ได้มีความหมายใดเป็นพิเศษที่เพิ่มความ โดดเด่น</p>	ไม่ทราบที่มา

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ชื่อองค์กร	วิริยะประกันภัย	ทิพยประกันภัย
<p>ผลสะท้อนในการออกแบบ</p>	 <p>ด้านหน้าของอาคารใช้สีขาวยสื่อถึงคุณธรรม พร้อมทั้งลายมือกรรมการผู้จัดการแสดงถึงความใกล้ชิดเป็นกันเองกับลูกค้า</p>	 <p>ด้วยรูปลักษณะของอาคารแสดงให้เห็นถึงความมั่นคงและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน</p>
<p>แนวคิดในการออกแบบ</p>	  <p>สำนักงาน มีแนวความคิดมาจาก Function ของโครงสร้างของฝ่ายต่างๆ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ สิ้นใหม่ กับรับประกัน</p> <p>แนวคิดในการออกแบบ <i>Clean</i> สะอาด, สะดวกในการจัดเก็บ, สะดวกในการปฏิบัติงานและสะดวกในการติดต่อและปรึกษา งาน</p>	 <p>แนวคิดในการออกแบบ (ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน) โดยออกแบบให้มีโถงกลางมองเห็นกิจกรรมระหว่างกัน / มีปฏิสัมพันธ์ และแบ่งแผนกด้วย Pattern พื้น</p>

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ชื่อองค์กร	วิริยะประกันภัย	ทิพย์ประกันภัย
<p>ผังพื้น</p>	 	 

บทที่ 5

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ศึกษา

การศึกษารอกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้าโดยตรงของบริษัทสัมพันธ์ ประกันภัย ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยหลายส่วน คือ ข้อมูลที่ได้จากการสังเกต พฤติกรรม รวมทั้งลักษณะทางกายภาพของสถานที่ และจากแบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และความพึงพอใจต่อองค์กรโดยแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของบริษัทสัมพันธ์ ประกันภัย จำกัด

เป็นการหาข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อหาความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมของ พนักงานและลูกค้าต่อบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย และแบบสังเกตการณ์แบบไม่เป็นทางการ

5.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ทำการส่งแบบสอบถามแก่พนักงาน ณ สำนักงานบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำนวน 143 คน และลูกค้าหรือผู้รับบริการจำนวน 66 คน โดย เริ่มส่งแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 3 พ.ย. 2546 ถึง วันที่ 30 ธ.ค. 2546 เป็นเวลา 2 เดือน แบบสอบถามมี 2 ชุดดังนี้

ชุดที่ 1 สำหรับพนักงาน แบ่งเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว โดยถามเกี่ยวกับ เพศ, อายุ, ตำแหน่งงาน, ฝ่ายที่ประจำอยู่และระยะเวลาในการทำงาน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมและสถานที่

ตอนที่ 3 ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อส่วนปฏิบัติงาน

ตอนที่ 5 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความประทับใจต่อบริษัท

ชุดที่ 2 สำหรับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว โดยถามเกี่ยวกับ เพศ, อายุ, วุฒิการศึกษา, อาชีพ, รายได้

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลขององค์กร

ตอนที่ 3 การมองภาพลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการบริการ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมและสถานที่

ตอนที่ 6 ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

ตอนที่ 7 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความประทับใจต่อบริษัท

ผลของแบบสอบถาม

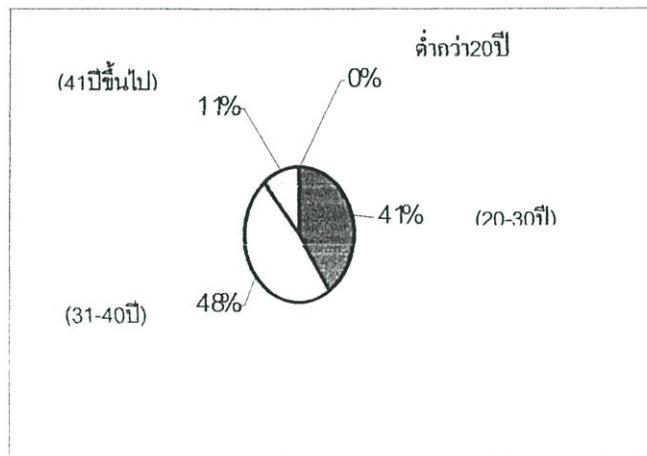
5.1.1.1 ผลของแบบสอบถามชุดที่ 1 (ตอนที่ 1)

1. เพศของกลุ่มตัวอย่าง

ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างหรือพนักงานทั้งหมดจำนวน 143 คน เป็นเพศชาย 36 คน (25.2%), เพศหญิงจำนวน 107 คน (74.8%)

2. อายุของกลุ่มตัวอย่าง

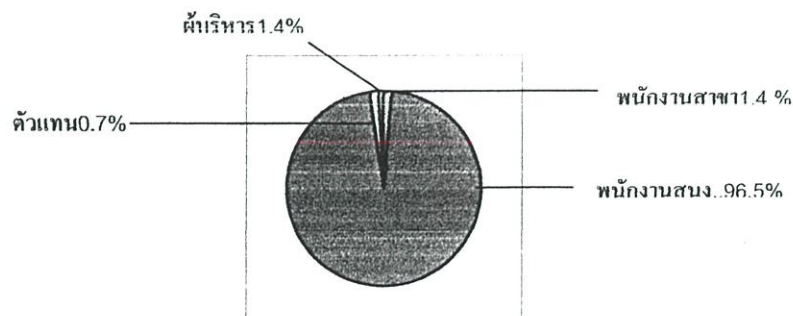
แบ่งช่วงอายุเป็น 4 ช่วง ดังนี้ อายุต่ำกว่า 20 ปีไม่มีผู้ตอบ (0%), อายุ 20-30 ปี จำนวน 58 คน (40.6%), อายุ 31-40 ปี มี 69 คน (48.3%), อายุ 41 ปีขึ้นไป มี 16 คน (11.2%) ดังนั้นสรุปว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 69 คน (48.3%)



ภาพที่ 5.1 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

3. ตำแหน่งงานที่ทำอยู่

เป็นผู้บริหารจำนวน 2 คน (1.4%), พนักงานที่ประจำสำนักงานใหญ่ จำนวน 138 คน (96.5%), พนักงานสาขา จำนวน 2 คน (1.4%), ตัวแทน จำนวน 1 คน (.7%) ดังนั้นพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประจำอยู่ที่สำนักงานใหญ่

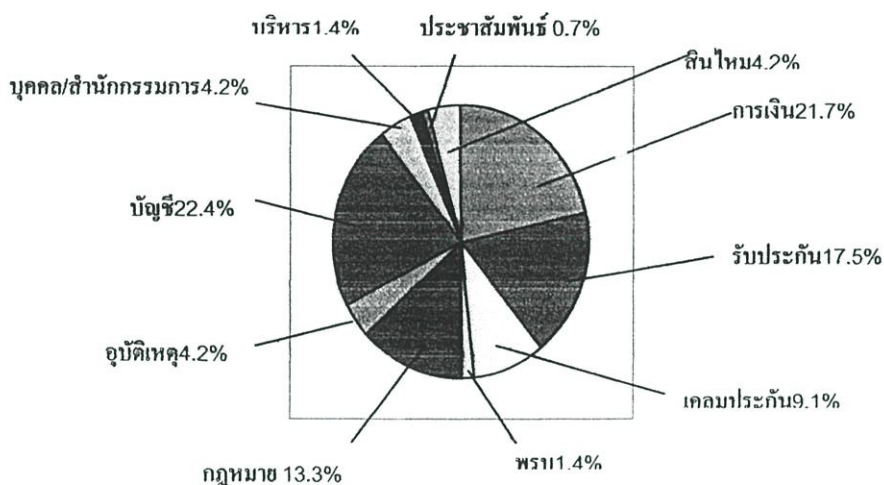


ภาพที่ 5.2 แสดงตำแหน่งงานที่ทำอยู่

4. ฝ่ายที่ประจำอยู่

พนักงานที่ตอบคำถามประจำฝ่ายการเงิน 31 คน (21.7%), ฝ่ายรับประกัน 25 คน (17.5%), ฝ่ายเคลมประกัน 13 คน (9.1%), ฝ่ายพรบ. 2 คน (1.4%), ฝ่ายกฎหมาย 19 คน (13.3%), ฝ่ายสินไหม 6 คน (4.2%), ฝ่ายบัญชี 32 คน (22.4%), ฝ่ายอุบัติเหตุ 6 คน (4.2%), ผู้บริหาร 2 คน (1.4%), ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 1 คน (0.7%), ฝ่ายบุคคล 6 คน (4.2%)

ดังนั้นพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานฝ่ายบัญชี



ภาพที่ 5.3 แสดงฝ่ายที่ประจำอยู่

5. ระยะเวลาที่ทำงานในบริษัท

ระยะเวลาแบ่งเป็น ทำงานน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 22 คน (15.4%), 6เดือน-1 ปี จำนวน 21 คน (14.7%), 1-2 ปี จำนวน 20 คน (14%), 2-3 ปี จำนวน 21คน (14.7%), 3ปีขึ้นไป จำนวน 59 คน (41.3%) ดังนั้นพนักงานที่ตอบคำถามส่วนใหญ่ทำงาน3ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมและสถานที่

ตารางที่ 5.1 แสดงความคิดเห็นของพนักงานต่อสภาพแวดล้อมในสำนักงานใหญ่บริษัทสัมพันธ์
ประกันภัย จำกัด

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
1.ทำเลที่ตั้งมี ความ เหมาะสม	11.2%	44.1%	43.4%	.7%	.7%
2.ความ สะดวกใน การเดินทาง ไปบริษัท	17.5%	39.2%	37.1%	4.2%	2.1%
3.ความ ชัดเจนของ ป้ายชื่อบริษัท (logo)	25.2%	45.5%	24.5%	4.9%	-
4.บริเวณส่วน ต้อนรับพัก คอย กว้างขวาง และมีความ สะดวกสบาย	1.4%	7%	51%	29.4%	11.2%
5.ความมี ระเบียบ เรียบร้อย ภายในบริษัท	1.4%	17.5%	57.3%	19.6%	4.2%

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) แสดงความคิดเห็นของพนักงานต่อสภาพแวดล้อมในสำนักงานใหญ่บริษัท
สัมพันธ์ประกนภัย จำกัด

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
6.ระบบแสงสว่าง	5.6%	34.3%	51.7%	7.7%	.7%
7.ความสะอาด	2.1%	17.5%	58%	18.2%	4.2%
8.อุณหภูมิพอเหมาะ	1.4%	24.5%	58.7%	13.3%	2.1%
9.ความเงียบสงบ	.7%	11.9%	58.7%	20.3%	8.4%
10.การตกแต่งภายในบริษัท	-	11.2%	52.4%	28.7%	7.7%
11.การจัดพื้นที่ภายในบริษัท	-	11.9%	51.7%	26.6%	9.8%

จากตารางสรุปได้ว่าพนักงานกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อทำเลที่ตั้งและการเดินทางมาสำนักงานใหญ่มีความสะดวกและเหมาะสมดี ส่วนเรื่องความชัดเจนของป้ายมีความคิดเห็นในเชิงบวกคือมีความชัดเจนดีมาก แต่ในด้านกายภาพในสำนักงานใหญ่นั้น ในเรื่องความสะดวกสบาย, ความกว้างขวางของบริเวณต้อนรับพักคอย มีความคิดเห็นเชิงปานกลางค่อนข้างลบแสดงว่าบริเวณดังกล่าวมีความแออัดและไม่สะดวกสบายเท่าที่ควร ในเรื่องความมีระเบียบเรียบร้อย, ความสะอาดและความเงียบสงบนั้นกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงปานกลางค่อนข้างลบแสดงว่ายังไม่ถือว่าสะอาดเรียบร้อย และภายในสำนักงานอาจมีเสียงบ้างแต่ไม่ถือว่ารบกวน ด้านแสงสว่างกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงปานกลางค่อนข้างดีแสดงว่าแสงมีความเหมาะสมสุดทำยในเรื่องการตกแต่งภายในและการจัดพื้นที่ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นเชิงปานกลางค่อนข้างลบ แสดงว่าในด้านการตกแต่งภายในและการจัดพื้นที่ยังไม่ดีนักควรปรับปรุง

ตอนที่ 3 ความความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 5.2 แสดงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ต้องการมากที่สุด	ต้องการ	ปานกลาง	ต้องการน้อย	ไม่ต้องการเลย
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
1.ห้องบริการลูกค้า ส่วนกลาง (โดยลูกค้าสามารถติดต่อกับบริษัทได้ที่จุดเดียว (one stop service)	40.6%	42%	14%	.7%	2.8%
2.ลูกค้าติดต่อกับบริษัทตามฝ่ายต่างๆที่ ต้องการ	19.6%	58%	20.3%	2.1%	- -
3.มีบัตรคิว เพื่อเข้ารับบริการ	26.6%	46.2%	21%	2.1%	6 4.2%
4.มีป้ายบอก ขั้นตอนการใช้บริการ	37.8%	48.3%	13.3%	.7%	- -
5.มีนิตยสาร เอกสาร หนังสือพิมพ์ บริเวณส่วน ติดต่อพักคอย	44.1%	47.6%	8.4%	-	- -
6.บริการ เครื่องดื่ม บริเวณพัก คอย	28.7%	5.9%	14%	.7%	.7%

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) แสดงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ต้องการมากที่สุด	ต้องการ	ปานกลาง	ต้องการน้อย	ไม่ต้องการเลย
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
7. โทรศัพท์	21.7%	47.6%	26.6%	2.8%	1.4%
8. โทรทัศน์	19.6%	47.6%	25.2%	4.9%	2.8%
9. เสียงเพลง	28.7%	42%	25.2%	2.8%	1.4%
10. ที่นั่งพักผ่อน	47.6%	39.9%	9.1%	1.4%	2.1%

จากผลสรุปแบบสอบถามตอนที่ 3 พบว่า พนักงานมีความต้องการห้องบริการลูกค้า ส่วนกลาง (โดยลูกค้าสามารถติดต่อกับบริษัทได้ที่จุดๆเดียว (One stop service) มากที่สุดและ ขณะเดียวกันพนักงานก็ต้องการให้ลูกค้าติดต่อกับบริษัทตามฝ่ายต่างๆที่ต้องการ และในเรื่อง ของความต้องการอื่นๆได้แก่บัตรคิวเพื่อเข้ารับบริการ, ป้ายบอกขั้นตอนการใช้บริการ, นิตยสาร เอกสาร หนังสือพิมพ์บริเวณส่วนติดต่อพักคอย, บริการเครื่องดื่มบริเวณพักคอย, โทรศัพท์, โทรทัศน์, เสียงเพลง นั้นพนักงานมีความต้องการให้มีส่วนดังกล่าว และพนักงานต้องการให้มีที่นั่งพักผ่อน มากที่สุดอาจเนื่องจากปัจจุบันที่นั่งพักคอยมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอกับลูกค้า

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อส่วนปฏิบัติงาน

1. ท่านคิดว่าพื้นที่บริเวณส่วนปฏิบัติงานของท่านมีความเพียงพอหรือไม่

ตารางที่ 5.3 แสดงคำตอบความเพียงพอของพื้นที่ปฏิบัติงาน

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
เพียงพอ	43	30.1%
ไม่เพียงพอ	100	69.9%

2. ท่านคิดว่าควรมีโคมไฟสำหรับโต๊ะทำงานของท่านหรือไม่

ตารางที่ 5.4 แสดงคำตอบเรื่องความต้องการโคมไฟสำหรับโต๊ะทำงาน

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
ควร	10	7%
ไม่ควร	133	93%

3. ท่านคิดว่าโต๊ะทำงานของท่านควรมีส่วนกัน (Partition) ระหว่างโต๊ะทำงานผู้อื่นหรือไม่
ตารางที่ 5.5 แสดงคำตอบเรื่องการมีส่วนกัน (Partition) ระหว่างโต๊ะทำงาน

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
ควร	53	37.1%
ไม่ควร	90	62.9%

4. ท่านคิดว่ารูปแบบโต๊ะและเก้าอี้ทำงานที่ใช้ในปัจจุบันมีความเหมาะสมกับการทำงานของท่านหรือไม่

ตารางที่ 5.6 แสดงคำตอบเรื่องความเหมาะสมของรูปแบบโต๊ะและเก้าอี้ทำงาน

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
เหมาะสม	89	62.2%
ไม่เหมาะสม	54	37.8%

5. ท่านคิดว่าโต๊ะทำงานของท่านควรมีลักษณะใดเพื่อสะดวกในการทำงาน

ตารางที่ 5.7 แสดงคำตอบเรื่องลักษณะการจัดโต๊ะทำงาน

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
1.แบบนั่งหันหน้าทางเดียวกัน	69	48.3%
2.แบบปัจจุบันที่นั่งทำงานอยู่	68	47.6%
3.แบบหันหน้าชนกัน	4	2.8%
4.แบบหันหลังชนกัน	2	1.4%

6. ท่านคิดว่าชั้นเก็บเอกสารของท่านมีความเพียงพอหรือไม่

ตารางที่ 5.8 แสดงคำตอบเรื่องความเพียงพอของชั้นเก็บเอกสาร

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
เพียงพอ	17	11.9%
ไม่เพียงพอ	126	88.1%

สรุปความคิดเห็นของแบบสอบถามตอน 4 ดังนี้

พนักงานกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าส่วนปฏิบัติงานและชั้นเก็บเอกสารมีพื้นที่ไม่เพียงพอ และโต๊ะทำงานไม่ควรมีส่วนกัน (Partition) ระหว่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการปฏิบัติงานเนื่องจากเป็นการทำงานที่ต้องติดต่อพูดคุยหรือส่งเอกสารให้กันในช่วงปฏิบัติงานจึงไม่จำเป็นต้องมีส่วน

กัน และพนักงานได้ให้ความคิดเห็นว่ารูปแบบโต๊ะและเก้าอี้ทำงานมีความเหมาะสมในการทำงานในเรื่องการจัดตำแหน่งโต๊ะทำงานพนักงานต้องการให้โต๊ะหันไปในทิศทางเดียวกัน

ตอนที่ 5 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความประทับใจต่อบริษัท

ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามปลายเปิดซึ่งสามารถเสริมในด้านเอกลักษณ์ของบริษัทโดยให้คำถามว่าเมื่อเข้ามาในบริษัทสัมพันธ์กับกันยกย่ามีความประทับใจด้านใดมากที่สุด จากคำตอบสามารถสรุปและจัดกลุ่มเรียงลำดับได้ดังนี้

1. ประทับใจหัวหน้างาน/หัวหน้าแผนก/ผู้บริหาร"มีวิสัยทัศน์" (25%)
2. เพื่อนร่วมงาน (22.4%)
3. นโยบาย/กฎ/กติกาใช้ระหว่างซ่อม (14.5%)
4. การบริการของบริษัทต่อลูกค้า (10.5%)
- เปิดโอกาสให้พนักงานที่พิการร่วมทำงาน (10.5%)
5. ไม่ประทับใจเลย (9.2%)
6. ความสะดวกสบายในการเดินทางมาสำนักงานและรูปลักษณ์ของสำนักงานที่ใหญ่โต (7.9%)

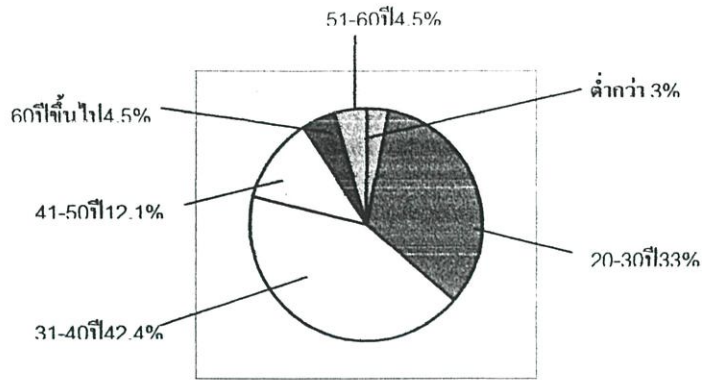
5.1.1.2 ผลของแบบสอบถามชุดที่ 2 (ตอนที่ 1)

1. เพศของกลุ่มตัวอย่าง

ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ใช้บริการทั้งหมดจำนวน 66 คน เป็นเพศชาย 54 คน (81.78 %), เพศหญิงจำนวน 12 คน (18.2%)

2. อายุของกลุ่มตัวอย่าง

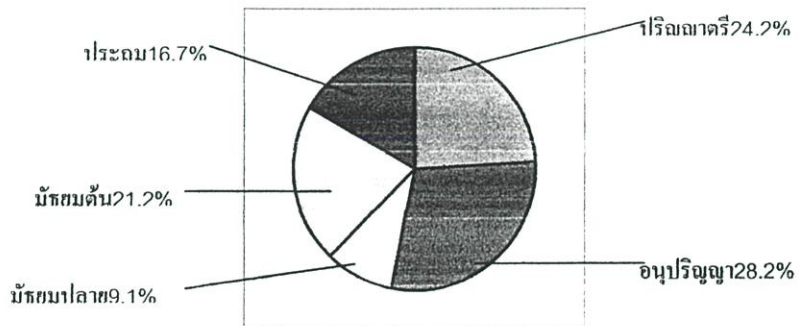
แบ่งช่วงอายุเป็น 6 ช่วง ดังนี้ อายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 2 คน (3%), อายุ 20-30ปี จำนวน 22 คน (33%), อายุ 31-40 ปี มี 28คน (42.4%), อายุ 41-50ปี มี 8 คน (12.1%), อายุ51-60ปี จำนวน 3 คน (4.5%), อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 3คน (4.5%) ดังนั้นสรุปว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อายุ 31-40 ปี จำนวน 28คน (42.4%)



ภาพที่ 5.4 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

3. วุฒิการศึกษา

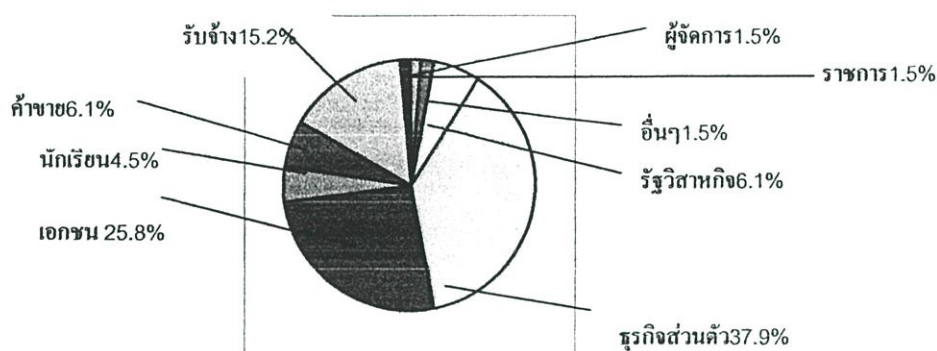
การศึกษาพบว่าระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 16 คน (24.2%), ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าจำนวน 19 คน (28.2%), ระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่าจำนวน 6 คน (9.1%), ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 14 คน (21.2%), ระดับประถมศึกษาจำนวน 11 คน (16.7%) สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่ามากที่สุด



ภาพที่ 5.5 แสดงวุฒิการศึกษาของผู้ใช้บริการ

4. อาชีพ

อาชีพมีดังนี้ ผู้จัดการจำนวน 1 คน (1.5%), รับราชการจำนวน 1 คน (1.5%), พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 4 คน (6.1%), ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 25 คน (37.9%), พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 17 คน (25.8%), นักเรียน นิสิต นักศึกษาจำนวน 3 คน (4.5%), ค้าขายจำนวน 4 คน (6.1%), รับจ้างทั่วไปจำนวน 10 คน (15.2%), อื่นๆจำนวน 1 คน (1.5%) ดังนั้นอาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการคือประกอบธุรกิจส่วนตัว

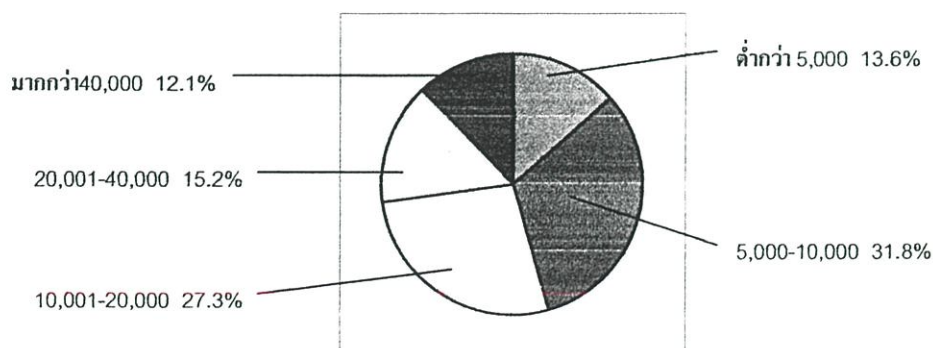


ภาพที่ 5.6 แสดงอาชีพผู้รับบริการ

5. รายได้ต่อเดือน

รายได้ถูกแบ่งเป็น 5 กลุ่มซึ่งมีผลดังนี้ รายได้ต่ำกว่า 5,000บาท จำนวน 9 คน (13.6), รายได้ 5,001-10,000บาท จำนวน 21 คน (31.8), รายได้ 10,001-20,000บาท จำนวน 18 คน (27.3),

รายได้ 20,001-40,000บาท จำนวน 10 คน (15.2), รายได้ มากกว่า40,000บาท จำนวน 8 คน (12.1) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000บาท



ภาพที่ 5.7 แสดงรายได้ต่อเดือนของลูกค้า

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลขององค์กร

ตารางที่ 5.9 สาเหตุที่ติดต่อกับบริษัท

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
1.เป็นลูกค้าผู้ทำประกัน	19	28.8%
2.คู่กรณี	27	40.9%
3.เคลมประกัน	12	18.2%
4.ติดต่อธุรกิจ	7	10.6%
5.อื่นๆ...	1	1.5%

ตารางที่ 5.10 ผู้รับบริการมาติดต่อกับฝ่ายใดในบริษัท

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
1.การเงิน	5	7.6
2.รับประกัน	4	6.1
3.เคลมประกัน	27	40.9
4.บริการ	1	1.5
5.พรบ.	1	4.5
6.กฎหมาย	-	-
6.สินไหม	26	39.4

จากตารางที่ 5.11 และตารางที่ 5.12 สังเกตได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคู่กรณี เนื่องจากผู้วิจัยส่งแบบสอบถามในจุดที่มีผู้มาติดต่อ ซึ่งก็คือส่วนเคลมประกันจะมีผู้มาติดต่อมากที่สุด สังเกตว่าฝ่ายอื่นๆเช่นฝ่ายการเงินจะมีผู้มาติดต่อค่อนข้างน้อยเนื่องจากบริษัทประกันภัยจะมีตัวแทนเป็นตัวกลางระหว่างลูกค้ากับบริษัท จึงทำให้ลูกค้าที่มาติดต่อกับบริษัทอาจเกิดอุบัติเหตุมาเคลมประกันหรือมารับสินไหมทดแทน

ตารางที่ 5.11 กรณีที่ผู้รับบริการเป็นลูกค้าของบริษัท เหตุผลใดที่ตัดสินใจทำประกันภัยกับบริษัท

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
1.เชื่อมั่นในบริษัท	13	19.7%
2.บุคคลอื่นแนะนำ	15	22.7%
3.ประทับใจในการบริการต่างๆ	33	50%
4.อื่นๆ	5	7.6%

ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่ตัดสินใจทำประกันภัยกับบริษัทเนื่องจากประทับใจในการบริการต่างๆ

ตารางที่ 5.12 ผู้รับบริการรู้จักกับบริษัทเพราะเหตุใด

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
1.โฆษณาตามสื่อต่างๆ	17	25.8%
2.คำบอกเล่าจากบุคคลอื่น	13	19.7%
3.ป้ายสติ๊กเกอร์ตามหน้ารถ	27	40.9%
4.อื่นๆ	9	13.6%

ผู้รับบริการส่วนใหญ่รู้จักกับบริษัทเพราะเห็นป้ายสติ๊กเกอร์ตามหน้ารถแสดงให้เห็นว่าป้ายสติ๊กเกอร์หน้ารถซึ่งเป็นรูปตราของบริษัทเป็นที่รู้จักและจดจำของลูกค้า

ตารางที่ 5.13 เคยแนะนำให้บุคคลอื่นทำประกันกับบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
1.เคยแนะนำ	32	48.5%
2.ไม่เคยแนะนำ	34	51.5%

ผู้มารับบริการส่วนใหญ่ไม่เคยแนะนำให้บุคคลอื่นทำประกันกับบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย แต่สังเกตได้ว่าจำนวนผู้ตอบเคยแนะนำและไม่เคยแนะนำมีเปอร์เซ็นต์ใกล้เคียงกันซึ่งยังไม่ชัดเจน

ตารางที่ 5.14 รู้จักตราสัญลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	เปอร์เซ็นต์%
1.รู้จัก	48	72.7%
2.ไม่รู้จัก	18	27.3%

ผลของตารางที่ 5.15 สอดคล้องกับตารางที่ 5.16 คือคนส่วนใหญ่รู้จักตราสัญลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย

ตอนที่ 2 การมองภาพลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

ตารางที่ 5.15 ภาพลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

คำถาม	ความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
1.บริษัท สัมพันธ์ ประกันภัย จำกัด มีความ น่าเชื่อถือใน การดำเนิน ธุรกิจ	12.1%	37.9%	50%	-	-
2.บริษัท สัมพันธ์ ประกันภัย จำกัดมี จริยธรรมใน การดำเนิน ธุรกิจและไม่ เอาวัดเอา เปรียบลูกค้า	9.1%	28.8%	56.1%	3%	3%
3.บริษัท สัมพันธ์ ประกันภัย จำกัด มี ความสัมพันธ์ อันดีกับลูกค้า	27.3%	25.8%	42.4%	4.5%	-

ตารางที่ 5.15 (ต่อ) ภาพลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

คำถาม	ความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
4.บริษัท สัมพันธ์ ประกันภัย จำกัด มี เทคโนโลยีที่ ทันสมัย	12.1%	30.3%	53%	4.5%	
5.บริษัท สัมพันธ์ ประกันภัย จำกัด เป็น องค์กรที่สามารถ สร้างสรรค์ และทำ ประโยชน์ ให้แก่สังคม	12.1%	28.8%	56.1%	3%	-
6.ราคา กรมธรรม์ได้ มาตรฐาน	6.1%	24.2%	66.7%	1.5%	1.5%
7.ได้รับเบี้ย ประกันภัย อย่างรวดเร็ว	7.6%	15.2%	63.6%	12.1%	1.5%
8.ท่านคิดว่า จะทำ ประกันภัยกับ บริษัทแห่งนี้ ให้นานที่สุด	13.6%	13.6%	68.2%	1.5%	3%

จากตารางสรุปได้ว่าโดยรวมผู้รับบริการมีทัศนคติเชิงปานกลางค่อนข้างน้อยไปทางบวกดังนี้คือ
ด้านความน่าเชื่อถือมีความเห็นเชิงปานกลางค่อนข้างน้อยไปทางบวกและไม่มีผู้ตอบทาง

ด้านลบ

ในด้านความมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและไม่เอาัดเอาเปรียบลูกค้านั้นมีความเห็น
เชิงปานกลางค่อนข้างไปทางบวก

ความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ามีความเห็นเชิงปานกลางค่อนข้างไปทางบวก

เทคโนโลยีที่ทันสมัยและความสามารถสร้างสรรค์และทำประโยชน์ให้แก่สังคมมีความเห็น
เชิงปานกลางค่อนข้างไปทางบวก และไม่มีผู้ใดให้คำตอบในทางลบ

ในเรื่องราคากรมธรรม์ได้มาตรฐานและความรวดเร็วในการได้รับเบี้ยประกันภัยมี
ความเห็นเชิงปานกลางค่อนข้างบวก และสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเชิงปานกลางต่อ
การที่จะทำประกันกับบริษัทได้นานที่สุดแสดงว่าอาจจะทำให้นานหรือเลิกทำก็ได้

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการบริการ

ตารางที่ 5.16 ความพึงพอใจในการบริการ

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
1.ความสุภาพ และเป็น กันเองของ พนักงาน	27.3%	40.9%	30.3%	1.5%	-
2.พนักงานมี ใบหน้าที่ยิ้ม แย้มแจ่มใส	30.3%	33.3%	31.8%	4.5%	-
3.ขั้นตอนใน การติดต่อและ บริการมีความ สะดวกรวดเร็ว	15.2%	39.4%	37.9%	6.1%	1.5%
4.พนักงาน บริษัทมี ความสามารถ ในการบริการ	16.7%	40.9%	40.9%	1.5%	-
5.พนักงาน ปฏิบัติต่อ ผู้รับบริการ เป็นอย่างดี	18.2%	40.9%	39.4%	1.5%	-

ตารางที่ 5.16 ความพึงพอใจในการบริการ(ต่อ)

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
6.บริการตรงต่อเวลา	9.1%	40.9%	40.9%	7.6%	1.5%
7.มีความอบอุ่นในเมื่อมาใช้บริการและทำประกันภัยกับบริษัท	21.2%	27.3%	45.5%	6.1%	-

จากตารางสรุปได้ว่าลูกค้ามีความคิดเห็นในเชิงบวกต่อการบริการในเรื่องคุณภาพเป็นกันเองของพนักงาน พนักงานมีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส ขั้นตอนการติดต่อมีความสะดวก พนักงานมีความสามารถในการบริการและปฏิบัติต่อผู้รับบริการเป็นอย่างดี พนักงานมีการบริการที่ตรงต่อเวลาและลูกค้ามีความอบอุ่นใจเมื่อใช้บริการกับบริษัท แต่มีข้อสังเกตบางประการในเรื่องความพึงพอใจในการบริการพบว่า มีลูกค้า 1.5% ที่ตอบความคิดเห็นในเชิงน้อยที่สุด 2 ข้อ คือเรื่องความสะดวกรวดเร็วของขั้นตอนการติดต่อและการบริการตรงต่อเวลา แสดงว่าลูกค้ากลุ่มดังกล่าวพบข้อบกพร่องของการบริการ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมและสถานที่

ตารางที่ 5.17 แสดงความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมและสถานที่

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
1.ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม	16.7%	30.3%	47%	4.5%	1.5%
2.ความสะดวกในการเดินทางไปบริษัท	18.2%	25.8%	48.5%	6.1%	1.5%
3.ความชัดเจนของป้ายชื่อบริษัท (logo)	25.8%	33.3%	33.3%	6.1%	1.5%
4.บริเวณส่วนต้อนรับพักคอยกว้างขวางและมีความสะดวกสบาย	10.6%	27.3%	51.5%	9.1%	1.5%
5.ความมีระเบียบเรียบร้อยภายในบริษัท	9.1%	36.4%	43.9%	10.6%	-

ตารางที่ 5.17 (ต่อ) แสดงความคิดเห็นของพนักงานต่อสภาพแวดล้อมในสำนักงานใหญ่บริษัท
สัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
6.ระบบแสงสว่าง	7.6%	54.5%	34.8%	3%	-
7.ความสะอาด	12.1%	48.5%	33.3%	6.1%	-
8.อุณหภูมิพอเหมาะ	7.6%	48.5%	40.9%	3%	-
9.ความเงียบสงบ	3%	16.7%	66.7%	12.1%	-
10.การตกแต่งภายในบริษัท	9.1%	25.8%	56.1%	7.6%	1.5%
11.การจัดพื้นที่ภายในบริษัท	4.5%	28.8%	51.5%	10.6%	4.5%

จากตารางสรุปได้ว่าลูกค้ามีความคิดเห็นในเชิงปานกลางค่อนข้างไปทางบวกต่อสภาพแวดล้อมและสถานที่ ในเรื่องทำเลที่ตั้ง การเดินทางมาสำนักงานใหญ่ ความชัดเจนของป้าย บริเวณส่วนต้อนรับพักคอย ความมีระเบียบเรียบร้อยในส่วนบริการ ระบบแสง ความสะอาด อุณหภูมิ ความเงียบสงบ การตกแต่งและการจัดพื้นที่ แต่มีข้อสังเกตบางประการพบว่าลูกค้า 1.5% ตอบความคิดเห็นในเชิงน้อยที่สุดถึง 5 ข้อ คือ เห็นว่าทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม ไม่สะดวกในการเดินทางมาสำนักงานใหญ่ ป้ายไม่ชัดเจน บริเวณส่วนต้อนรับพักคอยไม่คอกว้างขวางและสะดวกสบาย การตกแต่งภายในยังไม่มีดี นอกจากนี้ยังมีลูกค้า 4.5% ที่ตอบในเชิงลบคือน้อยที่สุดในเรื่องการจัดพื้นที่ภายในบริษัท แสดงให้เห็นว่าลูกค้าในกลุ่มดังกล่าวพบข้อบกพร่องของการบริการ ซึ่งมีส่วนสอดคล้องกับข้อมูลจากการสังเกตการณ์ และจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ

ตอนที่ 6 ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

ตารางที่ 5.18 แสดงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ต้องการมากที่สุด	ต้องการ	ปานกลาง	ต้องการน้อย	ไม่ต้องการเลย
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
1.ห้องบริการลูกค้า ส่วนกลาง (โดยลูกค้าสามารถติดต่อกับบริษัทได้ที่ จุดๆเดียว (one stop service)	24.2%	40.9%	30.3%	4.5%	-
2.มีบัตรคิวเพื่อเข้ารับบริการ	16.7%	51.5%	24.2%	3%	4.5%
3.มีป้ายบอกขั้นตอนการใช้บริการ	28.8%	45.5%	22.7%	3%	-
4.มีนิตยสาร เอกสาร หนังสือพิมพ์ บริเวณส่วนติดต่อพักคอย	21.2%	50%	24.2%	4.5%	-
5.บริการเครื่องดื่ม บริเวณพักคอย	16.7%	50%	22.7%	7.6%	3%

ตารางที่ 5.18 (ต่อ) แสดงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ต้องการมากที่สุด	ต้องการ	ปานกลาง	ต้องการน้อย	ไม่ต้องการเลย
	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%	เปอร์เซ็นต์%
7. โทรศัพท์	18.2%	45.5%	25.8%	7.6%	3%
8. โทรทัศน์	13.6%	43.9%	31.8%	7.6%	3%
9. เสียงเพลง	10.6%	30.3%	34.8%	13.6%	10.6%
10. ที่นั่งพัก คอย	25.8%	47%	19.7%	7.6%	-

จากตารางสรุปได้ว่าโดยรวมผู้รับบริการมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกดังนี้คือมีความต้องการห้องบริการลูกค้าส่วนกลาง (โดยลูกค้าสามารถติดต่อกับบริษัทได้ที่จุดๆเดียว (one stop service) ลูกค้าต้องการติดต่อกับบริษัทตามฝ่ายต่างๆที่ต้องการ ป้ายบอกขั้นตอนการใช้บริการ มีนิตยสาร เอกสาร หนังสือพิมพ์ บริเวณส่วนติดต่อพักคอยบริการเครื่องดื่มบริเวณพักคอย โทรศัพท์ โทรทัศน์ เสียงเพลง ที่นั่งพักคอย แสดงว่าสิ่งที่กล่าวมายังมีไม่เพียงพอต่อลูกค้า

ตอนที่ 7 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความประทับใจต่อบริษัท

ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามปลายเปิดที่สามารถเสริมในด้านเอกลักษณ์ของบริษัทโดยให้คำถามว่าเมื่อเข้ามาในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยท่านมีความประทับใจด้านใดมากที่สุด จากคำตอบสามารถสรุปและจัดกลุ่มเรียงลำดับได้ดังนี้

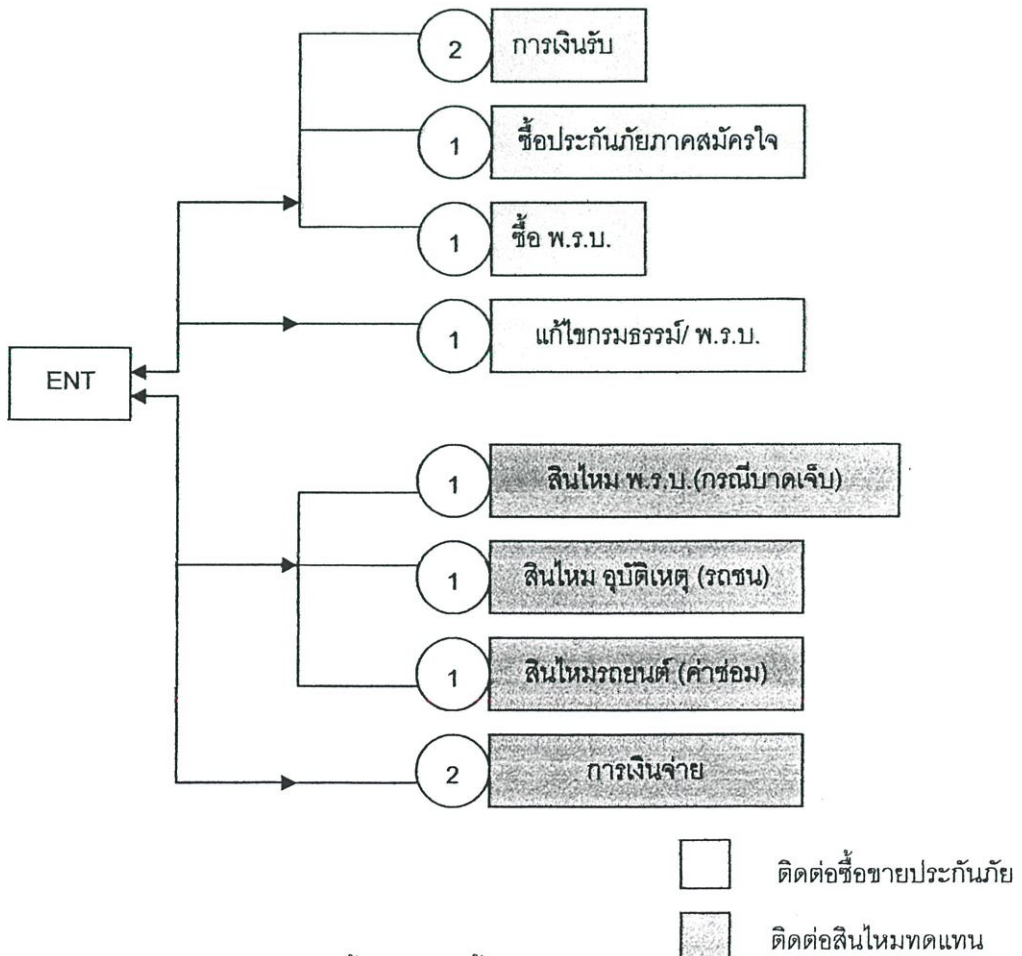
1. ประทับใจในการบริการ (สุภาพ, ยิ้มแย้มแจ่มใส, เป็นกันเอง) 55.6%
2. การประสานงานของทุกฝ่ายดีมาก/นัดหมายตรงเวลา 16.7%
3. สถานที่เป็นระเบียบเรียบร้อย/สะอาด 13.9%
4. ความรวดเร็วในการควบคุมราคาซ่อมที่เหมาะสม 11.1%
5. ไม่ประทับใจเลย 2.7%

จากแบบสอบถามทางด้านสภาพแวดล้อมทั้ง 2 ชุด ซึ่งมีผู้ทำแบบสอบถามเป็นทั้งพนักงานและลูกค้าหรือคู่กรณี ที่อยู่ในวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 20-42 ปี และส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยประกอบอาชีพเอกชนและธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ตั้งแต่ 5,000-20,000 บาทต่อเดือน ลูกค้าที่มาติดต่อกับส่วนบริการโดยตรงส่วนใหญ่จะมาติดต่อกับฝ่ายสินไหมรถยนต์เพื่อมาเคลมประกัน รองลงมาจะติดต่อกับฝ่ายการเงินและฝ่ายรับประกัน

สรุปได้ว่าพนักงานหรือผู้มาติดต่อมีความคิดเห็นในเชิงปานกลางค่อนข้างลบซึ่งก็คือสภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงานเท่าที่ควร คับแคบและเกิดความสับสน ในขณะที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการส่วนใหญ่เกิดความพึงพอใจ และประทับใจในการให้บริการของพนักงาน เห็นได้ว่าพนักงานเป็นกลุ่มที่ปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อม เป็นระยะเวลานาน แต่ลูกค้าเข้ามาในช่วงระยะเวลาสั้น จึงนำผลจากแบบสอบถามของพนักงานมาพิจารณา คือควรจัดสภาพแวดล้อมให้เสริมบรรยากาศการปฏิบัติงานและการบริการลูกค้า โดยสร้างให้สภาพแวดล้อมเกิดความชัดเจนและคำนึงถึงขนาดความต้องการพื้นที่ ตามทฤษฎีของ Canter ที่ว่าเป้าหมายของการออกแบบสภาพแวดล้อมคือการสร้างสถานที่ให้เกิดความชัดเจนและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่โดดเด่น ให้ปรากฏต่อลูกค้าและพนักงาน

5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกตการณ์

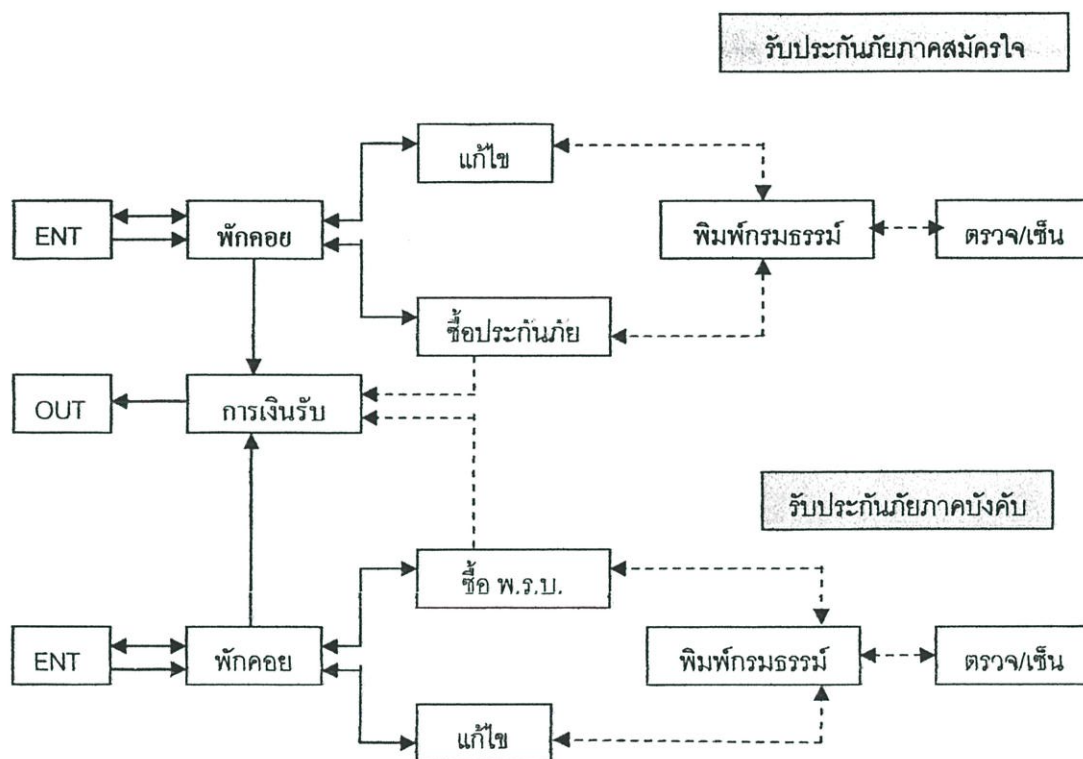
การปฏิบัติงานของพนักงานและการติดต่อของลูกค้า ได้ทำการศึกษาในส่วนที่ให้บริการ โดยตรงเฉพาะงานประกันภัยรถยนต์ โดยได้สรุปให้เห็นโดยรวมถึงการติดต่อของลูกค้าทั้งส่วนการซื้อขายประกันภัยและส่วนสินไหมทดแทนดังนี้



ภาพที่ 5.8 แสดงการติดต่อของลูกค้าทั้งส่วนการซื้อขายประกันภัยและส่วนสินไหมทดแทน

ส่วนบริการขายประกันภัยรถยนต์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานในส่วนขายประกันภัยรถยนต์มีฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องในการบริการลูกค้าโดยตรงอยู่ 2 ส่วนคือ ภาคสมัครใจและภาคบังคับ โดยได้แสดงสรุปพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานดังนี้

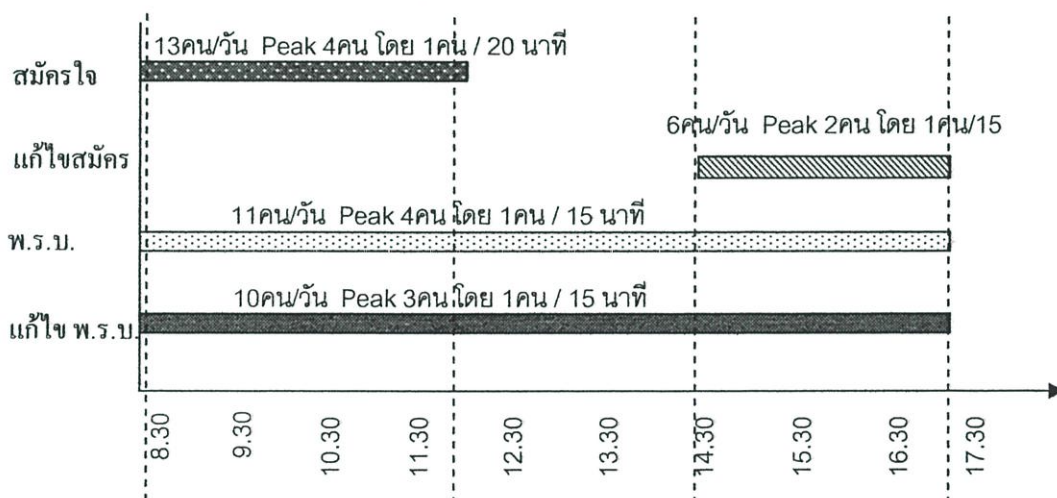


ภาพที่ 5.9 สรุปพฤติกรรมกรรมการขายประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับและภาคสมัครใจ

หน้าที่ของพนักงานในฝ่ายรับประกันภัยนั้นเห็นถึงปัญหาบางประการโดยได้กล่าวไว้ในบทที่ 4 อาทิเช่น 1.ปัญหาที่ลูกค้าต้องติดต่อชื้อประกันถึง 2 จุดและแต่ละจุดอยู่คนละอาคาร 2.การทำงานของพนักงานมีพฤติกรรมที่ใกล้เคียงกันคือเริ่มจากคุยรายละเอียดการชื้อประกัน พิมพ์กรรมธรรม์ ตรวจเซ็น และให้ลูกค้าจ่ายเงินที่ฝ่ายการเงินจ่าย 3. ส่วนปฏิบัติงานกับส่วนติดต่อลูกค้าอยู่บริเวณเดียวกันคือลูกค้าต้องมาติดต่อถึงบริเวณส่วนทำงานของพนักงาน จึงทำให้เกิดความไม่เป็นส่วนตัวกับพนักงานและไม่สะดวกแก่ลูกค้า แต่ถ้าสามารถนำส่วนขายประกันภัยทั้งภาคสมัครใจและภาคบังคับมารวมกันอยู่จุดเดียวกันได้และมีการแยกโซนออกเป็นส่วนพนักงานและส่วนติดต่อลูกค้าไว้ชัดเจนและเป็นสัดส่วนก็ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อ

ช่วงเวลาการติดต่อซื้อประกันภัยภาคบังคับและภาคสมัครใจนั้นมีระยะเวลาที่แตกต่างกัน คือลูกค้าส่วนใหญ่มาติดต่อซื้อประกันภัยภาคสมัครใจในช่วงเวลา 8.30-12.00น.และติดต่อแก้ไขกรมธรรม์ภาคสมัครใจในช่วง 14.30-17.00น. ส่วนการติดต่อซื้อ พ.ร.บ.นั้นลูกค้าจะมาในช่วงเวลา 8.00-17.00 น. และติดต่อแก้ไข พ.ร.บ. ช่วงเวลา 8.30-17.00 ซึ่งก็คือตลอดทั้งวัน เห็นได้ว่าพนักงานบางส่วนมีการปฏิบัติงานที่อยู่ในช่วงเวลาที่แตกต่างกันคือ ลูกค้ามาซื้อ และแก้ไข พ.ร.บ. ในช่วงเวลาตลอดกัน แต่ลูกค้ามาซื้อกรมธรรม์ในช่วงเช้า และแก้ไขกรมธรรม์ในช่วงบ่าย ดังนั้นถ้ารวมจุดบริการไว้เป็นจุดเดียวกันก็จะสามารถใช้พนักงานร่วมกันได้เนื่องจากมีช่วงเวลาติดต่อของลูกค้าที่เหลื่อมกัน โดยจะแสดงให้เห็นในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.19 แสดงช่วงเวลาบริการลูกค้าติดต่อซื้อประกันภัย



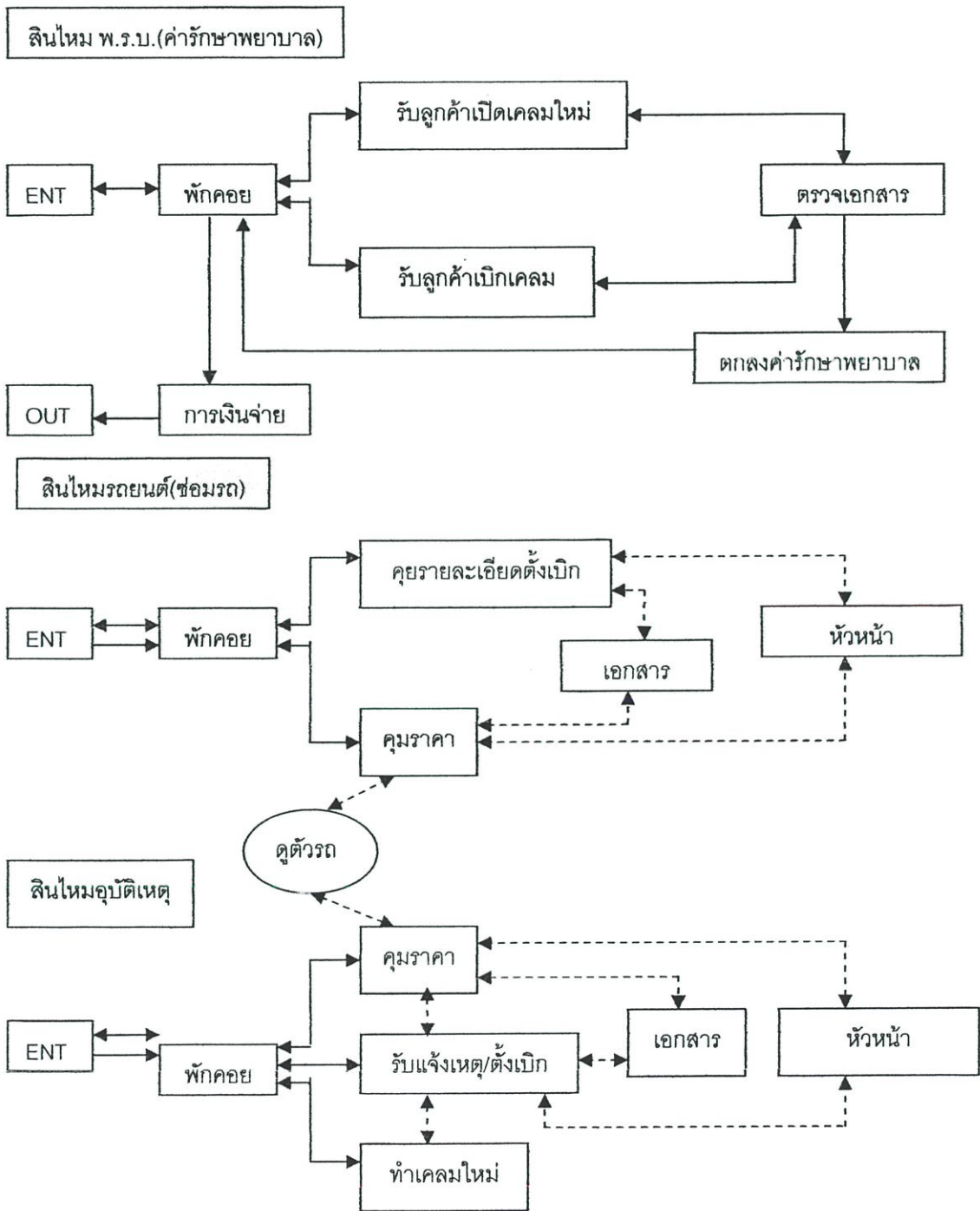
จากภาพเห็นได้ว่า จำนวนพนักงานที่ใช้ขายประกันส่วนหน้าควรมีจำนวนดังนี้ พนักงานรับประกันภัยภาคบังคับ จำนวน 1 คน พนักงานรับประกันภัยภาคสมัครใจ จำนวน 1 คน พนักงานแก้ไขกรมธรรม์และ พ.ร.บ. 1 คน ซึ่งทั้ง 3 คนจะสามารถรองรับกับจำนวนลูกค้าในช่วงเวลาเร่งด่วนได้

วิธีการคิดจำนวนที่นั่งลูกค้าคือในช่างเลาเร่งด่วนมีลูกค้าทั้งหมดเท่ากับ จำนวนลูกค้า x คน มาด้วย เท่ากับ $4(1)+2(2)+4(1)+3(2)=18$ คน + จำนวนลูกค้านั่งรอช่วงเวลาเหลือ 20% = 21 ที่นั่ง

ส่วนสินไหมอุบัติเหตุ

ส่วนงานสินไหมอุบัติเหตุเป็นฝ่ายที่เกี่ยวกับกรณีผู้เอาประกันหรือคู่กรณีประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์ และเข้ามาติดต่อกับบริษัทเพื่อรับค่าสินไหมทดแทนในเรื่องค่าซ่อมรถหรือกรณีบาดเจ็บ โดยฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้ 1.สินไหมอุบัติเหตุ และสินไหมรถยนต์ 2.สินไหม พ.ร.บ. 3. ทรัพย์สิน แต่จากการศึกษานั้นในส่วนทรัพย์สินจะไม่นำมารวมอยู่ที่จุดบริการโดยตรงเนื่องจาก

พฤติกรรมของการติดต่อค่อนข้างมีรายละเอียดและต้องอยู่กับฝ่ายโดยตรง โดยทั้ง 3 ส่วนงานมีขั้นตอนสรุปดังนี้

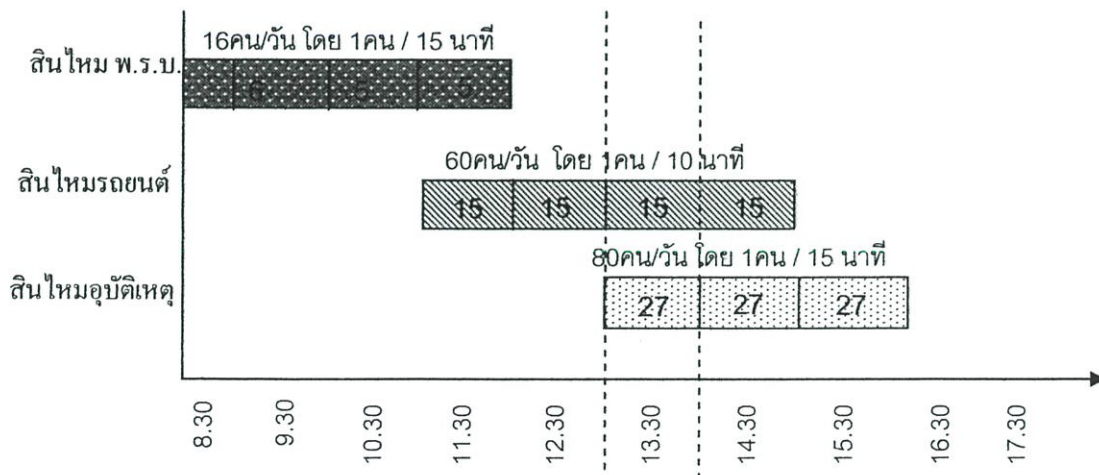


ภาพที่ 5.10 สรุปพฤติกรรมพนักงานสินไหม

หน้าที่ของพนักงานในฝ่ายสินไหมนั้นเห็นถึงปัญหาบางประการโดยได้กล่าวไว้ในบทที่ 4 อาทิเช่น 1. ปัญหาที่ลูกค้าต้องติดต่อสินไหมถึง 2 จุดหรือมากกว่าและแต่ละจุดอยู่คนละอาคาร 2. ส่วนปฏิบัติงานกับส่วนติดต่อลูกค้าอยู่บริเวณเดียวกันคือลูกค้าต้องมาติดต่อถึงบริเวณส่วนทำงานของพนักงาน จึงทำให้เกิดความไม่เป็นส่วนตัวกับพนักงานและไม่สะดวกแก่ลูกค้า 3. ภายในของงานสินไหมทั้งหมดมีบรรยากาศค่อนข้างตึงเครียดบ้างในบางเวลาเนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาติดต่ออาจมีความกังวลกับอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นและราคาค่าสินไหมทดแทนที่สมควรได้รับ จากปัญหาที่กล่าวมาเห็นได้ว่าถ้าสามารถนำส่วนงานสินไหมทั้งหมดมารวมกับอยู่จุดเดียวกันได้และมีการแยกโซนออกเป็นส่วนพนักงานและส่วนติดต่อลูกค้าไว้ชัดเจนและเป็นสัดส่วนและจัดบรรยากาศเพื่อลดความตึงเครียดก็ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อได้

ช่วงเวลาการติดต่อสินไหมนั้นมีระยะเวลาที่แตกต่างกันคือลูกค้าส่วนใหญ่มาติดต่อสินไหม พ.ร.บ. ช่วงเวลา 8.30-12.00น. และสินไหมรถยนต์ในช่วง 11.00-15.00น. ส่วนการติดต่อสินไหมอุบัติเหตุที่ลูกค้าจะมาในช่วงเวลา 13.00-16.00 น. เห็นได้ว่าถ้ารวมจุดบริการไว้เป็นจุดเดียวกันก็จะสามารถใช้พนักงานร่วมกัน (ระบบShare) ได้เนื่องจากมีช่วงเวลาติดต่อของลูกค้าที่เหลื่อมกัน โดยจะแสดงให้เห็นในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.20 แสดงช่วงเวลาบริการลูกค้า(สินไหม)



จากภาพเห็นได้ว่า จำนวนพนักงานที่ใช้รับลูกค้าสินไหมส่วนหน้าควรมีจำนวนที่สอดคล้องกับจำนวนลูกค้า ในช่วงเวลา 13.00-14.00 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มียูกค้ามาติดต่อสินไหมมากที่สุด โดยได้แสดงจำนวนลูกค้าเป็นค่าเฉลี่ยในแต่ละชั่วโมงดังภาพ

วิธีการคิดจำนวนพนักงานรับลูกค้าส่วนหน้ามีดังนี้

ลูกค้าติดต่อสินไหมรถยนต์จำนวน 15 คน + ลูกค้าติดต่อสินไหมอุบัติเหตุจำนวน 27 คน รวม 42 คน (ส่วนลูกค้าติดต่อสินไหม พ.ร.บ. มาในช่วงเช้าซึ่งเป็นเวลาที่ไม่ตรงกันจึงไม่นำมาคิด)

ดังนั้น ในเวลา 1 ชั่วโมง ลูกค้า มาติดต่อ โดยใช้เวลาคนละ 10 นาที

จึงใช้เวลาติดต่อรวมเท่ากับ $42 \times 10 = 420$ นาที คิดเป็น 1 ชั่วโมง = $420/60 = 7$ คน

เพราะฉะนั้นใช้พนักงานเพื่อรองรับลูกค้าจำนวน 42 คน ที่มาติดต่อสินค้าใหม่ส่วนหน้า ในเวลา 1 ชั่วโมง จำนวน 7 คน

วิธีการคิดหาจำนวนที่นั่งมีดังนี้

จำนวนลูกค้า 42 คน ใน 1 ชั่วโมง แต่ใช้เวลาติดต่อทั้งกระบวนการคือพนักงานสินค้าใหม่ พนักงานคุมราคา และการเงิน ประมาณ 30 นาที = $42/2$ (ครึ่งชั่วโมง) = 21 คน

ลูกค้าส่วนใหญ่พาคนมาด้วย 1 คน = $21 \times 2 = 42$ คน บวกเวลาที่เหลืออีก 50% ประมาณ 20 คน
= $42 + 20 = 62$

เพราะฉะนั้นใช้ที่นั่ง พักคอยลูกค้า ประมาณ 60 ที่นั่ง

บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยในปัจจุบันเป็นบริษัทที่กำลังเติบโตและเป็นที่รู้จักในเรื่องของการประกันภัยรถยนต์ ซึ่งปัจจุบัน สภาพแวดล้อมภายในบริษัทมีขนาดพื้นที่ที่ไม่เพียงพอกับจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลา บริเวณส่วนต้อนรับพักคอยไม่มีพื้นที่ชัดเจนเนื่องจากพื้นที่ติดต่อกับลูกค้าบางจุดไม่ได้แยกจากส่วนทำงานของพนักงาน คือบางจุดลูกค้าต้องเข้าไปติดต่อในพื้นที่ปฏิบัติงานของพนักงาน และบริเวณปฏิบัติงานของพนักงานมีชั้นเก็บเอกสารที่ไม่เพียงพอ

ในเรื่องสภาพแวดล้อมภายในนั้นจากการสังเกตการณ์เห็นว่าส่วนต้อนรับพักคอยไม่เพียงพอต่อลูกค้าและลูกค้าต้องการส่วนบริการเพิ่มเติมเวลารอรับบริการเช่น บริการน้ำดื่ม หนังสือวารสาร

ควรแยกโซนพักคอยกับส่วนปฏิบัติงานพนักงานไว้อย่างชัดเจน ส่วนพื้นที่ทำงานของพนักงาน ควรออกแบบให้มีตู้เก็บเอกสารและไม่ควรมีจากกันบังสายตาที่สูงเกินระดับการมองเห็นเพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและควรออกแบบให้ลูกค้าไม่สามารถเข้ามาในส่วนปฏิบัติงานของพนักงานได้

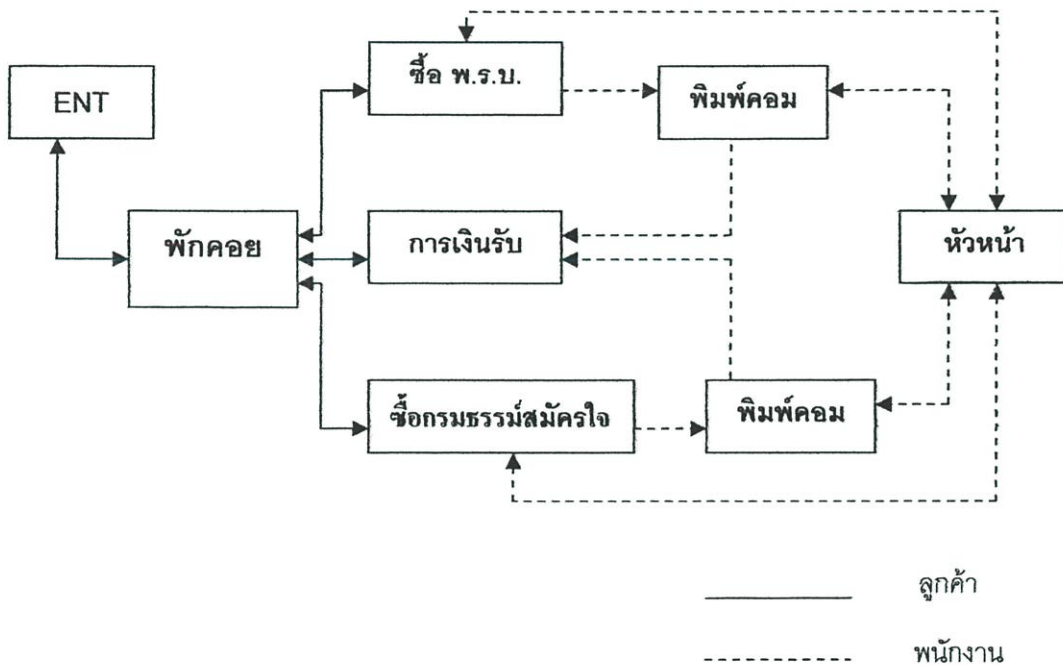
ภายในบริเวณส่วนพักคอยรับบริการของลูกค้าควรออกแบบตกแต่งให้มีบรรยากาศที่เป็นกันเอง (Informal) และเกิดความผ่อนคลาย แต่ต้องคำนึงถึงการให้บริการที่รวดเร็ว และควรมีบัตรคิวเพื่อแสดงถึงความเป็นธรรมในการให้บริการ และส่งเสริมบรรยากาศที่ดีในการรอรับบริการด้วยข่าวสารหรือนิตยสาร โทรทัศน์ และบริการน้ำดื่ม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการออกแบบภายในบริเวณส่วนบริการลูกค้าโดยตรงของการรับประกันภัย ควรนำทั้งสองส่วนงานคือรับประกันภัยภาคบังคับ ภาคสมัครใจและส่วนงานสินค้าใหม่ที่ประกอบด้วยสินค้าใหม่ใหม่อุบัติเหตุ สินค้าใหม่รถยนต์และสินค้าใหม่พ.ร.บ.มาไว้ที่จุดเดียวกันโดยแยกเป็นสองห้องคือห้องขายประกันและห้องเคลมประกัน โดยใช้พนักงานร่วมกันในระบบ Share โดยมีจำนวนพนักงานในห้องขายประกันดังนี้คือ พนักงานรับประกันภัยภาคบังคับ จำนวน 1 คน

พนักงานรับประกันภัยภาคสมัครใจ จำนวน 1 คน หัวหน้างาน 1 คน พนักงานพิมพ์เอกสารพ.ร.บ. และพิมพ์เอกสารกรมธรรม์ 1 คน พนักงานแก้ไขกรมธรรม์และ พ.ร.บ. 1 คน พนักงานการเงินรับ 1 คน ส่วนจำนวนที่นั่งพักคอยสำหรับลูกค้า ภาคสมัครใจ 10 ที่นั่ง ลูกค้า พ.ร.บ.11 ที่นั่ง รวม 21 ที่นั่ง

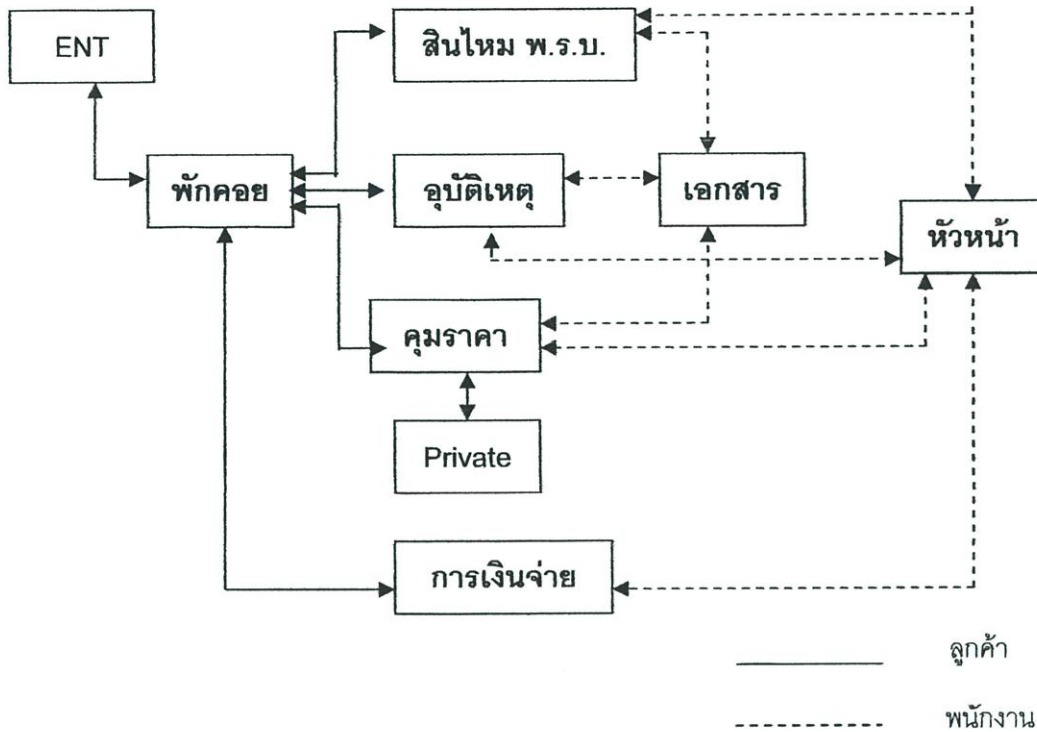
พนักงานในห้องเคลมประกัน(สินไหม)มีดังนี้คือ พนักงานสินไหมส่วนหน้ารวมทั้งหมดจำนวน 7 คนซึ่งสามารถปฏิบัติงานได้ทั้ง 3 กรณีคือ สินไหมพรบ. สินไหมรถยนต์ และสินไหมอุบัติเหตุ พนักงานการเงินจ่าย 1 คน หัวหน้างาน 1 คน คุมราคา 6 คน ส่วนจำนวนที่นั่งพักคอยสำหรับลูกค้า สินไหม พรบ. จำนวน 60 ที่นั่ง

ข้อเสนอแนะจุดบริการลูกค้า(ซื้อประกัน)



ภาพที่ 5.11 ข้อเสนอแนะจุดบริการลูกค้า(ซื้อประกัน)

ข้อเสนอแนะจุดบริการลูกค้า(เมื่อเกิดเหตุ)



ภาพที่ 5.12 ข้อเสนอแนะจุดบริการลูกค้า (เมื่อเกิดเหตุ)

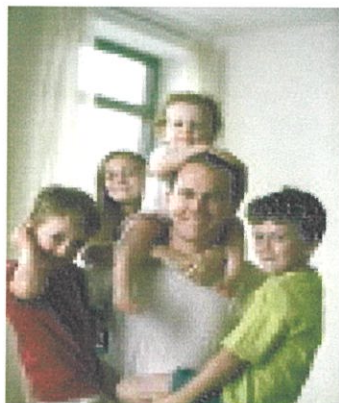
5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพลักษณ์องค์กรโดยวิธี collage

การศึกษาภาพลักษณ์องค์กรนั้นได้จากข้อมูลองค์กร จากวรรณกรรมในบทที่ 2 เห็นว่าการเกิดภาพลักษณ์ คือความประทับใจและจดจำภาพองค์กร

การศึกษานี้ได้ทำการหาภาพลักษณ์ขององค์กรโดยวิธีการ Collage โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง สุ่มเฉพาะผู้ที่เป็ลูกค้าของบริษัทและผู้ที่ไม่ใช้ลูกค้าแต่รู้จักบริษัทสัมพันธ์ประกักันภัย จำกัด จำนวน 20 คน โดยกลุ่มตัวอย่าง เป็น ชาย 11 คน และ หญิง 9 คน ส่วนใหญ่อายุ 25-35 ปี สถานะโสด 15 คนและสมรส 5 คน การศึกษาระดับปริญญาตรี 18 คน ปริญญาโท 2 คน อาชีพข้าราชการ 12 คน พนักงานบริษัทและธุรกิจส่วนตัว 8 คน

วิธีการคือกลุ่มตัวอย่างให้เลือกภาพที่คิดว่าตรงกับความหมายของบริษัทสัมพันธ์ประกักันภัย จำกัด ในความคิดของตนเอง และปะติดภาพที่เลือกไว้ลงในกระดาษพร้อมทั้งเขียนอธิบายความหมายสั้นๆ โดยภาพที่คัดเลือกมาทำ Collage นั้นได้ผ่านการเลือกสรรจากผู้อำนวยการด้านภาพ 3 อาชีพคือ อาจารย์สอนศิลปกรรม สถาปนิกและมัณฑนากร จากผลการศึกษาสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง เลือก ภาพ พ่ออุ้มลูกๆเป็นอันดับหนึ่ง โดยให้ความหมายภาพไว้ดังนี้

- ความอบอุ่นไว้วางใจและความผูกพันที่ดี
- คนครอบครัวอบอุ่น
- พนักงานเหมือนครอบครัวเดียวกัน
- เหมือนคนในครอบครัวที่อบอุ่นรักใคร่จริงใจ
- อบอุ่นรักลูกค้าดุจครอบครัว
- ความสุขความมั่นคงของชีวิตที่ไม่ต้องกังวล
- อบอุ่นในบางครั้ง เหมือนครอบครัวใหญ่
- ที่พึ่งยามมีภัย เหมือนครอบครัว



ภาพที่ 5.13 ภาพพ่ออุ้มลูกๆ ถูกเลือกเป็นอันดับหนึ่ง

อันดับ 2 คือภาพพนักงานรักษาความปลอดภัย โดยให้ความหมายภาพไว้ดังนี้

- บริการทุกเวลา
- ทีมเวิร์ก
- ทีมงานที่มีความพร้อม
- ความปลอดภัย
- ความไม่ประมาทและรอยยิ้ม
- อุุ่นใจ



ภาพที่ 5.14 ภาพภาพพนักงานรักษาความปลอดภัย ถูกเลือกเป็นอันดับสอง

อันดับ 3 คือภาพกำแพง โดยให้ความหมายภาพไว้ดังนี้

- ก้าวหน้าอย่างเป็นขั้นตอน
- มั่นคง



ภาพที่ 5.15 ภาพพนักงานรักษาความปลอดภัย ถูกเลือกเป็นอันดับสอง

บริษัทสัมพันธมิตรประกันภัย จำกัด มีชื่อเสียงในด้านการขายประกันภัยรถยนต์ เนื่องจากเป็นบริษัทที่ได้รับคะแนนโหวตเป็นอันดับต้นในเรื่อง “ประเภทบริษัทประกันภัยที่ให้บริการที่รวดเร็ว” “ประเภทบริษัทประกันภัยที่มีผู้เอาประกันเลือกใช้มากที่สุด” และ “ประเภทบริษัทประกันภัยที่ให้ความสำคัญต่อบทบาทนายหน้า” จากที่กล่าวมาข้างต้นมีความสอดคล้องกับผลของคอรารซ์และผลของแบบสอบถามปลายเปิด

โดยผลของ collage เห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นดังนี้คือเมื่อนึกถึงบริษัทสัมพันธมิตรประกันภัย จำกัด ก็จะนึกถึงการประกันภัยรถยนต์ การบริการที่รวดเร็ว ความเป็นกันเอง และมีความไว้วางใจเหมือนบริษัทสัมพันธมิตรประกันภัยเป็นคนในครอบครัวหรือคนคุ้นเคย และผลของแบบสอบถามปลายเปิดสรุปได้ว่าลูกค้ามีความประทับใจในการบริการที่เป็นกันเองและรวดเร็วของบริษัท ซึ่งสามารถสรุปไปในทิศทางเดียวกันได้ว่า บริษัทสัมพันธมิตรประกันภัยมีความเป็นกันเองกับลูกค้าเหมือนคนในครอบครัวและมีการบริการตลอดเวลา ผลที่ได้เป็นไปในทางบวก ผู้ศึกษาสามารถนำภาพลักษณะที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาเป็นแนวความคิดในการออกแบบส่วนบริการให้คำโดยตรงต่อไป

การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้าโดยตรงควรมีการตกแต่งภายในที่มีบรรยากาศของความอบอุ่นเป็นกันเองเพื่อเสริมกับภาพลักษณ์ขององค์กร การตกแต่งควรใช้สีของโลกใก้มาใช้ผสมกับสีโทนอบอุ่นเช่นสีเหลือง

บทที่ 6

สรุปผลการศึกษาและการออกแบบ

6.1 ความต้องการพื้นที่ภายในส่วนบริการลูกค้า

จากการศึกษาในบทที่ 4 และ 5 ในเรื่องพื้นที่การทำงานทั้งขนาดพื้นที่ตามมาตรฐานและขนาดพื้นที่การใช้งานจริงในปัจจุบันสามารถสรุปได้ดังนี้

6.1.1 พื้นที่ภายในส่วนขายประกันภัย

6.1.1.1 พื้นที่ปฏิบัติงานหัวหน้าขายประกันภัยภาคบังคับและภาคสมัครใจ

หัวหน้าส่วนขายประกันภัยในส่วนบริการลูกค้าโดยตรง มีการทำงานในลักษณะให้คำปรึกษา และเห็นที่คในกรรมกรรม ลักษณะที่นั่งทำงานจะไม่ประจำคือสามารถผลัดเปลี่ยนมาทำงานระหว่างหัวหน้ารับประกันกับหัวหน้า พ.ร.บ.

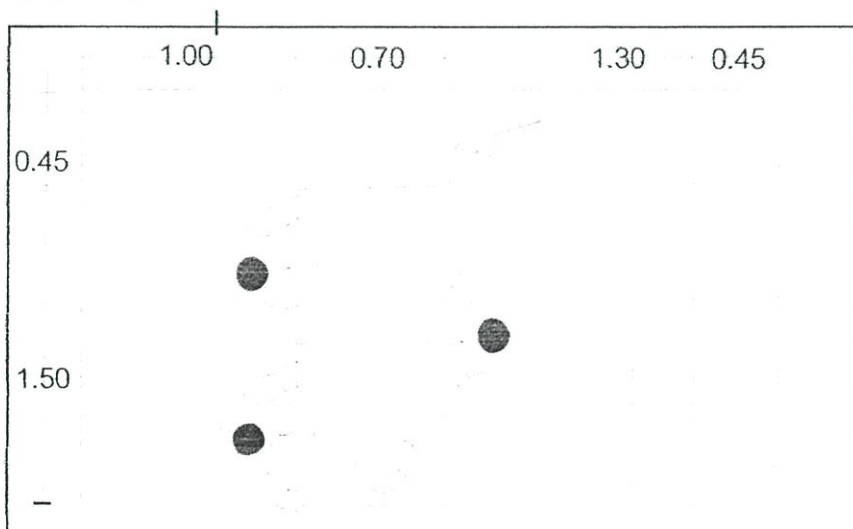
เครื่องเรือนที่ต้องการ

- (1) โต๊ะทำงาน $0.70 \times 1.50 \times 0.75$ ลบ.ม.
- (2) เก้าอี้ทำงาน ขนาดมาตรฐานทั่วไป ขาดัดล้อยหมุนเพื่อสะดวกต่อการทำงาน
- (3) ตู้เก็บเอกสาร $0.55 \times 0.55 \times 0.75$ ลบ.ม.
- (4) ชั้นวางแฟ้ม $0.40 \times 1.20 \times 0.75$ ลบ.ม.

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

- (1) คอมพิวเตอร์เก็บข้อมูลอัตรากรรมกรรม $0.25 \times 0.50 \times 0.50$ ลบ.ม. (จอแบน)
- (2) โทรศัพท์ ใช้ติดต่อกับลูกค้าตัวแทนและติดต่อภายในบริษัท $0.22 \times 0.28 \times 0.05$ ลบ.ม.

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.1 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานหัวหน้า

ส่วนทำงานหัวหน้าควรมีความเป็นส่วนตัวอาจเป็นการกัน Partitionหรือเป็นห้องแต่ควรมองเห็น ส่วนพักคอนลูกค้าด้วย

$$\begin{aligned} \text{รวมพื้นที่ทำงานหัวหน้าส่วน} & 1.95 \times 3.45 = 6.7275 + 2.01 \text{ (ทางสัญจร30\%)} \\ & = 8.75 \text{ ตรม.} \end{aligned}$$

6.1.1.2 พื้นที่ปฏิบัติงานขายประกนกันภยส่วนหน้า

ส่วนปฏิบัติงานขายประกนกันภยประกบด้วยการขายประกนกันภยภาคสมัครใจและภาค บังคับ เป็นลักษณะการทำงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรงด้วยการสนทนาถึงราคากรรมธรรม์ พ.ร.บ.และเป็นจุดส่งผ่านของเอกสาร(กรรมธรรม์)จึงใช้ตู้เก็บเอกสารจำนวนไม่มาก

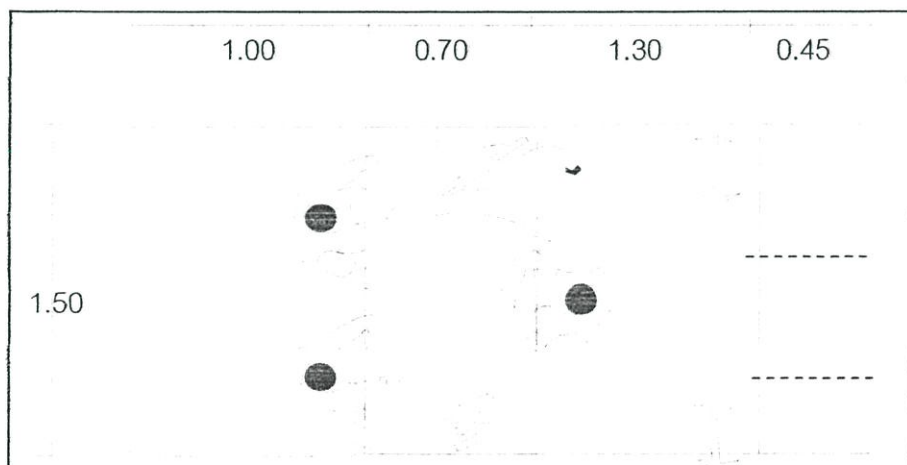
เครื่องเรือนที่ต้องการ

- (1) โต๊ะทำงาน $0.70 \times 1.50 \times 0.75$ ตรม.
- (2) เก้าอี้ทำงาน ขนาดมาตรฐานทั่วไป ขาดัดล้อยหมุนเพื่อสะดวกต่อการทำงาน
- (3) ตู้เก็บเอกสาร $0.45 \times 1.50 \times 0.75$ ตรม.

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

- (1) คอมพิวเตอร์ เพื่อดูข้อมูลอัตรากรรมธรรม์ และกรอกข้อมูลเบื้องต้นส่งให้ส่วนพิมพ์ กรรมธรรม์ต่อไป $0.25 \times 0.50 \times 0.50$ ตรม. (จอแบน)
- (2) โทรศัพท์ ใช้ติดต่อกับลูกค้าตัวแทนและติดต่อภายในบริษัท $0.22 \times 0.28 \times 0.05$

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.2 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานขายประกนกันภยภาคสมัครใจและหน้าเคาน์เตอร์

$$\begin{aligned} \text{รวมพื้นที่ทำงาน} & 1.50 \times 3.45 = 5.175 + 1.55 \text{ (ทางสัญจร30\%)} \\ & = 6.7275 \text{ ตรม./คน} \end{aligned}$$

$$\text{พนักงานขายประกนกันภยมีจำนวน 2 คน} = 13.45 \text{ ตรม.}$$

6.1.1.3 พื้นที่ปฏิบัติงานแก้ไขกรรมธรรม์และแก้ไข พรบ.

ลักษณะการปฏิบัติงานเป็นการรับลูกค้าและจดยรายละเอียดกรรมธรรม์หรือพรบ.ที่พิมพ์

ผิดพลาด

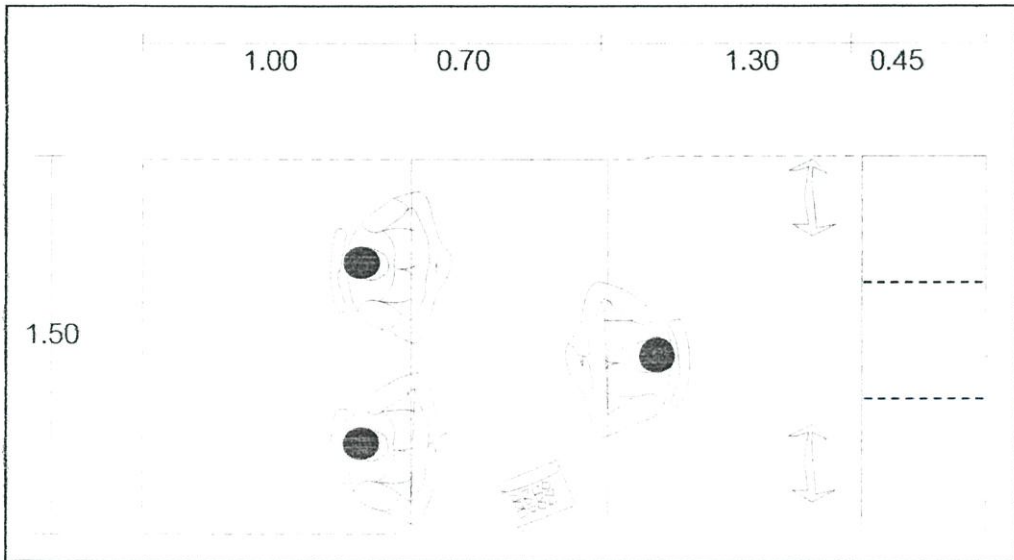
เครื่องเรือนที่ต้องการ

- (1) โต๊ะทำงาน 0.70 X 1.50 X 0.75 ลบ.ม.
- (2) เก้าอี้ทำงาน ขนาดมาตรฐานทั่วไป ขาดัดล้อหมุนเพื่อสะดวกต่อการทำงาน
- (3) ตู้เก็บเอกสารบานเลื่อน 0.45 X 1.50 X 0.75 ลบ.ม. (เก็บใบเขียนแก้ไข)

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

- (1) โทรศัพท์ใช้ติดต่อกับลูกค้าตัวแทนและติดต่อภายในบริษัท 0.22 X 0.28 X 0.05 ลบ.ม.

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.3 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานแก้ไขกรรมธรรม์ภาคสมัครใจและพรบ.

$$\begin{aligned} \text{รวมพื้นที่ทำงาน} \quad & 1.50 \times 3.45 = 5.175 + 1.5525 \text{ (ทางสัญจร 30\%)} \\ & = 6.7275 \text{ ตรม.} \end{aligned}$$

6.1.1.4 พื้นที่ปฏิบัติงานเอกสาร

ลักษณะการปฏิบัติงานเป็นการรับข้อมูลจากพนักงานขายประกันภัยมาทำการพิมพ์กรรมธรรม์และ พรบ. โดยคอมพิวเตอร์และนำไปให้หัวหน้าตรวจเซ็น โดยภายในพื้นที่ต้องมีที่เก็บเอกสาร(กรรมธรรม์ พ.ร.บ. เอกสารแก้ไข) จำนวนมากจึงต้องใช้ตู้เก็บจำนวน 2 ตู้

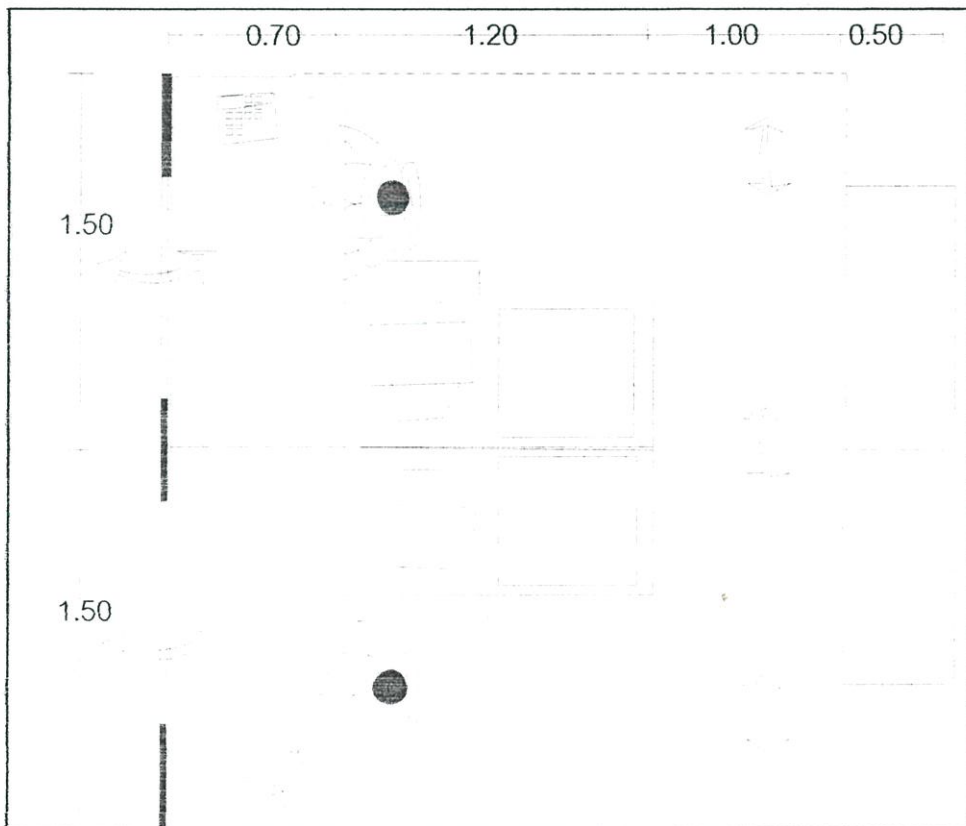
เครื่องเรือนที่ต้องการ

- (1) โต๊ะทำงาน 0.70 X 1.50 X 0.75 ลบ.ม.
- (2) เก้าอี้ทำงาน ขนาดมาตรฐานทั่วไป ชาติดัดล้อมุนเพื่อสะดวกต่อการทำงาน
- (3) ตู้เก็บเอกสาร 0.50 X 1.00 X 0.80 ลบ.ม.(จำนวน 2 ตู้)
- (4) โต๊ะวางคอมพิวเตอร์ 0.60 X 1.20 X 0.75 ลบ.ม.

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

- (1) คอมพิวเตอร์ เพื่อดูข้อมูลอัตรากรรมธรรม์ และกรอกข้อมูลเบื้องต้นส่งให้ส่วนพิมพ์กรรมธรรม์ต่อไป 0.46 X 0.49 X 0.50 ลบ.ม. (ขนาดมาตรฐาน)
- (2) โทรศัพท์ใช้ติดต่อกับลูกค้าตัวแทนและติดต่อภายในบริษัท 0.22 X 0.28 X 0.05 ลบ.ม.
- (3) พรีนเตอร์ 0.50 X 0.42 X 0.20 ลบ.ม.
- (4) แฟกซ์ 0.35 X 0.30 X 0.20 ลบ.ม.

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.4 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานเอกสาร

$$\begin{aligned}
 \text{รวมพื้นที่ทำงาน} & \quad 3.40 \times 3.00 = 10.20 + 3.06 \text{ (ทางสัญจร 30\%)} \\
 & \quad = 13.26 \text{ ตรม.}
 \end{aligned}$$

6.1.1.5 พื้นที่ปฏิบัติงานการเงินรับ

ลักษณะการปฏิบัติงานเป็นการรับเงินจากลูกค้าพร้อมทั้งพรีนโบเสร็จและให้
กรรมกรรมแก่ลูกค้า

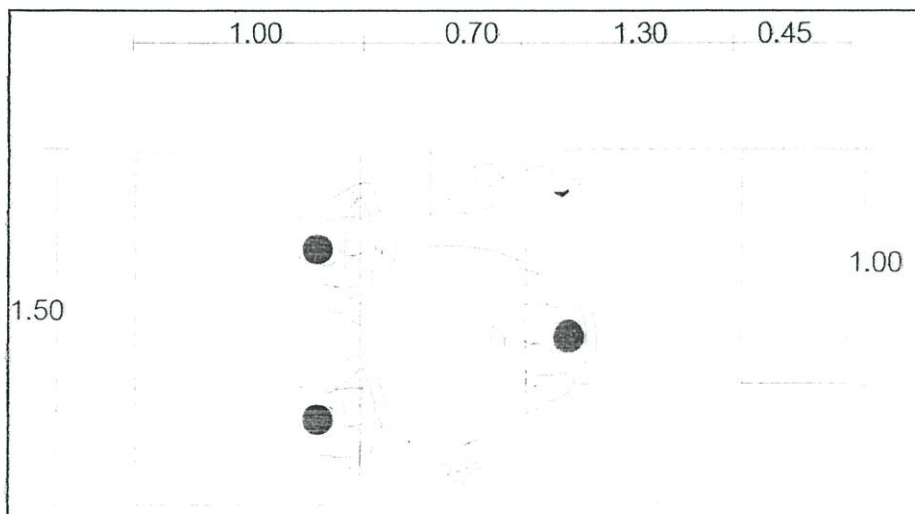
เครื่องเรือนที่ต้องการ

- (1) โต๊ะทำงาน 0.70 X 1.50 X 0.75 ลบ.ม.
- (2) เก้าอี้ทำงาน ขนาดมาตรฐานทั่วไป ขาดัดล้อยหมุนเพื่อสะดวกต่อการทำงาน
- (3) ตู้เก็บเอกสาร 0.45 X 1.00 X 0.75 ลบ.ม.

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

- (1) คอมพิวเตอร์ 0.25 X 0.50 X 0.50 ลบ.ม. (จอแบน)
- (2) โทรศัพท์ใช้ติดต่อกับลูกค้าตัวแทนและติดต่อภายในบริษัท 0.22 X 0.28 X 0.05 ลบ.ม.
- (3) พรีนเตอร์ (สำหรับพินโบเสร็จ) 0.50 X 0.42 X 0.20 ลบ.ม.

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.5 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานการเงินรับ

$$\begin{aligned} \text{รวมพื้นที่ทำงาน} \quad 1.50 \times 3.45 &= 5.475 + 1.5525 \text{ (ทางสัญจร 30\%)} \\ &= 6.7275 \text{ ตรม.} \end{aligned}$$

6.1.1.6 พื้นที่พักคอยลูกค้าซื้อประกันภัย

เป็นการนั่งพักคอยรอรับบริการซื้อประกันภัยและแก้ไขกรรมกรรมที่มีความสบายใน
การนั่งแต่ต้องการให้รวดเร็วในการบริการจึงเป็นที่นั่งแบบทั้งมีพนักพิงและแบบไม่มีพนักพิง

เครื่องเรือนที่ต้องการ

- (1) เก้าอี้พักคอย 0.70 X 0.70 X 0.45 ลบ.ม.

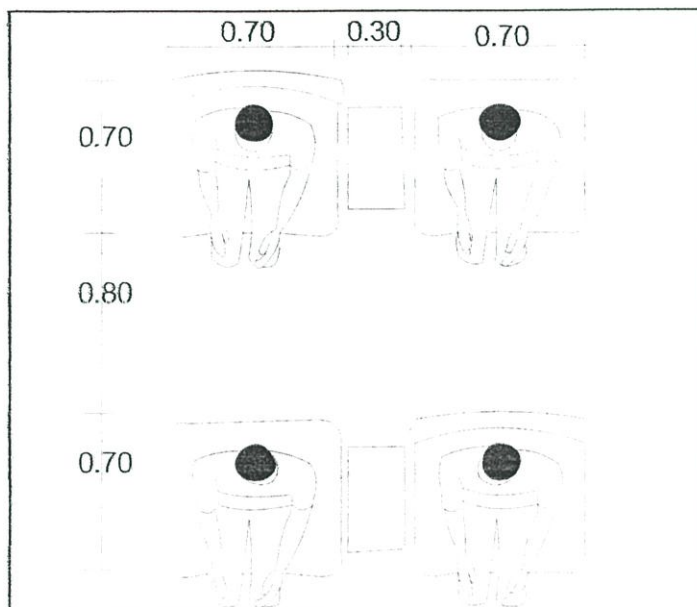
(2) โต๊ะ Service วางโทรทัศน์ วางหนังสือ บริการน้ำดื่ม

(3) โต๊ะข้าง 0.30 X 0.40 X 0.35 ลบ.ม. ประมาณ 10 ตัว

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

(1) โทรทัศน์

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.6 แสดงขนาดพื้นที่นั่งพักคอย

$$\begin{aligned}
 \text{รวมพื้นที่นั่งพักคอย} &= 1.10 \times 1.50 = 1.65 + 0.5(\text{ทางสัญจร} 30\%) \\
 &= 2.15 \times 21 \text{ ที่นั่ง} \\
 &= 45.15 \text{ ตร.ม.}
 \end{aligned}$$

รวมพื้นที่รับประกันภัย

$$\text{ส่วนพนักงาน} = 50 \text{ ตร.ม.}$$

$$\text{ส่วนลูกค้า} = + (\text{ทางสัญจร} 30\%)$$

$$= 58.695 + 11.739(\text{service } 20\%) = 70.43 \text{ ตร.ม.}$$

$$\text{รวมพื้นที่ส่วนรับประกันภัยรถยนต์} = 120 \text{ ตร.ม.}$$

6.1.2 พื้นที่ภายในส่วนสินไหมทดแทน

6.1.2.1 พื้นที่ปฏิบัติงานหัวหน้าสินไหม

หัวหน้าสินไหมในส่วนบริการลูกค้าโดยตรง มีการทำงานในลักษณะให้คำปรึกษากับลูกค้า บางราย ลักษณะที่นึ่งทำงานจะไม่ประจำคือสามารถผลัดเปลี่ยนมาทำงานระหว่างหัวหน้าสินไหม ของแต่ละแผนก

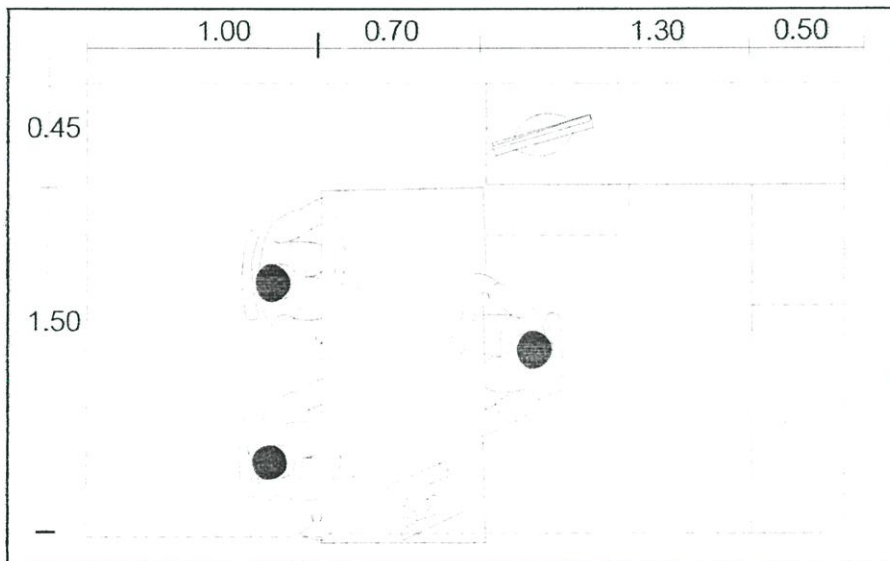
เครื่องเรือนที่ต้องการ

- (1) โต๊ะทำงาน 0.70 X 1.50 X 0.75 ลบ.ม.
- (2) เก้าอี้ทำงาน ขนาดมาตรฐานทั่วไป ซาติดล้อยหมุนเพื่อสะดวกต่อการทำงาน
- (3) ตู้เก็บเอกสาร 0.50 X 1.20 X 0.75 ลบ.ม (จำนวน 2 ตู้ไว้เก็บเอกสาร หนังสือเกี่ยวกับงานซึ่งมีไม่มาก)

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

- (3) คอมพิวเตอร์ 0.25 X 0.50 X 0.50 ลบ.ม. (จอแบน)
- (4) โทรศัพท์ใช้ติดต่อกับลูกค้าตัวแทนและติดต่อภายในบริษัท 0.22 X 0.28 X 0.05 ลบ.ม.

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.7 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานหัวหน้าสินไหม

$$\begin{aligned} \text{รวมพื้นที่ทำงาน} & 1.95 \times 3.50 = 6.825 + 2.0475 (\text{ทางสัญจร} 30\%) \\ & = 8.8725 \quad \text{ตรม.} \end{aligned}$$

6.1.2.2 พื้นที่ปฏิบัติงานสันทนาการส่วนหน้า

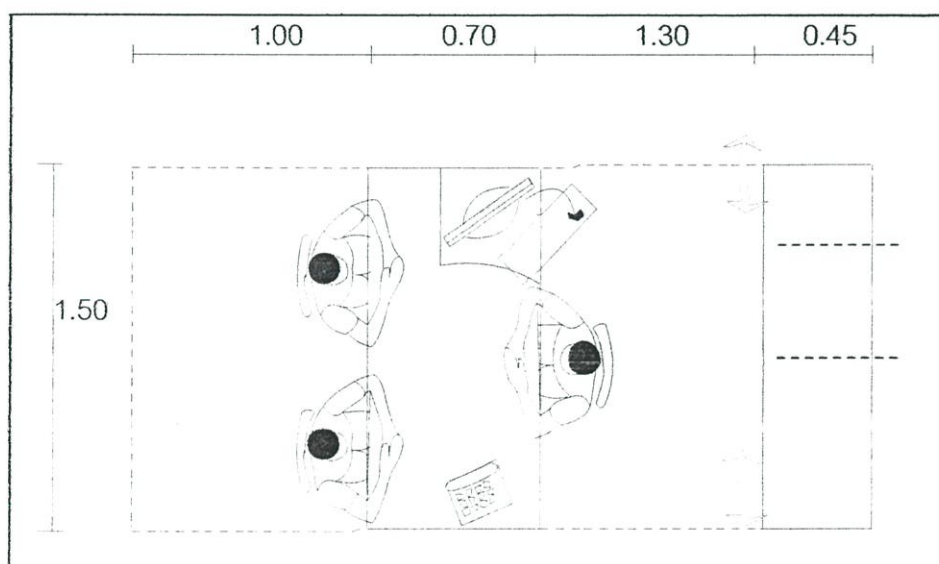
เป็นลักษณะการทำงานที่ต้องสนทนากับลูกค้าโดยตรงเรื่องค่าทดแทนสินไหม
เครื่องเรือนที่ต้องการ

- (1) โต๊ะทำงาน 0.70 X 1.50 X 0.75 ลบ.ม.
- (2) เก้าอี้ทำงาน ขนาดมาตรฐานทั่วไป ขาดัดล้อยหมุนเพื่อสะดวกต่อการทำงาน
- (3) ตู้เก็บเอกสาร 0.45 X 1.50 X 0.75 ลบ.ม. (ใช้เก็บเคลมชั่วคราวเมื่อเสร็จ ก็ส่งเคลมไปยังฝ่ายรับผิดชอบต่อไป)

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

- (1) คอมพิวเตอร์เพื่อดูข้อมูลอัตรากรมธรรม์ และกรอกข้อมูลเบื้องต้นส่งให้ส่วนพิมพ์
กรมธรรม์ต่อไป 0.25 X 0.50 X 0.50 ลบ.ม. (จอแบน)
- (2) โทรศัพท์ใช้ติดต่อกับลูกค้าตัวแทนและติดต่อภายในบริษัท 0.22 X 0.28 X 0.05 ลบ.ม.

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.8 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานสันทนาการหน้าเคาน์เตอร์

$$\begin{aligned} \text{รวมพื้นที่ทำงาน} & \quad 1.50 \times 3.45 = 5.25 + 1.575 \text{ (ทางสัญจร 30\%)} \\ & \quad = 6.825 \text{ ตรม. /คน} \end{aligned}$$

$$\text{พนักงานขายประกันภัยมีจำนวน 7 คน} \quad = 47.775$$

6.1.2.3 พื้นที่ปฏิบัติงานคุมราคา

เป็นลักษณะการทำงานที่ต้องสนทนากับลูกค้าและทำเอกสารตั้งเบิกเพื่อแนบเก็บใบเคลม

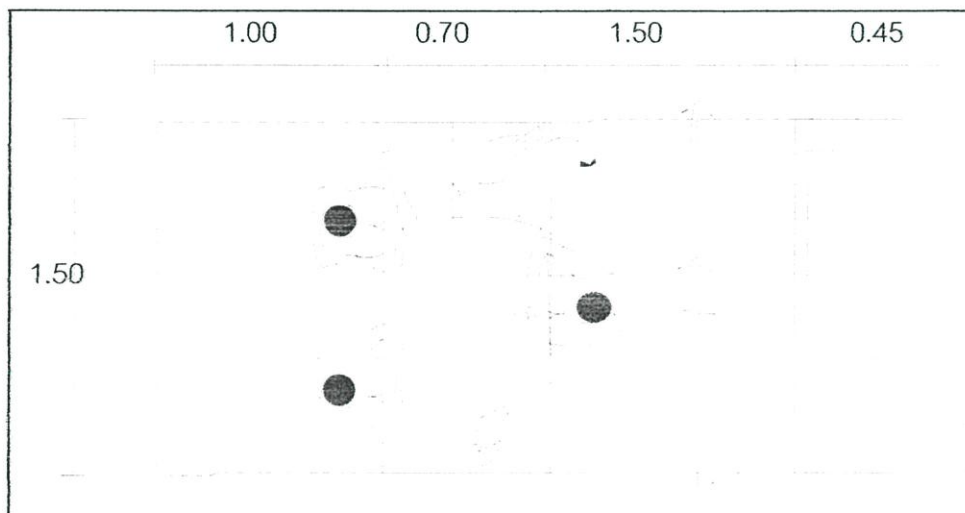
เครื่องเรือนที่ต้องการ

- (1) โต๊ะทำงาน 0.70 X 1.50 X 0.75 ลบ.ม.
- (2) เก้าอี้ทำงาน ขนาดมาตรฐานทั่วไป ชาติดัดล้อมุนเพื่อสะดวกต่อการทำงาน
- (3) ตู้เก็บเคลม (ชั่วคราว) 0.50 X 1.50 X 0.75 ลบ.ม.

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

- (1) คอมพิวเตอร์ เพื่อดูข้อมูลอัตรากรมธรรม์ และกรอกข้อมูลเบื้องต้นส่งให้ส่วนพิมพ์กรมธรรม์ต่อไป 0.25 X 0.50 X 0.50 ลบ.ม. (จอแบน)
- (2) โทรศัพท์ ใช้ติดต่อกับลูกค้าตัวแทนและติดต่อภายในบริษัท 0.22 X 0.28 X 0.05
- (3) พรี้นเตอร์ 0.50 X 0.42 X 0.20 ลบ.ม.
- (4) แฟกซ์ 0.35 X 0.30 X 0.20 ลบ.ม.

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.9 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานคุมราคา

$$\begin{aligned} \text{รวมพื้นที่ทำงาน} & \quad 3.45 \times 1.50 = 5.25 + 1.575 \text{ (ทางสัญจร 30\%)} \\ & \quad = 6.825 \text{ ตรม./คน} \end{aligned}$$

$$\text{พนักงานขายประกันภัยมีจำนวน 6 คน} \quad = 41 \text{ ตรม.}$$

6.1.2.4 พื้นที่ปฏิบัติงานการเงินจ่าย

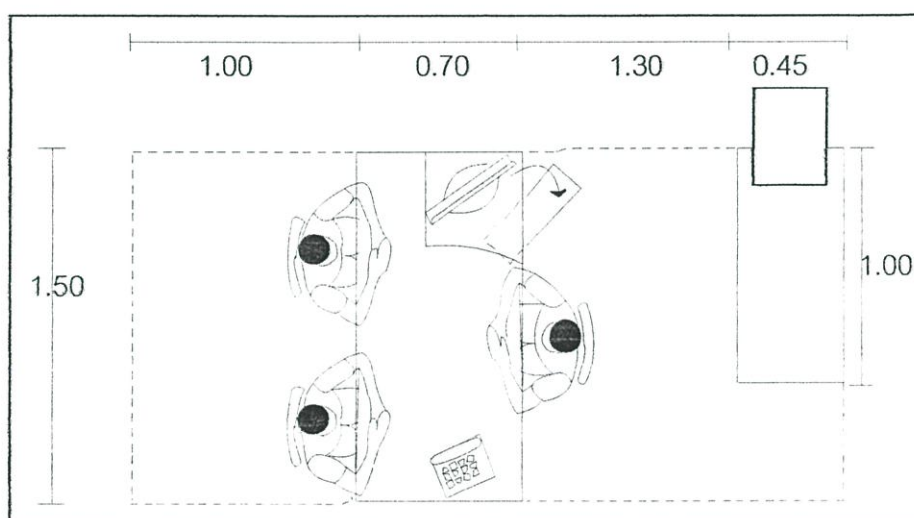
ลักษณะการปฏิบัติงานเป็นการจ่ายสดหรือนับรับเช็คค่าสินไหมแก่ลูกค้า
เครื่องเรือนที่ต้องการ

- (1) โต๊ะทำงาน 0.70 X 1.50 X 0.75 ลบ.ม.
- (2) เก้าอี้ทำงาน ขนาดมาตรฐานทั่วไป ขาดัดล้อยหมุนเพื่อสะดวกต่อการทำงาน
- (3) ตู้เก็บเอกสาร 0.45 X 1.00 X 0.75 ลบ.ม. (สำหรับเก็บใบเสร็จที่ยังไม่ได้พิมพ์)

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

- (1) คอมพิวเตอร์ 0.25 X 0.50 X 0.50 ลบ.ม. (จอแบน)
- (2) โทรศัพท์ใช้ติดต่อกับลูกค้าตัวแทนและติดต่อภายในบริษัท 0.22 X 0.28 X 0.05 ลบ.ม.
- (3) ฟรินเตอร์ (สำหรับพิมพ์ใบเสร็จ) 0.50 X 0.42 X 0.20 ลบ.ม.

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.10 แสดงขนาดพื้นที่ทำงานการเงินจ่าย

$$\begin{aligned} \text{รวมพื้นที่ทำงาน} & 1.50 \times 3.45 = 5.25 + 1.575 \text{ (ทางสัญจร 30\%)} \\ & = 6.825 \text{ ตรม.} \end{aligned}$$

6.1.2.5 พื้นที่พักคอยลูกค้าสินไหม

เป็นการนั่งพักคอยรอรับบริการชื้อประกันภัยและแก้ไขกรณีธรรมที่มีควมสบายใน
การนั่งแต่ต้องการให้รวดเร็วในการบริการจึงเป็นที่นั่งแบบทั้งมีพนักพิงและไม่มีพนักพิง

เครื่องเรือนที่ต้องการ

- (1) เก้าอี้พักคอย 0.70 X 0.70 X 0.45 ลบ.ม.
- (2) โต๊ะ Service วางโทรศัพท์ 0.50 X 1.00 ลบ.ม. จำนวน 2 จุด = 1.00 ตรม.
วางหนังสือ 0.40 X 1.00 X 0.80 ลบ.ม. จำนวน 4 จุด = 1.6 ตรม.

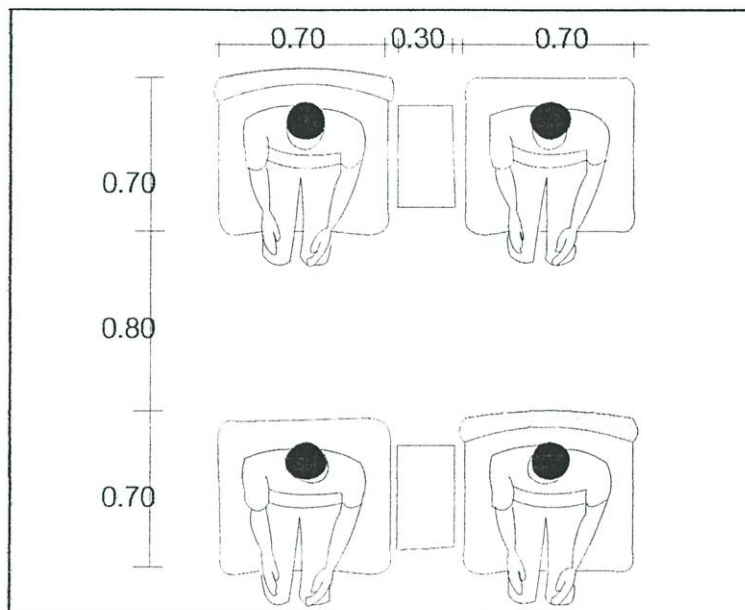
บริการน้ำดื่ม 0.40 X 1.00 X 0.80 ลบ.ม. จำนวน 2 จุด=0.8 ตรม.

(3) โต๊ะข้าง 0.30 X 0.40 X 0.35 ตรม. ประมาณ 10 ตัว

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

(1) โทรทัศน์

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.11 แสดงขนาดพื้นที่นั่งพักคอย

$$\begin{aligned}
 \text{รวมพื้นที่ทำงาน} & 1.10 \times 1.50 = 1.65 + 0.5(\text{ทางสัญจร} 30\%) \\
 & = 2.15 \times 60 \text{ ที่นั่ง} \\
 & = 129 \text{ ตรม.}
 \end{aligned}$$

6.1.2.6 พื้นที่ Private

ลักษณะเป็นห้องส่วนตัวใช้สนทนาระหว่างพนักงานคุมราคาและลูกค้าบางรายที่ต้อง

เวลาในการตกลงค่าสินไหม

เครื่องเรือนที่ต้องการ

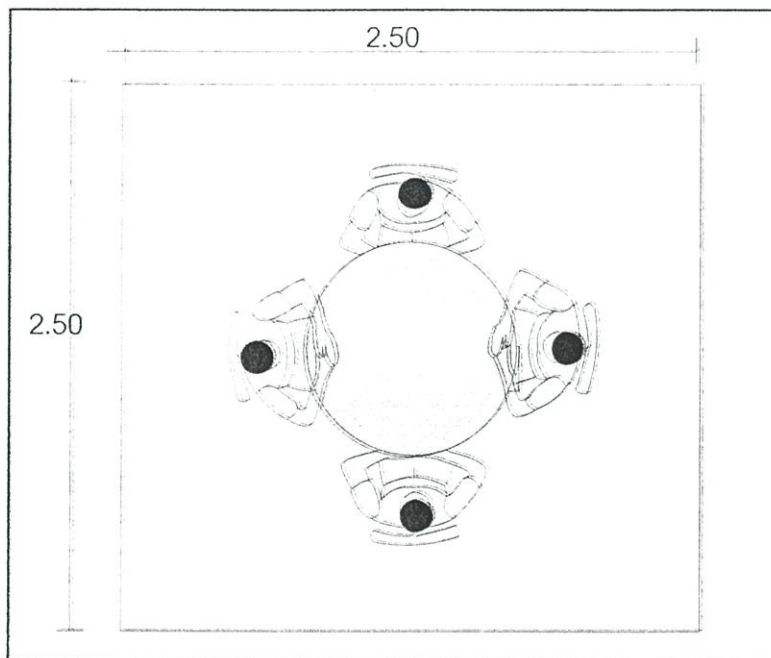
(1) โต๊ะประชุม 1.00 X 1.00 X 0.75 ลบ.ม.

(2) เก้าอี้ 0.45 X 0.45 X 0.90 ลบ.ม.

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

ไม่มี

ขนาดพื้นที่



ภาพที่ 6.12 แสดงขนาดพื้นที่ Private

รวมพื้นที่ Private $2.500 \times 2.50 = 6.25$ ตรม.

รวมพื้นที่สิ่งใหม่ทดแทน

ส่วนพนักงาน = $104.4725 + 31.31$ (ทางสัญญา 30%) = 135.81 ตรม.

ส่วนลูกค้า = $138 + 41.4$ (ทางสัญญา 30%)

= 180 ตรม. + service 20% = 234 ตรม.

รวมพื้นที่ส่วนสิ่งใหม่ = 370 ตรม.

6.1.3 พื้นที่ส่วนประชาสัมพันธ์และโถงต้อนรับ

เครื่องเรือนที่ต้องการ

(1) เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ $0.80 \times 1.50 \times (0.75)1.00$ ลบ.ม. (แบบ 2 ระดับ)

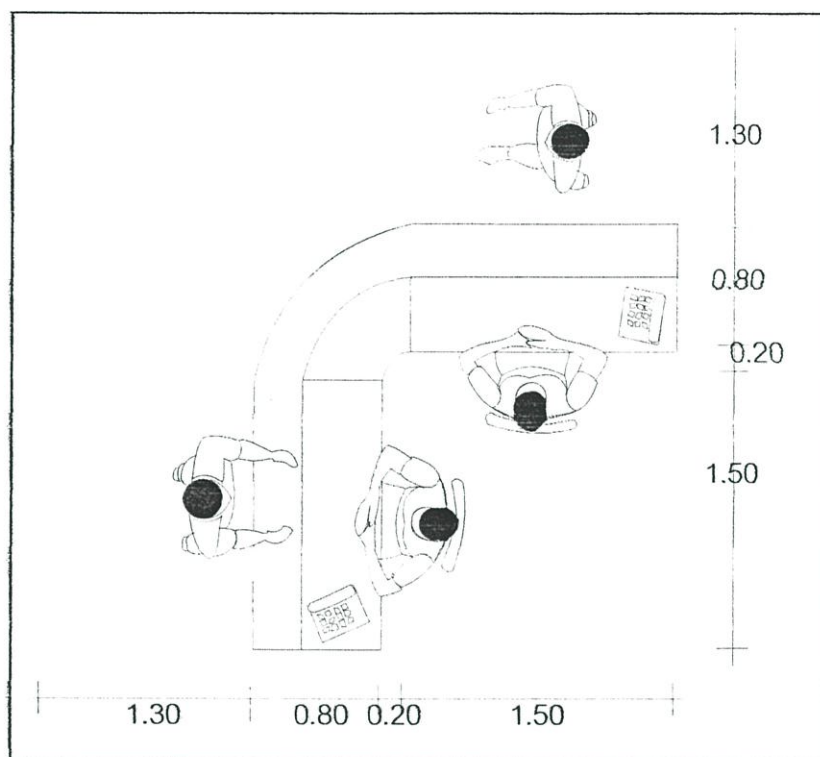
(2) เก้าอี้ทำงาน ขนาดมาตรฐานทั่วไป ขาดัดล้อยหมุนเพื่อสะดวกต่อการทำงาน

อุปกรณ์ใช้ประกอบการทำงาน

(1) โทรศัพท์ ใช้ติดต่อกายในภายนอกบริษัท $0.22 \times 0.28 \times 0.05$ ลบ.ม.

(2) อุปกรณ์โอนสายภายใน 0.400×0.50 ลบ.ม.

ขนาดพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 6.13 แสดงขนาดพื้นที่ส่วนประชาสัมพันธ์

รวมพื้นที่ส่วนประชาสัมพันธ์

$$3.80 \times 3.80 = 14.4$$

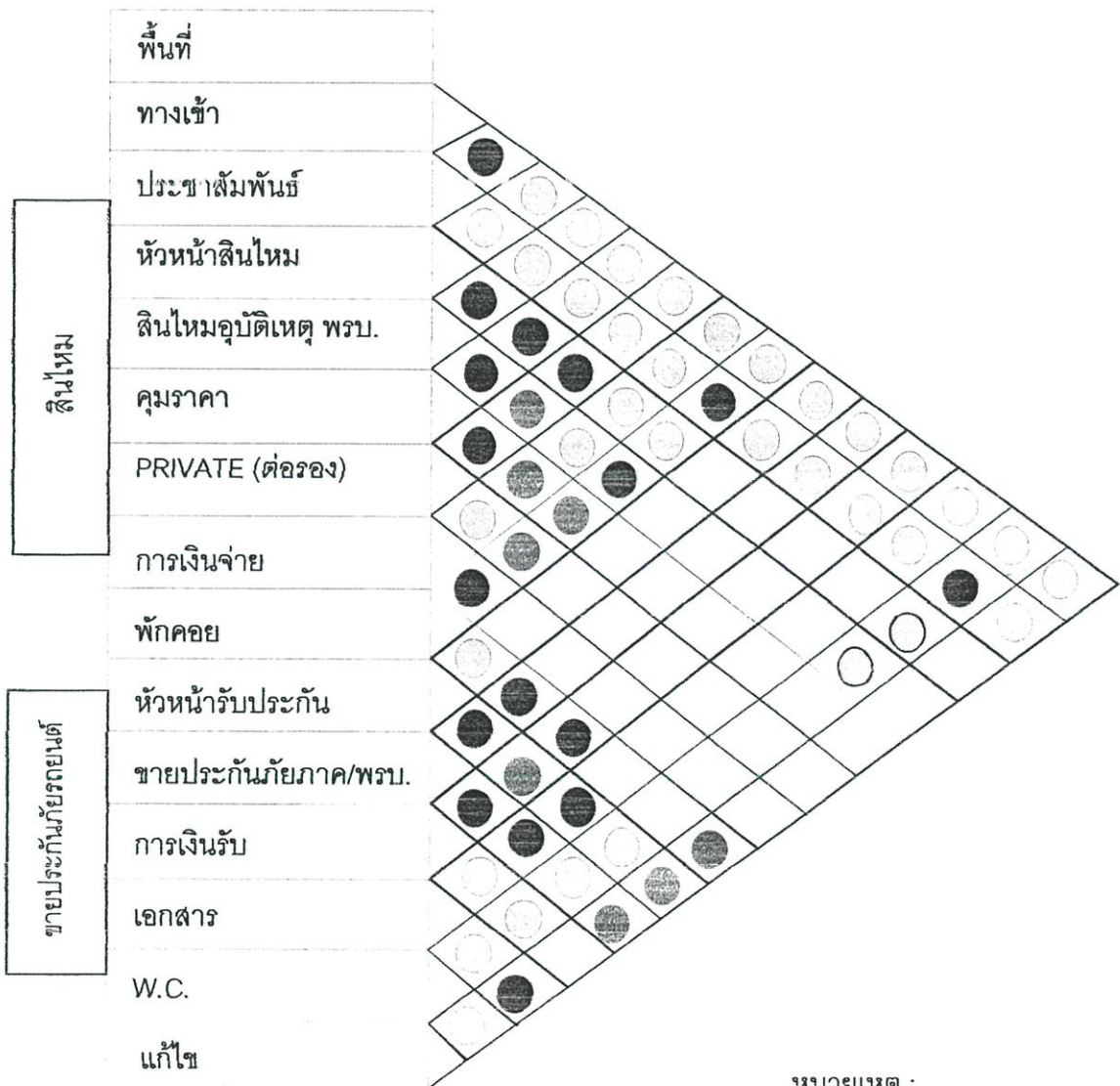
$$= 14.4 + 4.3 \text{ ทางสัญจร } (30\%)$$

$$= 18.7 \text{ ตรม.}$$

6.2 ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่

จากบทที่ 5 ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอแนะส่วนบริการลูกค้าโดยตรงซึ่งประกอบด้วยส่วนขายประกันภัยและส่วนสินไหมทดแทน โดยพื้นที่ต่างๆภายในส่วนบริการดังกล่าวมีรายละเอียดพื้นที่ย่อยและมีลักษณะความสัมพันธ์มากน้อยขึ้นอยู่กับพฤติกรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตาราง 6.1

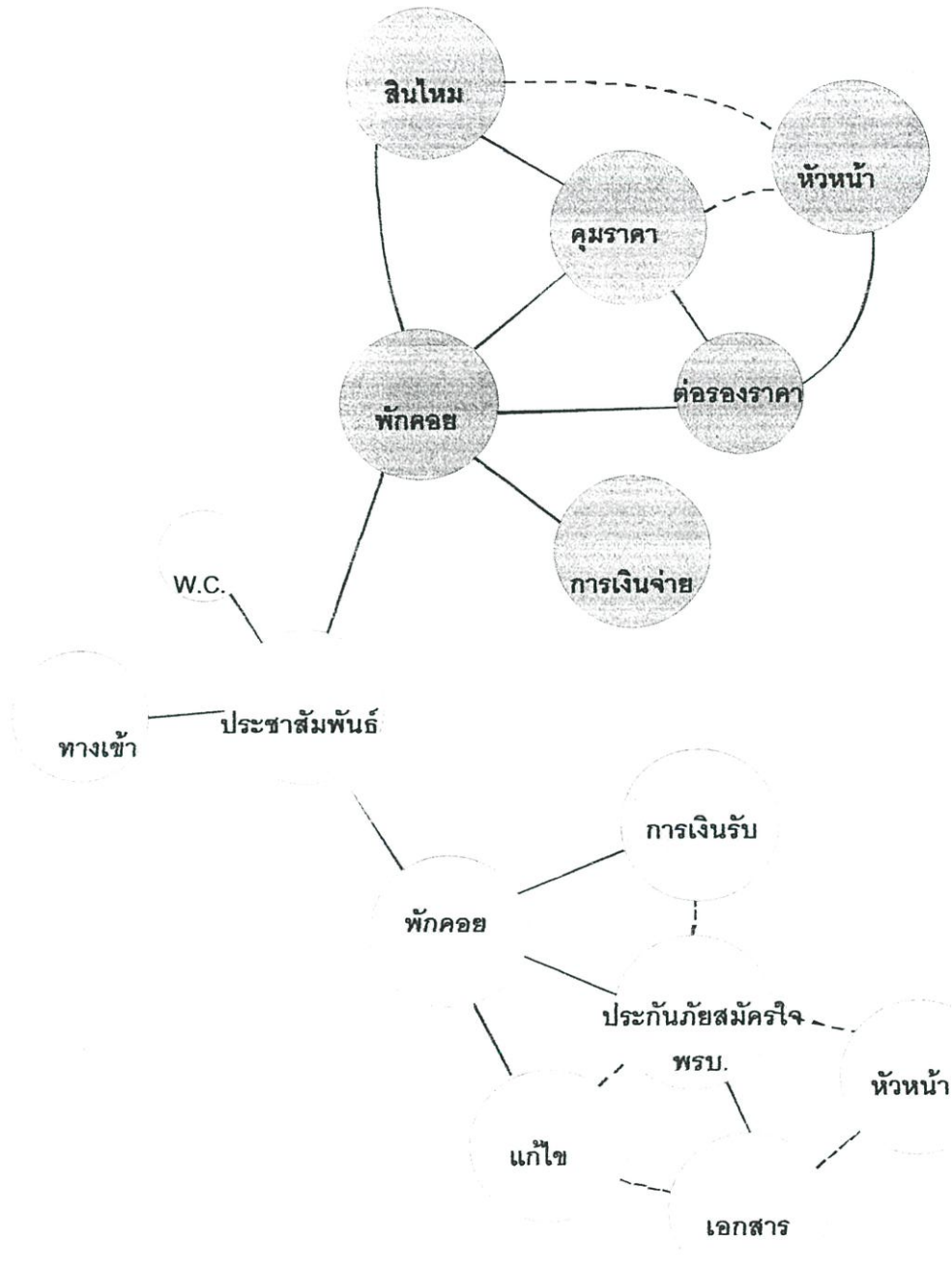
ตารางที่ 6.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ภายในส่วนบริการลูกค้า



หมายเหตุ :

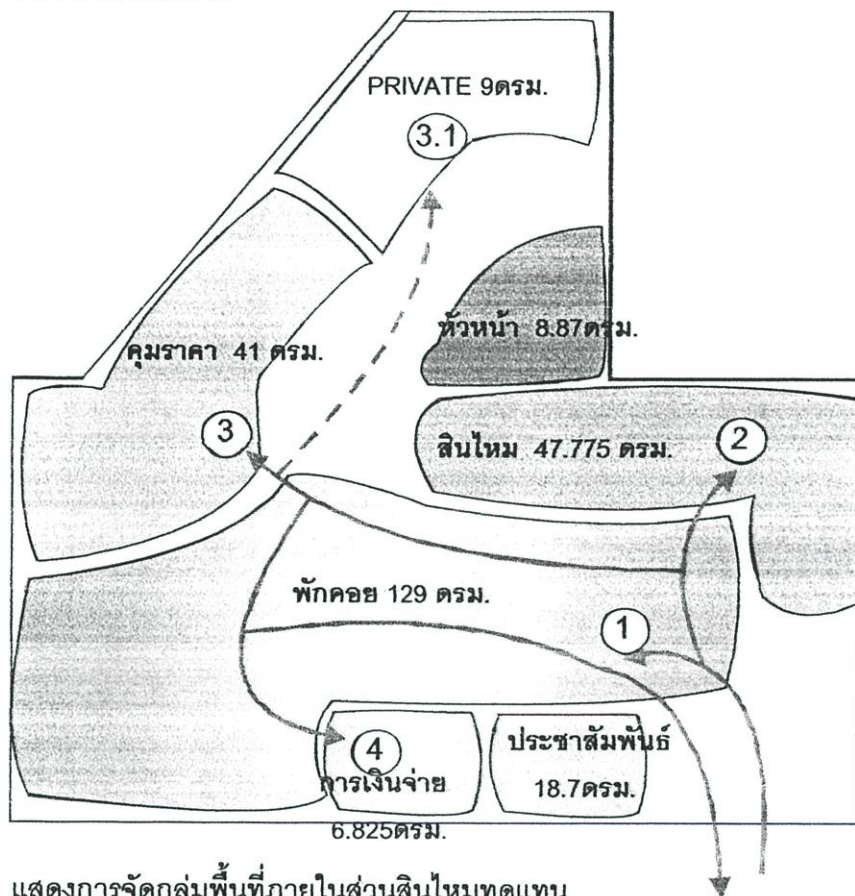
- มีความสัมพันธ์มาก
- มีความสัมพันธ์ปานกลาง
- มีความสัมพันธ์น้อย

จากความสัมพันธ์ของพื้นที่ที่สามารถเขียนเป็นแผนผังเชื่อมโยงความสัมพันธ์หรือ Bubble Diagram "ดังภาพ 6.14



หมายเหตุ ---- คือการติดต่อของพนักงานส่วนหลังและเส้น —— คือการติดต่อของลูกค้า
 ภาพที่ 6.14 แสดงแผนผังความสัมพันธ์ของพื้นที่ภายในส่วนบริการลูกค้าโดยตรง

จากความสัมพันธ์ของพื้นที่ภายในส่วนบริการลูกค้าโดยตรงสามารถสรุปเป็นแผนผังแสดง ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ตามขนาดการใช้งาน โดยได้แบ่งเป็น 2 ส่วนคือสินไหมและส่วนขาย ประกันภัยรถยนต์ ดัง ภาพที่ 6.15



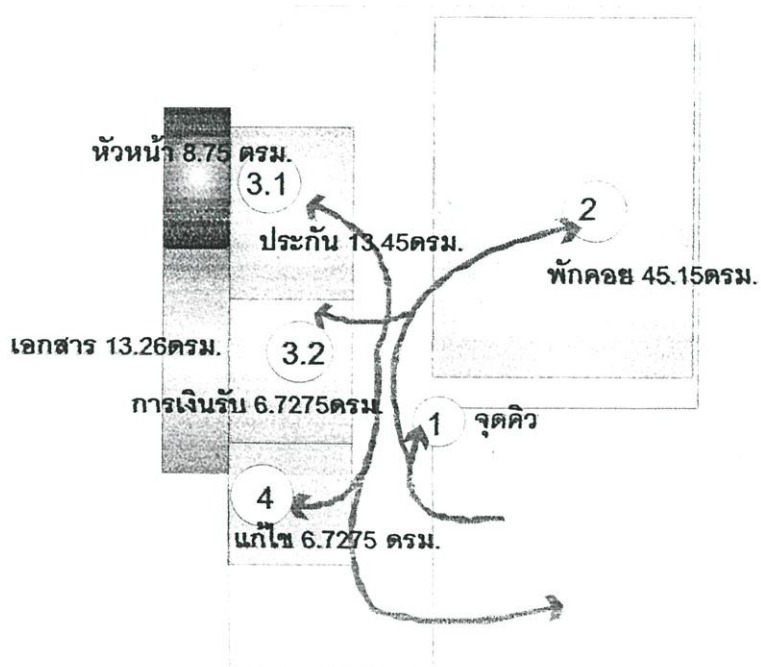
ภาพที่ 6.15 แสดงการจัดกลุ่มพื้นที่ภายในส่วนสินไหมทดแทน

จากภาพได้แสดงเส้นทางเดินอย่างคร่าวๆซึ่งสรุปได้ 3 กรณี คือ

1. ลูกค้าติดต่อสินไหมอุบัติเหตุ ลักษณะการติดต่อคือ เข้ามาจุด 1 ไปจุด 2 ไปจุด 3 ไปจุด 4 กลับ
2. ลูกค้าติดต่อสินไหมพ.ร.บ ลักษณะการติดต่อคือ เข้ามาจุด 1 ไปจุด 2 ไปจุด 4 กลับ
3. ลูกค้ามารับเช็คตามใบนัดโดยการเงินจ่าย ลักษณะการติดต่อคือ เข้ามาจุด 1 ไปจุด 4 กลับ

นอกจากนั้นส่วนขายประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับและภาคสมัครใจ ซึ่งจะแสดงใน ภาพ 6.16 ยังมีลักษณะเส้นทางสัญจร 2 กรณีดังนี้

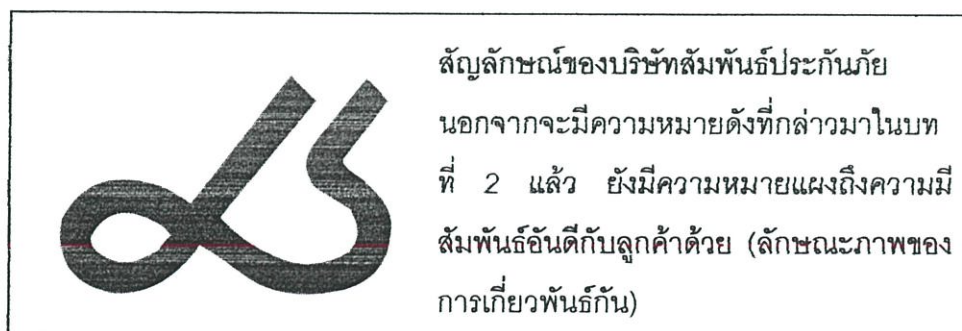
1. ลูกค้าซื้อประกันภัยทั้งภาคบังคับและภาคสมัครใจ ลักษณะการติดต่อคือ เข้ามาจุด 1 ไปจุด 2 ไปจุด 3.1 ไปจุด 3.2 กลับ
2. ลูกค้าแก้ไขกรมธรรม์ประกันภัยทั้งภาคบังคับและภาคสมัครใจ ลักษณะการติดต่อคือ เข้ามาจุด 1 ไปจุด 4 กลับ



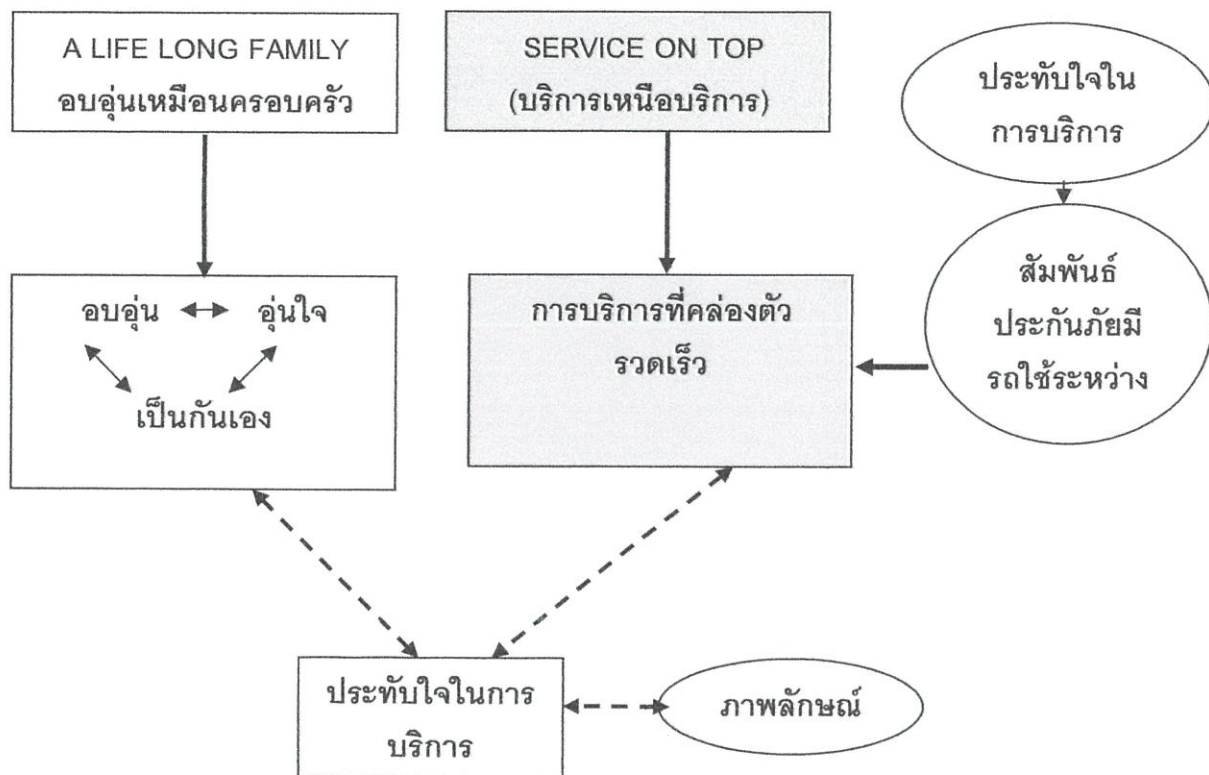
ภาพที่ 6.16 แสดงการจัดกลุ่มพื้นที่ภายในส่วนขายประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับและภาคสมัครใจ

6.2 แนวความคิดในการออกแบบ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งแบบสอบถาม สังเกตการณ์ แบบ Collage ซึ่งได้กล่าวไว้ในบทที่ 4 และ 5 สรุปว่าภาพลักษณ์ที่ได้คือลูกค้ามีความประทับใจในการบริการที่สุภาพเป็นกันเองของพนักงาน และการบริการตลอดเวลา นอกจากนี้ลูกค้ายังมีความอบอุ่นใจในการทำประกันภัยกับบริษัท



ภาพที่ 6.17 แสดงสัญลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย




ภาพที่ 6.18 แสดงการวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบ

ตารางที่ 6.2 แสดงการวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบ

แนวคิดในการออกแบบ	ที่มา	วิเคราะห์การออกแบบ
<p>ครอบครัว ใจ เป็นกันเอง</p>		<p>อ้อมแขน เส้นโค้งเข้าหาตัว</p> <p>ที่ว่าง/ระนาบโค้งโอบล้อม เข้าหาตัว</p> <p>ยึดเกาะเกาะเกี่ยว</p> <p>รวมกลุ่มเข้าหาศูนย์กลาง</p>

ตารางที่ 6.2(ต่อ) แสดงการวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบ

แนวคิดในการออกแบบ	ที่มา
<p>สำนักงานโฆษณา แนวคิด อบอุ่นสบาย เหมือนการพักผ่อนแต่เน้น ความคล่องตัวด้วยการใช้ วัสดุสแตนเลสด้านมาเสริม ใช้โทนสีอ่อน ครีม เหลือง พื้นผิว มันวาว (สร้างความ โปร่งใส)กระจก หิน</p>	

ตารางที่ 6.2(ต่อ)

แนวคิดในการ ออกแบบ	ที่มา
<p>สำนักงาน spontaneous&natural ด้วยการใช้วัสดุกระจก ใสและกระจกฝ้า ใช้โทนสีเหลืองของไม้ เน้นแสงส่องด้านบน (สร้างความโปร่งใส) กระจก หิน</p>	
<p>สำนักงาน แนวคิด อบอุ่นเป็น กันเอง Space เน้นบรรยากาศ ที่ดีสำหรับพนักงาน และผู้มาติดต่อ ใช้แสงธรรมชาติ ใช้โทนสีอ่อน ครีมน เหลือง สร้างความโปร่งใสด้วย กระจกใสและกระจก ฝ้า เฟอร์นิเจอร์รูปแบบ โค้งมน</p>	

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

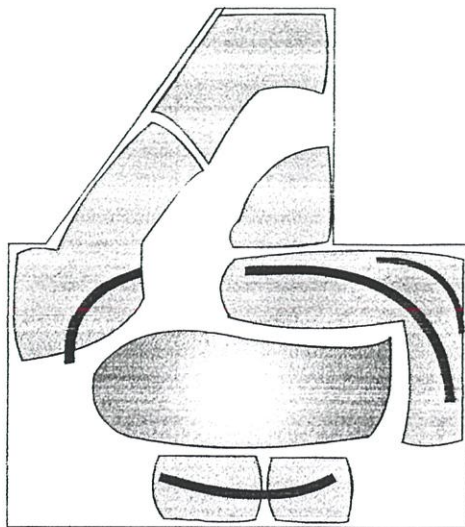
แนวคิดในการ	ที่มา	วิเคราะห์
<p>การบริการที่ คล่องตัวรวดเร็ว</p>		<p>พฤติกรรมกร บริการ</p> <p>ความสัมพันธ์ของ พื้นที่ Space ที่ ต่อเนื่อง</p>

ดังนั้นการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้าโดยตรงจึงได้นำแนวความคิดของการบริการที่คล่องตัวแมงไปด้วยความอบอุ่นเป็นกันเอง คือ บริการเหนือบริการ (Service on top) และ (A life long family) ด้วยการจัดพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริการเพื่อสะท้อนการบริการที่รวดเร็ว โดยการจัดผังพื้นแบบไม่เป็นทาง (informal) เน้นพื้นที่บริการลูกค้ามากกว่าพื้นที่พนักงาน การเสริมบรรยากาศความเป็นกันเองด้วยการใช้เครื่องเรือนส่วนพักคอยลูกค้าที่Fromคูโค้งมน และเบาสบาย และนำสีขององค์กรที่อยู่ในสัญลักษณ์มาใช้คือสีเขียวและสีเหลือง เสริมด้วยโทนสีและวัสดุที่แสดงถึงความอบอุ่น คือไม้สีบีชและวัสดุไม้ทวารของสแตนเลสแทนความคล่องตัวและรวดเร็ว นอกจากนี้ยังได้นำเอกลักษณ์เส้นโค้งและเส้นโค้งเข้าหาตัวมาออกแบบให้เกิดความอบอุ่นและต้อนรับเชื้อเชิญ

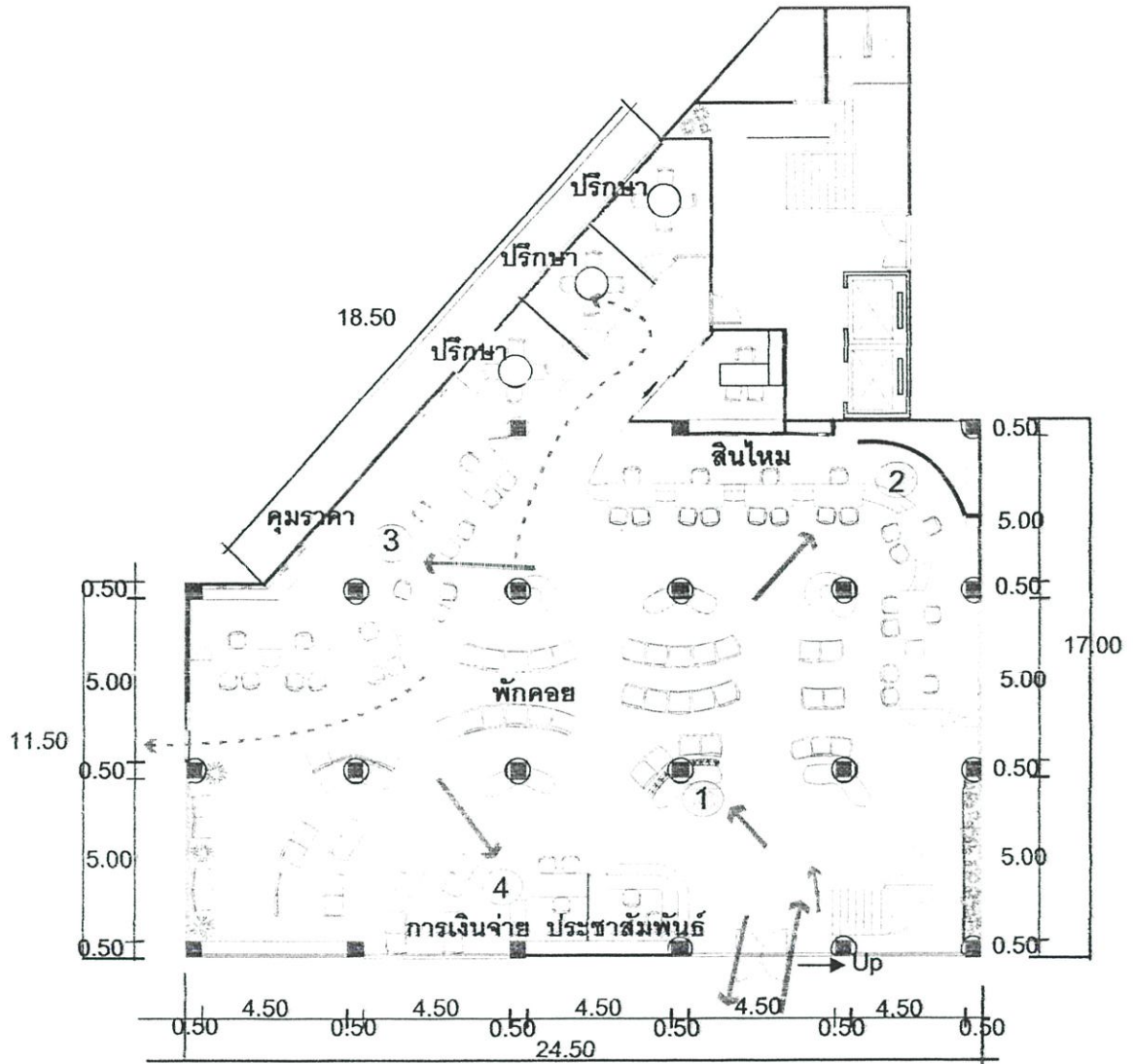
6.4 การออกแบบ

6.4.1 การวางผัง

ผังภายในส่วนบริการลูกค้าโดยตรง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนแรกอยู่บริเวณชั้น 1 ของอาคารเป็นส่วนสินไหมโดยให้บริการลูกค้าเมื่อเกิดอุบัติเหตุเข้ามารับเงินค่าสินไหมทดแทน การจัดวางผัง จัดแบบ Informal บริเวณทางเข้ามีเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์และจุดกวดบัตรคิวเป็นจุดแรก และมีบันไดเชื่อมต่อไปชั้น 2 ซึ่งเป็นส่วนขายประกันภัยรถยนต์ บริเวณพื้นที่พักคอยจัดอยู่ส่วนกลางของห้องเพื่อสะดวกต่อการรับบริการจากเคาน์เตอร์สินไหมด้านหน้าและเคาน์เตอร์คุมราคาบริเวณด้านซ้ายของผัง บริเวณคุ่มราคานั้นได้จัดให้อยู่ใกล้ประตูทางด้านข้างเพื่อสะดวกต่อการออกไปถ่ายภาพรถยนต์ของลูกค้า และมีการจัดห้องส่วนตัวไว้ใกล้บริเวณคุ่มราคาและห้องผู้บริหารเพื่อสะดวกในการติดต่อลูกค้าบางกรณี บริเวณการเงินจ่ายจัดวางให้อยู่ในตำแหน่งใกล้ประชาสัมพันธ์เพื่อสะดวกในการเดินออกเพราะเป็นจุดบริการสุดท้ายของสินไหม

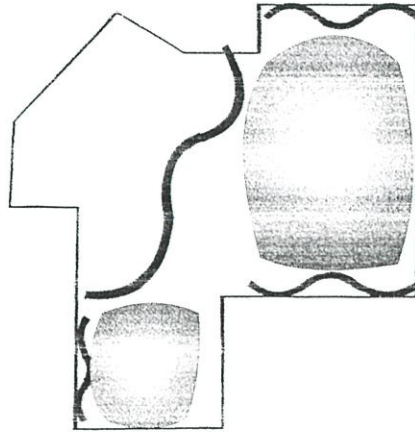


ภาพที่ 6.19 แสดงแนวเคาน์เตอร์รับลูกค้าลักษณะโค้งโอบเข้าหาบริเวณตรงกลาง

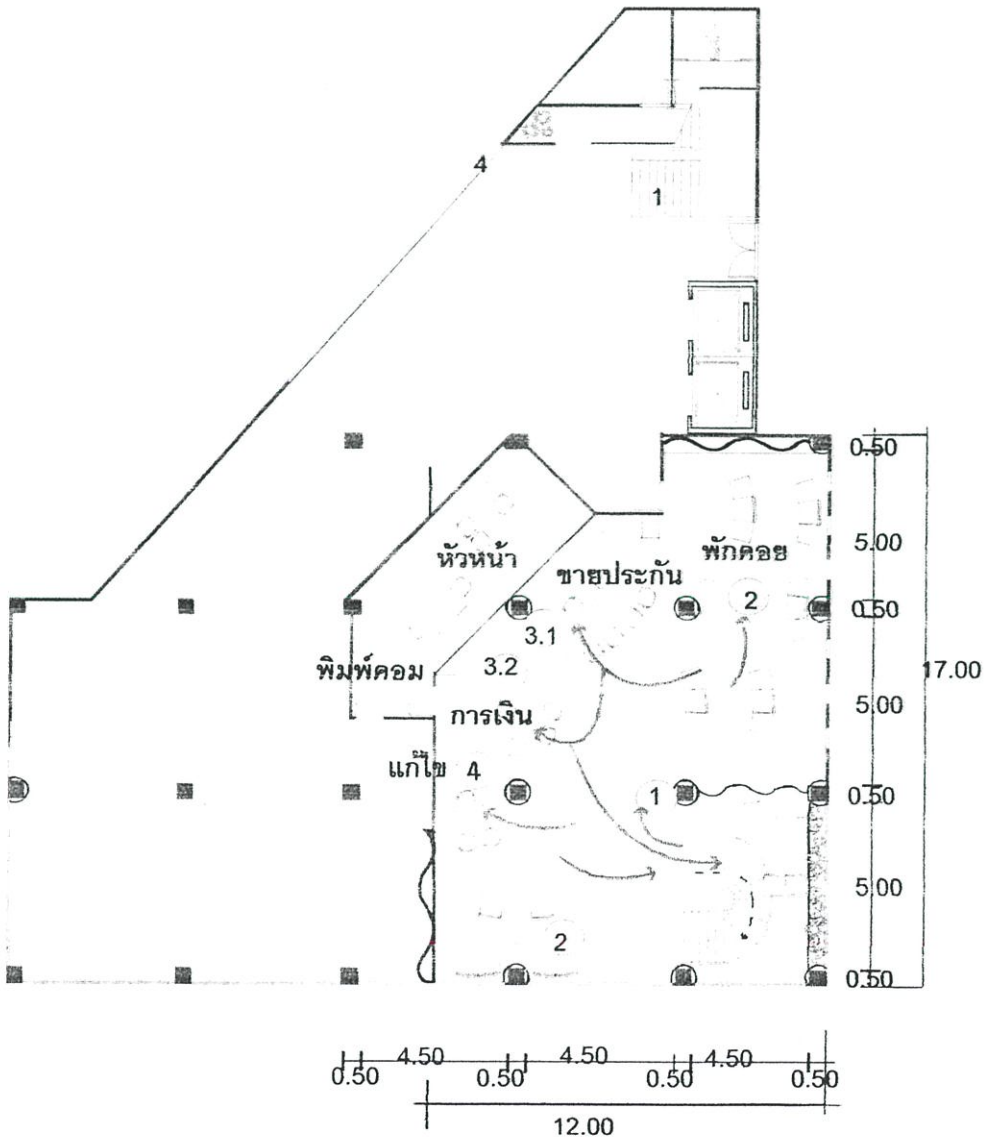


ภาพที่ 6.20 แสดงผังบริเวณส่วนบริการลิ้นไหม

ผังภายในส่วนขายประกันภัยรถยนต์ทั้งภาคบังคับและภาคสมัครใจอยู่บริเวณชั้น 2 ซึ่งต่อเนื่องจากบริเวณลิ้นไหมชั้น 1 โดยภายในส่วนบริการขายประกันจัดผังเช่นเดียวกับส่วนลิ้นไหม คือแบบ Informal และเน้นความต่อเนื่องของ design โดยนำเส้นโค้งมาใช้ในทั้งตัวเฟอร์นิเจอร์และผนังเพื่อให้เกิดความเป็นกันเองและผ่อนคลาย บริเวณส่วนทางเข้ามีจุดกวดบัตรคิวอยู่ทางด้านขวา โดยด้านซ้ายเป็นเคาน์เตอร์ขายประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจและภาคบังคับ ส่วนแก้ไขกรมธรรม์อยู่บริเวณด้านหน้าเพื่อสะดวกในการติดต่อ โดยมีสวนพิมพ์กรมธรรม์และหัวหน้าส่วนอยู่ด้านหลัง เคาน์เตอร์เพื่อสะดวกต่อการติดต่อกาน บริเวณพักคอยของลูกค้าอยู่ด้านในของห้องพร้อม สอดแทรกข้อมูลการประกันภัยไว้ในบริเวณดังกล่าว



ภาพที่ 6.21 แสดงแนวเคาน์เตอร์รับลูกค้าลักษณะโค้ง



ภาพที่ 6.22 แสดงผังบริเวณส่วนบริการชายประกันภัยรถยนต์

6.4.2 การออกแบบภายในสวนบริการลูกค้า

ภายในสวนบริการลูกค้าซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือสินไหม อยู่บริเวณชั้น 1 และส่วนขายประกันอยู่บริเวณชั้น 2 การตกแต่งในรูปแบบที่ดูอบอุ่นเป็นกันเอง ด้วยโทนสีเหลืองอ่อน ครีม เขียว และ Form ของเส้นที่ดูโค้งโอบอุ้มและโค้งที่ดูเคลื่อนไหว พร้อมทั้งใช้วัสดุคือไม้บีชและผ้ามาตกแต่งทั้งพื้นและเฟอร์นิเจอร์ เพดานออกแบบให้มีความสูงไม่มากนักคือ 2.70 เมตร เพื่อให้ space ไม่สูงไปแต่ก็ดูไม่อึดอัด

บริเวณด้านหน้าทางเข้ามองเห็นป้ายบริษัทอย่างชัดเจน โดยเน้นให้เกิดจุดเด่นด้วยสีเขียวของสัญลักษณ์องค์กร บริเวณผนังใกล้เคียงใช้สีขาวเพื่อไม่ให้เด่นกว่าป้าย เสาด้านหน้าออกแบบให้มีเคาน์เตอร์ติดเครื่องกวดบัตรคิวออกแบบลักษณะโอบโค้งเข้าหาลูกค้า พื้นใช้วัสดุพรมและไม้ทำให้ดูสบาย



ภาพที่ 6.23 บริเวณทางเข้าสวนบริการลูกค้าสินไหม

บริเวณพักคอยนั้นออกแบบที่นั่งให้มีลักษณะดูเบาบางและโค้งเข้าหาเคาน์เตอร์ แทนความมีสัมพันธอันดีกับลูกค้าโดยใช้วัสดุโครงไม้พนักพิงโค้งรับกับForm ของที่นั่งเบาะบุผ้า เสาด้านหน้าออกแบบเพิ่ม function วางของ service ด้านบนวางโทรทัศน์ เพื่อเพิ่มความบันเทิงให้ลูกค้าเวลารอรับบริการ ฝ้าเพดานset ฝ้ารูปวงกลมเพื่อให้เข้ากับบรรยากาศที่ดูอบอุ่น

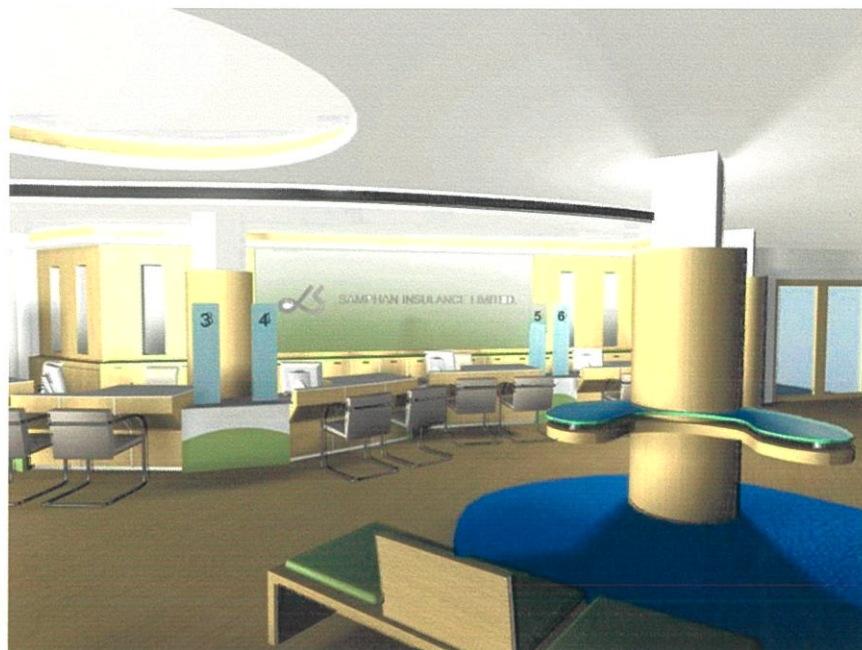


ภาพที่ 6.24 บริเวณส่วนพักผ่อนลูกค้าสินค้าสินไหม



ภาพที่ 2.25 บริเวณเคาน์เตอร์สินค้าสินไหมหน้าร้าน

เคาน์เตอร์ติดต่อสินไหมหน้าร้านออกแบบลักษณะโตะทำงานเพื่อประโยชน์ในการนั่ง
สนทนา บริเวณกั้นระหว่างโตะออกแบบให้มีระดับเตี้ยกว่าโตะเพื่อลดความยาวของเคาน์เตอร์
บริเวณด้านบนส่วนกั้นที่ป้ายบอกลำดับโตะ ผนังด้านหลังเป็นช่องกระจกสลับผนังที่บสร้าง
จังหวะให้กับห้องไม่ดูทึบแต่เป็นการผ่อนสายตาในการดูบรรยากาศภายนอก เพดานบริเวณ
ด้านบนของเคาน์เตอร์ออกแบบให้ลดระดับลงเพื่อเกิดเป็นขอบเขตของเคาน์เตอร์



ภาพที่ 2.26 บริเวณเคาน์เตอร์คุมราคา

บริเวณเคาน์เตอร์คุมราคาออกแบบลักษณะเดียวกับสินไหม เพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง โตะ
กั้นระหว่างเคาน์เตอร์ออกแบบโดยใช้เส้นโค้งสีเขียวสลับสแตนเลส ผนังด้านหลังเป็นป้ายชื่อ
ภาษาอังกฤษของบริษัท ผนังด้านหลังเจาะช่องวางของตกแต่งและซ่อนไฟแสง Worm white
เพื่อให้เกิดแสงที่ดูอบอุ่น

บริเวณพักคอยการเงินจ่ายจัดวางที่ตั้งให้โค้งรับกับผนัง โดยให้ผนังเป็นจุดนำสายตาไปสู่
เคาน์เตอร์การเงิน



ภาพที่ 2.27 บริเวณส่วนพักคอยการเงินจ่าย



ภาพที่ 2.28 บริเวณส่วนบริการลูกค้าขายประกันภัยรถยนต์

ส่วนขายประกันภัยรถยนต์ซึ่งตั้งอยู่บริเวณชั้น 2 ออกแบบให้มีลักษณะเหมือนชั้นล่าง เพื่อให้
เกิดความต่อเนื่องของพื้นที่ บริเวณผนังด้านหน้าส่วนแก้ไขประกันออกแบบให้ผนังโค้งเพื่อนำ
สายตาไปสู่เคาน์เตอร์พร้อมแทรกชั้นวางของ Service เช่นถาดวางน้ำดื่มและหนังสือนิตยสารต่างๆ
บริเวณผนังด้านหลังส่วนพักคอยออกแบบให้มีส่วนบริการข่าวสารการประกันภัย สลับกับผนัง
กระจกเพื่อสามารถมองบรรยากาศภายนอก



ภาพที่ 2.29 บริเวณส่วนบริการลูกค้าชายประกันภัยรถยนต์



ภาพที่ 2.30 บริเวณส่วนพักคอยลูกค้าชายประกันภัยรถยนต์

6.4.3 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้า ของบริษัท สัมพันธ์ประกันภัยจำกัด สำนักงานใหญ่ ซึ่งมุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ขนาดและความสัมพันธ์ของพื้นที่ของส่วนผู้ให้และผู้รับบริการ ศึกษาถึงภาพลักษณ์ขององค์กร และ ข้อเสนอแนะแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้า

โดยผลสรุปการออกแบบแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้าเป็นลักษณะการ ติดต่อกันอยู่ในบริเวณเดียวกัน โดยส่วนแรกคือประชาสัมพันธ์ เชื่อมต่อกับ 2 ส่วนบริการคือ ส่วน ชายประกันภัยรถยนต์และส่วนสินไหมอุบัติเหตุ ภายในส่วนชายประกันภัยรถยนต์ประกอบด้วย บริเวณทำงานจำนวน 6 คนและพักคอยจำนวน 21 ที่นั่ง ส่วนรับสินไหมอุบัติเหตุประกอบด้วย บริเวณทำงานพนักงานจำนวน 14 คนและพักคอยจำนวน 60 ที่นั่ง แต่การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ เจาะลึกถึงเอกลักษณ์ขององค์กร เป็นเพียงการนำภาพลักษณ์ขององค์กรมาเป็นแนวคิดในการ ออกแบบเพื่อเสริมบรรยากาศควบคู่ไปกับ ขนาด ความสัมพันธ์ของพื้นที่ที่หาได้

จากการศึกษาถึงสภาพแวดล้อมภายในของบริษัทประกันภัยเห็นได้ว่าบรรยากาศภายใน บางส่วน เช่นส่วนสินไหมจะมีความตึงเครียด จึงควรคำนึงถึงการออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน เพื่อลดบรรยากาศดังกล่าว โดยภาพลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยคือ บริการเหนือบริการ (Service on top) และอบอุ่นเป็นกันเอง (A light long family) มาเป็นแนวคิดในการออกแบบ โดยใช้รูปทรงและเส้นสายที่โค้งมนในการจัดวางผังพื้นที่ และนำสีของสัญลักษณ์องค์กรมาใช้คือสี เขียวและสีเหลือง เสริมบรรยากาศด้วยโทนสีและวัสดุที่แสดงความอบอุ่นเช่นไม้ และวัสดุมันวาว ของสแตนเลสแทนความคล่องตัว

ดังนั้นผู้ที่สนใจศึกษาถึงเอกลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย สามารถนำข้อมูลและ ผลสรุปในเรื่องขนาดและความสัมพันธ์ของพื้นที่ในส่วนบริการลูกค้าไปใช้ในการออกแบบภายใน องค์กรได้ต่อไป

บรรณานุกรม

- กิติ สิ้นธุเสก . 2544 . การออกแบบภายในชั้นพื้นฐาน: หลักการพิจารณาเบื้องต้น. โรงพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ . 2544 . 22ปี กรมการประกันภัย . กรุงเทพฯ.
- จันทน์ เพชรานนท์ . 2542 . การทำรายละเอียดประกอบโครงการออกแบบสถาปัตยกรรม
ภายใน . ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เดโช สนวนนท์ . 2518 . จิตวิทยาสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- นภาพรพรณ สุทธะพินทุ . 2540 . การจัดสำนักงาน . กรุงเทพฯ.
- บุญชม ศรีสะอาด . 2535 . การวิจัยเบื้องต้น . พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด . ความสำคัญของการสร้างเอกลักษณ์องค์กร
บริษัททิพยประกันภัย จำกัด. 2545 . "ความเป็นมาของบริษัท". รายงานประจำปีบริษัททิพ
ประกันภัย จำกัด.
- ประพันธ์ ทรัพย์แสง . 2539 . พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ . พิมพ์ครั้งที่ 2 .
กรุงเทพฯ : วิทยุชน จำกัด.
- มุกดา ไควหกุล . 2540 . การประกันภัย . กรุงเทพฯ . สยามเดชั่นเนรี่ซ์พลาซ.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร . 2539 . การจัดทำรายละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบ . กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร . 2530 . พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม . กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร . 2526 . พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม : มูลฐานทางพฤติกรรม
เพื่อการออกแบบและวางแผน . กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริกุล เลากัยกุล . 2539 . "CI จิตวิทยาขององค์กรยุคใหม่. คลิปแอด": กรุงเทพฯ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ สมชาย หิรัญกิตติ . 2530 . การบริหารสำนักงานแบบใหม่. พัฒนา
ศึกษา.
- ศิริวรรณ วัลลิโกดม . 2544 . การประกันภัยและการจัดการธุรกิจการประกันภัย . สนพ.
สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น
- สุทธิณี อุปนันชัย . 2541 . "ก้าวใหม่ของธุรกิจสร้างอิมเมจ". คู่แข่ง . ปีที่ 11 ฉบับ 129
- สุรัสวดี ราชกุลชัย . 2539 . การบริหารสำนักงาน . กรุงเทพฯ.
- อโนทัย ตั้งวานิช . 2539 . การเสี่ยงภัยและการประกันภัย . ภาควิชาสถิติ . คณะวิทยาศาสตร์ .

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

กิตติยา เสริมบุญสุข . 2544 . “การวิเคราะห์ผังพื้นที่เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

กรณีศึกษา: ศูนย์บริการสาธารณสุข สังกัดสำนักอนามัย เขต กรุงเทพมหานคร”.

วิทยานิพนธ์ สถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

นรินทร์ สรวิตยศิริกุล . 2546 . “การศึกษาการจัดที่ว่างสำหรับห้องพักนิสิตนักศึกษาชายที่

ศึกษาทางด้านสถาปัตยกรรม ในหอพักนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐบาล ใน

เขตกรุงเทพมหานคร”.วิทยานิพนธ์ สถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

ภายใน, สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

นิศากร สมเศรษฐ์ . 2541 . “การปรับโครงสร้างองค์กร เอกลักษณะองค์กรและภาพลักษณ์

องค์กรภายหลังการรวมธุรกิจระหว่างไอริชและยูทิส”.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต

คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาสื่อสารมวลชน . จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิสาชล รัตนสาชล . 2541. “เอกลักษณ์ขององค์กรในฐานะกลยุทธ์การสื่อสารในยุค

โลกาภิวัตน์”. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์,จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

เปรมศิริ นิมิตรมงคล . 2541 . “กลยุทธ์การหาเอกลักษณ์ของอินซ์เคป ประเทศไทย .

ประชาชน”. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาสื่อสารมวลชน .

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิเชฐ กนกสุทธิวงศ์ . 2540 . “ต้นแบบห้องโถงประชาชนสำหรับที่ทำการไปรษณีย์รับจ่าย

ประเภทชั้นหน้า จังหวัดกรุงเทพฯ”.วิทยานิพนธ์ สถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน, สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สุวัฒน์ ตั้งทีมะรักษ์ . 2546 . “แนวทางการกำหนดผังพื้นที่ภายในห้องสมุดประชาชน”.

วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน, สถาบัน

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

อรรณพร เพชรานนท์ . 2539 . การออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน . ภาควิชาสถาปัตยกรรม

ภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

ลาดกระบัง.

Assael, Henry. 1984. Consumer Behavior and Market Action.,2 nd ed. U.S.A.

Wadsworth tnc.

Bernd Schmitt and Alex Simonson,Management aesthetics; the strategic management

Of brands, identity and image

Birren,Faber. 1982 . **Light,Color:Environment,2nd** .rev.ed.U.S.A.: Van No strand Reinhold Company.

Boesman,H. 1985 . **Buero International: The manual of Modern office**. West Geramany:VMB Verlag Modern Buerogestaltung.

David E, Carter. **How to improve your corporate identity**. Art direction book co. New York.

De Jong,cees.and Ernt Aschilp. 1990. **Design for Corporate Image**. Ntherlsn:VK Publishing.

Ed.Francis Duffy Coton Cave .1976. **Planning office space**.London Arcitectoral Pass.

Fenwich. 2002 . **Sasin on Marketing**. Sasin

Frank Jefkins . 1994. **Corporate identity**. A Division of Longman Group Limited.

Jeremy Myerson and PHILIP Ross. 1999. **The creative office**.

John E,Flynn.Arthur W. Segil,Gary R.Steffy . 1930-1980. **Architecture interior systems;Light.Acoustics Air Conditioning**,New York;Van no strand Reinhold Company.

Nepoles,Veronica. 1988. **Corporate identity design**. U.S.A.:Van No strand Reinhold Company.

Nicholas ind. 1990. **The corporate brand**.

Thailand covers news insurance. 2544. **Insurance companyฉบับที่ 20**

Thailand covers news insurance. 2544. **Insurance companyฉบับที่ 22**

Thailand covers news insurance. 2546. **Insurance companyฉบับที่ 47**

Wally.Olins. 1995. **International corporate identity**, Conway .Lloyd Morgan.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ชุดที่ 1

แบบสอบถามสำหรับพนักงาน

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การออกแบบเอกลักษณ์และสภาพแวดล้อมของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยจำกัด"

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบ

เลขที่แบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อความที่ถูกต้องมากที่สุด

สำหรับ
ผู้วิจัยเท่านั้น

1. เพศ

 1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

 1. ต่ำกว่า 20 ปี 3. 20-30 ปี 2. 31-40 ปี 4. 41 ปีขึ้นไป

3. ตำแหน่งงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน

 1. ผู้บริหาร 4. พนักงานในสำนักงานใหญ่ 2. ตัวแทนขายประกัน 5. พนักงานในสำนักงานสาขา 3. นักศึกษาฝึกงาน 6. อื่นๆโปรดระบุ.....

4. ฝ่ายที่ประจำอยู่

 1. การเงิน 5. พ.ร.บ. 2. รับประกัน 6. กฎหมาย 3. เคลมประกัน 7. สินไหม 4. บริหาร 8. อื่นๆโปรดระบุ.....

5. ระยะเวลาที่ท่านทำงานในบริษัทแห่งนี้

 1. น้อยกว่า 6 เดือน 4. 2-3 ปี 2. 6 เดือน - 1 ปี 5. 3 ปีขึ้นไป 3. 1 - 2 ปี

6. ในเวลาปฏิบัติงานท่านต้องติดต่อกับฝ่ายใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1) โดยกา ✓ ในช่องวิธีการติดต่อ

 1. การเงิน

โดยวิธีใด

โทรศัพท์	เดินไปหา	สนทนาระยะใกล้	อื่นๆ

 2. รับประกัน

โดยวิธีใด

 3. เคลมประกัน

โดยวิธีใด

 4. บริหาร

โดยวิธีใด

 5. พ.ร.บ.

โดยวิธีใด

 6. กฎหมาย.

โดยวิธีใด

 7. สินไหม

โดยวิธีใด

 8. อื่นๆโปรดระบุ.....โดยวิธีใด

ใน คำถามตอนที่ 2 – 8 ให้ท่านกาเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างตามระดับความพอใจ
ที่มีต่อบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมและสถานที่

คำถาม	ดีมากที่สุด (5)	ดีมาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1. ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม						<input type="checkbox"/>
2. ความสะดวกในการเดินทางไปบริษัท						<input type="checkbox"/>
3. ความชัดเจนของป้ายชื่อบริษัท (Logo)						<input type="checkbox"/>
4. บริเวณส่วนต้อนรับพักคอยกว้างขวาง และมีความสะดวกสบาย						<input type="checkbox"/>
5. ภายในบริษัทมีความเป็นระเบียบ เรียบร้อย						<input type="checkbox"/>
6. ระบบแสงสว่าง						<input type="checkbox"/>
7. ความสะอาด						<input type="checkbox"/>
8. อุณหภูมิพอเหมาะ						<input type="checkbox"/>
9. ความเงียบสงบ						<input type="checkbox"/>
10. การตกแต่งภายในบริษัท						<input type="checkbox"/>
11. การจัดพื้นที่ภายในบริษัท						<input type="checkbox"/>

ตอนที่ 3 ท่านต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยมากน้อยเพียงใด

คำถาม	ต้องการ มากที่สุด (5)	ต้องการ (4)	ปาน กลาง (3)	ต้องการ น้อย (2)	ไม่ ต้องการ (1)	
1. ห้องบริการลูกค้าส่วนกลาง (โดยลูกค้าสามารถติดต่อกับบริษัทได้ ที่จุดจุดเดียว One stop Service)						<input type="checkbox"/>
2. ลูกค้าติดต่อกับบริษัทตามฝ่ายต่าง ๆ ที่ต้องการ						<input type="checkbox"/>
3. มีบัตรคิวเพื่อเข้ารับการบริการ						<input type="checkbox"/>
4. ป้ายบอกขั้นตอนการให้บริการ						<input type="checkbox"/>

คำถาม	ต้องการมากที่สุด (5)	ต้องการ (4)	ปานกลาง (3)	ต้องการน้อย (2)	ไม่ต้องการ (1)
5. นิตยสาร เอกสาร หนังสือพิมพ์					
6. บริเวณส่วนพักคอย					
7. บริการเครื่องดื่มบริเวณส่วนพักคอย					
8. โทรศัพท					
9. โทรทัศน์					
10. เสียงเพลง					
11. เก้าอี้นั่งพักผ่อน					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อส่วนปฏิบัติงานของท่าน

1. ท่านคิดว่าพื้นที่บริเวณส่วนปฏิบัติงานของท่านมีความเพียงพอหรือไม่

1. เพียงพอ

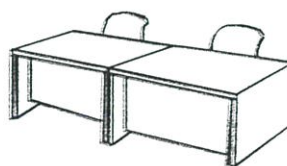
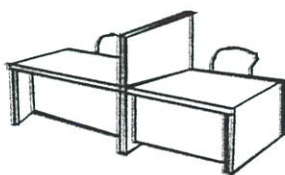
2. ไม่เพียงพอ

2. ท่านคิดว่าควรมีคอมพิวเตอร์สำหรับโต๊ะทำงานของท่านโดยเฉพาะหรือไม่

1. ควร

2. ไม่ควร

3. ท่านคิดว่าโต๊ะทำงานของท่านควรมีส่วนกัน (Partition) ระหว่างโต๊ะทำงานหรือไม่



1. ควร

2. ไม่ควร

4. ท่านคิดว่ารูปแบบโต๊ะและเก้าอี้ทำงานที่ใช้ในปัจจุบันเหมาะสมกับการทำงานของท่านหรือไม่

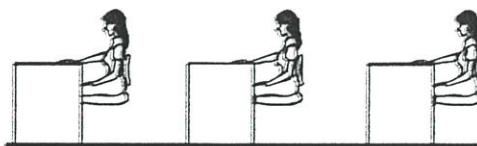
1. เหมาะสม

2. ไม่เหมาะสม

5. ท่านคิดว่าโต๊ะทำงานของท่านควรมีลักษณะใด

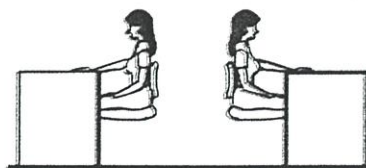
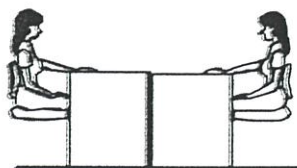
1. แบบ ไอ "I" (นั่งหันหน้าไปทางเดียว)

2. แบบ ปัจจุบัน



3. แบบหันหน้าชนกัน

4. แบบหันหลังชนกัน (หันหลังชนกัน)



6. ท่านคิดว่าชั้นเก็บเอกสารเก็บเอกสารของท่านมีความเพียงพอหรือไม่

1. เพียงพอ

2. ไม่เพียงพอ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

1. เมื่อท่านเข้ามาทำงานในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยท่านมีความประทับใจด้านใดมากที่สุด (กรุณาตอบตามความเป็นจริงมากที่สุดทั้ง 3 ข้อ)

1.....

2.....

3.....

☺ขอขอบพระคุณอย่างสูงในการสละเวลาอันมีค่าของท่าน เพื่อตอบแบบสอบถาม ☺

ชุดที่ 2

แบบสอบถามสำหรับผู้รับบริการ

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง “การออกแบบเอกลักษณ์และสภาพแวดล้อมของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยจำกัด”

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบ

เลขที่แบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อความที่ถูกต้องมากที่สุด

สำหรับ
ผู้วิจัยเท่านั้น

1. เพศ

 1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

 1. ต่ำกว่า 20 ปี 4. 41 – 50 ปี 2. 20 - 30 ปี 5. 51 – 60 ปี 3. 31 - 40 ปี 6. 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

 1. ปริญญาโทขึ้นไป 4. มัธยมปลายหรือเทียบเท่า. 2. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า 5. มัธยมต้น 3. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า. 6. ประถมศึกษา

4. อาชีพ

 1. ผู้จัดการหรือสูงกว่า 6. นักเรียน นิสิตนักศึกษา 2. รับราชการ 7. ค้าขาย 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ 8. พ่อบ้าน แม่บ้าน 4. ธุรกิจส่วนตัว 9. รับจ้างทั่วไป 5. พนักงานบริษัทเอกชน 10. อื่นๆโปรดระบุ....

5. รายได้ต่อเดือนของท่าน

 1. ต่ำกว่า 5,000 4. 20,001-40,000 บาท 2. 5,001-10,000 บาท 5. มากกว่า 40,000 บาท 3. 10,001-20,000 บาท

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลขององค์กร

1. สาเหตุที่ท่านติดต่อบริษัท (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

 1. ลुकค้าผู้ทำประกัน 4. ติดต่อธุรกิจ 2. คู่กรณี 5. อื่น ๆ โปรดระบุ... 3. ตัวแทนประกัน

2. ท่านติดต่อกับฝ่ายใดในบริษัท (ขณะตอบแบบสอบถาม)

 1. การเงิน 5. พ.ร.บ. 2. รับประกัน 6. กฎหมาย 3. เคลมประกัน 7. สินไหม

(มีต่อหน้าถัดไป)

4. ฝ่ายบริหาร 8. อื่นๆโปรดระบุ...
3. ถ้าท่านเป็นลูกค้าของบริษัท เหตุผลใดที่ท่านตัดสินใจทำประกันกับบริษัท (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. เชื่อมั่นในบริษัท 3. ประทับใจในบริการต่าง ๆ
2. บุคคลอื่นแนะนำ 4 อื่น ๆ โปรดระบุ...
4. ท่านรู้จักบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยเพราะ
1. โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ 3. ป้ายสติ๊กเกอร์ตามหน้ารถ
2. คำบอกเล่าจากบุคคลอื่น 4. อื่น ๆ โปรดระบุ...
5. ท่านเคยแนะนำให้บุคคลอื่นทำประกันภัยกับบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยหรือไม่
1. เคยแนะนำ 2. ไม่เคย
6. ท่านรู้จักตราสัญลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยหรือไม่
1. รู้จัก 2. ไม่รู้จัก

ใน คำถามตอนที่ 3 - 6 ให้ท่านกาเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างตามระดับความพอใจที่มีต่อบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย

ตอนที่ 3 การมองภาพลักษณ์ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย

คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1.บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยมีความน่าเชื่อถือใน การดำเนินธุรกิจ						<input type="checkbox"/>
2.บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและไม่เอาเปรียบลูกค้า						<input type="checkbox"/>
3.บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า						<input type="checkbox"/>
4.บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย						<input type="checkbox"/>
5.บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยเป็นองค์กรที่สามารถสร้างสรรค์และทำประโยชน์ให้แก่สังคม						<input type="checkbox"/>
6.ราคากรมธรรม์ที่ได้มาตรฐาน						<input type="checkbox"/>
7.ได้รับเบี้ยประกันภัยอย่างรวดเร็วเมื่อเกิดอุบัติเหตุ						<input type="checkbox"/>
8. ท่านคิดว่าจะทำประกันภัยกับบริษัทแห่งนี้ให้นานที่สุด						<input type="checkbox"/>

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการบริการ

สำหรับผู้วิจัย
เท่านั้น

คำถาม	ดีมากที่สุด (5)	ดีมาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1. ความสุภาพและเป็นกันเองของพนักงาน						<input type="checkbox"/>
2. พนักงานมีใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส						<input type="checkbox"/>
3. ขั้นตอนในการติดต่อใช้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว						<input type="checkbox"/>
4. มีความสามารถในการบริการ						<input type="checkbox"/>
5. ปฏิบัติต่อผู้รับบริการเป็นอย่างดี						<input type="checkbox"/>
6. บริการตรงต่อเวลา						<input type="checkbox"/>
7. มีความอบอุ่นใจเมื่อใช้บริการและทำประกันกับบริษัท						<input type="checkbox"/>

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมและสถานที่

คำถาม	ดีมากที่สุด (5)	ดีมาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1. ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม						<input type="checkbox"/>
2. ความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงาน						<input type="checkbox"/>
3. ความชัดเจนของป้ายชื่อสำนักงาน (Logo)						<input type="checkbox"/>
4. บริเวณส่วนต้อนรับพักคอยกว้างขวางและมีความสะดวกสบาย						<input type="checkbox"/>
5. ภายในสำนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย						<input type="checkbox"/>
6. ระบบแสงสว่าง						<input type="checkbox"/>
7. ความสะอาด						<input type="checkbox"/>

คำถาม	ดีมากที่สุด (5)	ดีมาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8. อุณหภูมิพอเหมาะ					
9. ความเงียบสงบ					
10. การตกแต่งภายในบริษัท					
11. การจัดพื้นที่ภายในสำนักงาน					

ตอนที่ 6 ท่านต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย

คำถาม	ต้องการ มากที่สุด (5)	ต้องการ (4)	ปาน กลาง (3)	ต้องการ น้อย (2)	ไม่ ต้องการ (1)
1. ห้องบริการลูกค้าส่วนกลาง (โดยลูกค้าสามารถติดต่อกับบริษัทได้ ที่จุดเดียว One stop Service)					
2. ลูกค้าติดต่อกับบริษัทตามฝ่ายต่าง ๆ ที่ต้องการ					
3. มีบัตรคิวเพื่อเข้ารับบริการ					
4. ป้ายบอกขั้นตอนการใช้บริการ					
5. นิตยสาร เอกสาร หนังสือพิมพ์ บริเวณส่วนพักคอย					
6. บริการเครื่องดื่มบริเวณส่วนพักคอย					
7. โทรศัพท์					
8. โทรทัศน์					
9. เสียงเพลง					
10. เก้าอี้นั่งพักผ่อน					

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะ

1. เมื่อท่านเข้ามาใช้บริการของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยท่านมีความประทับใจด้านใดมากที่สุด (กรุณาตอบตาม
ความเป็นจริงมากที่สุดทั้ง 3 ข้อ)

1.....

2.....

3.....

😊ขอขอบพระคุณอย่างสูงในการสละเวลาอันมีค่าของท่าน เพื่อตอบแบบสอบถาม 😊

แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทสัมพันธมิตรประกันภัย จำกัด

1. Market share “ส่วนแบ่งทางการตลาด” ของบริษัทสัมพันธมิตรประกันภัยอยู่ลำดับที่.....

ใครมาเป็นอันดับที่ 1.

2.

3.

2.เป้าหมายและความมุ่งหมายขององค์กรคือ

3.องค์กรประกอบธุรกิจอะไรบ้างและสิ่งใดที่สร้างรายได้มากที่สุด

4.มุมมองขององค์กร

ณ ปัจจุบัน

อนาคต

5. กลุ่มลูกค้าหลักขององค์กรคือ(วัย,อาชีพ)

6. ท่านผู้บริหารคิดว่าอะไรคือเอกลักษณ์ที่เป็นอยู่ของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย

7. ท่านผู้บริหารคิดว่าสิ่งใดเป็นจุดแข็งขององค์กรที่ทำให้ลูกค้าเลือกทำประกันภัยกับบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย

8. ท่านผู้บริหารคิดว่าสิ่งใดที่บริษัทสัมพันธ์ประกันภัยแตกต่างจากบริษัทประกันภัยอื่นๆ

แบบสังเกตการณ์

วันที่ทำการสำรวจ.....

1.แผนที่แสดงที่ตั้งสำนักงานใหญ่.

2. ชื่อฝ่ายที่ทำการสังเกตการณ์.....

.....

2.1 ผังพื้นที่ภายใน การวางตำแหน่งเครื่องเรือน

2.2 ลักษณะทางการภาพภายใน

1) เฟอร์นิเจอร์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) ผนัง / เพดาน / ไฟ ,แสง / พื้น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3) ลักษณะป้ายต่างๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4) อื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

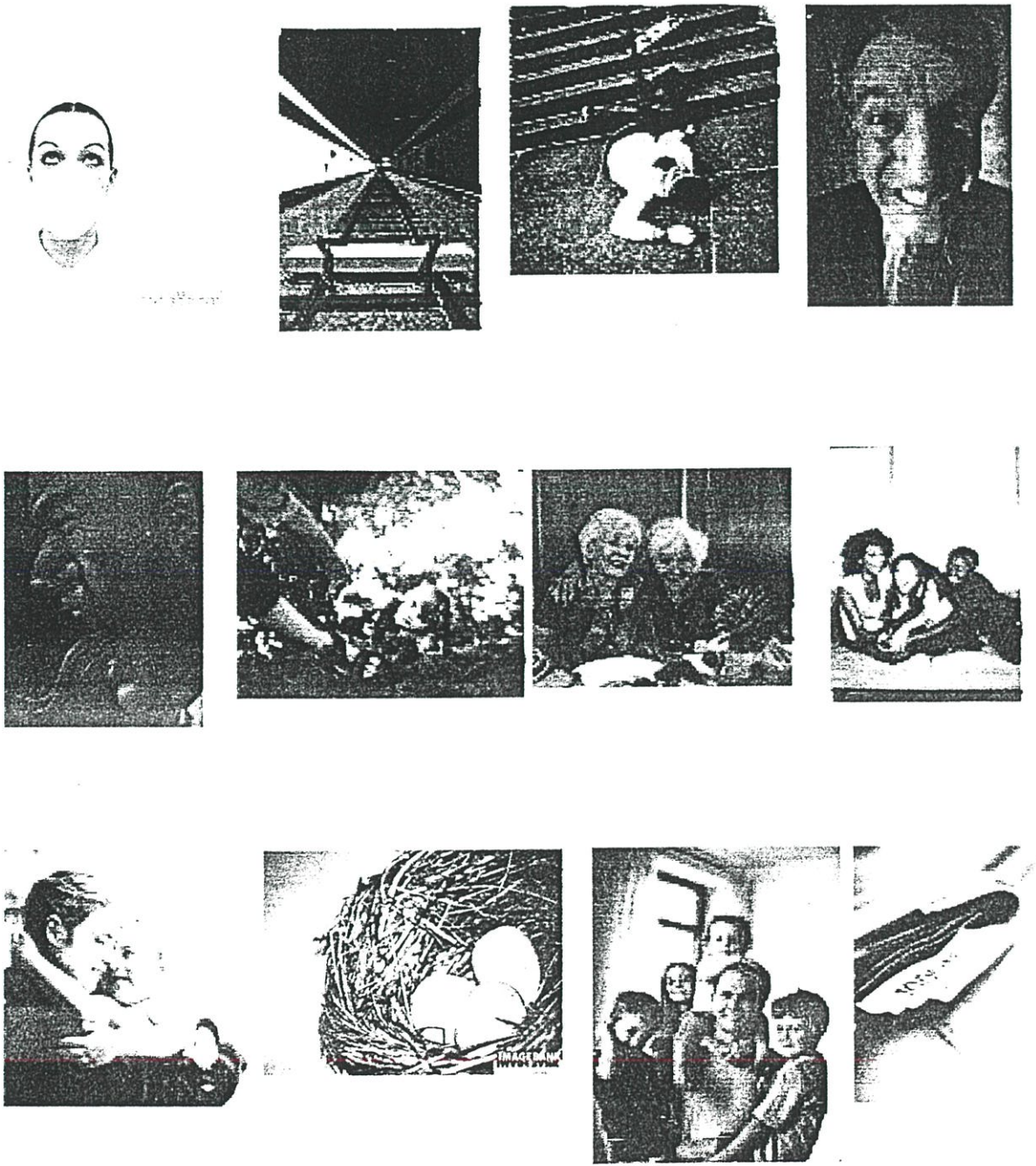
.....

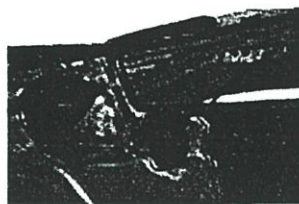
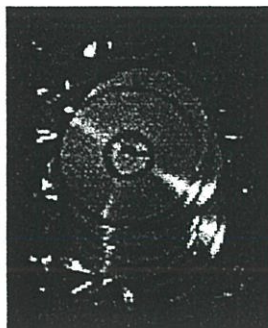
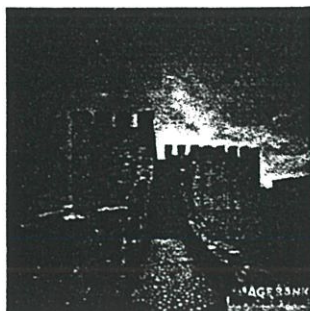
2.3 พฤติกรรมการปฏิบัติงาน.

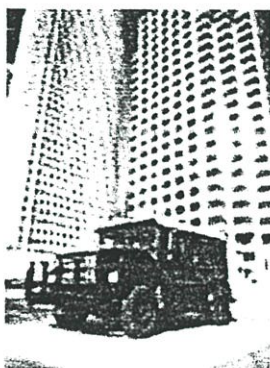
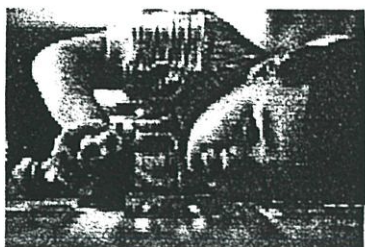
2.3 พฤติกรรมการปฏิบัติงาน.

ตอนที่ 2 ให้วงกลมล้อมรอบคำตอบตามความคิดเห็นของคุณ

- 1. คุณเป็นลูกค้าของบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยหรือไม่ 1. เป็นลูกค้า 2. ไม่เป็นลูกค้า
- 2. ให้คุณดูภาพทั้ง 39 ภาพ แล้วเลือกว่าภาพใดมีความหมายตรงกับ "บริษัทสัมพันธ์ประกันภัย" ในความคิดของคุณ โดยสามารถเลือกภาพได้ไม่เกิน 10 ภาพ ปะติดลงในกระดาษที่เตรียมให้พร้อมทั้งเขียนคำอธิบายความหมายสั้นๆ







ภาคผนวก ข

เอกสารเกี่ยวข้องกับบริษัทสัมพันธ์ประจักษ์



เปิดตัว
จอมทัพ

ศรีศักดิ์ ฌ นคร สัมพันธ์ประกันภัย

เผชิญ 4 ปี 4 วิกฤติ



"สัมพันธ์ประกันภัย" เป็นชื่อใหม่เมื่อ 4-5 ปีมานี้เอง โดยมีต้นตอหรือรากเหง้ามาจากบริษัทที่ชื่อ "พิพัทธ์ประกันภัย" ของตระกูลชวาลตันพิพัทธ์ แห่งเมืองนครปฐม ก่อนที่จะกลายเป็นสัมพันธ์ประกันภัย บริษัทนี้แทบจะล้มลงก่อนการล้มลงของรัตนโกสินทร์ประกันภัยด้วยซ้ำ เป็นการเอียงกะเท่เร่ จนทางการ คือกรมการประกันภัยต้องเข้าไปประคองด้วยซ้ำ ด้วยหวั่นเกรงว่าจะกระทบกระเทือนไปถึงประชาชนที่เป็นผู้เอาประกัน วิธีการที่ทางการดำเนินการในตอนนั้นก็คือ การหาเอกชนเข้ามาสวมแทน ซึ่งต่อมาบริษัทนี้ก็ยืนขึ้นอีกครั้ง เมื่อกลุ่มหนึ่งเอื้อมมือมาคว้าไว้โดยหนึ่งในกลุ่มนักธุรกิจที่กล่าวถึงนี้ก็คือ "คุณศรีศักดิ์ ฌ นคร" ที่ขณะนั้นนั่งอยู่ในตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ

คุณเสรีศักดิ์ บอกว่าตั้งแต่ ตะมื่อวิ้วไม้ต่อมาจากเจ้าของ เดิมพิพัทธ์ ประกันภัยที่ย้อน กลับไปเมื่อ 4 ปีก่อน มีปัญหา หลายเรื่อง เรียกว่ามีปัญหาทุกปี 4 ปี 4 ปัญหา

"ตั้งแต่คว้ามาจากพิพัทธ์ ประกันภัย เจอวิกฤติทุกปี วิกฤติ แรกคือรับปัญหามาจากพิพัทธ์ ประกันภัย ต้องมาสะสางทั้งหมด โดยเฉพาะปัญหาหนี้สิน, วิกฤติที่ สอง เข้ามาได้ไม่นานต้องรับงาน จากบริษัท รัดนโกสินทร์ประกัน ภัยที่ล้มลง เราช่วยเหลือรับโอน ลูกค้าของรัดนโกสินทร์ประกันภัย มาอันดับหนึ่ง แล้วก็จ่ายเคลม อันดับหนึ่งด้วย ไม้ได้เงินเลย แต่ จ่ายสินไหมชไปตั้ง 50 กว่าล้าน, วิกฤติที่สาม เป็นวิกฤติเศรษฐกิจ สิ่งก็ตามมากคือ ตัวแทนของ บริษัทชิตตังหนี่สิน อันนี้ถือ เป็นความผิดของเราเองและวิกฤติ ที่สี่คือการแยกตัวออกไปของผู้ ร่วมงาน"

"4 ปี 4 วิกฤติ ตั้งแต่ปี 2540 ถึง 2543 เจอทุกปี ปีนี้ ปี 2544 ไม้รู้ว่าจะมีวิกฤติที่ 5 หรือ เปล่าผมคิดว่าถ้าจะเจอก็น่าจะเป็น วิกฤติแห่งการแข่งขันทางการ ตลาด ที่สู้กันหนัก ซึ่งจะทำให้ บริษัทต่างๆเสียค่าใช้จ่ายที่มาก เกินควร ซึ่งผมคิดว่าวิกฤติที่ 5 เลี่ยงยากหลบไม่พ้น" คุณเสรีศักดิ์ อธิบายอย่างเป็นขั้นเป็นตอนใน วิกฤติที่ต้องเผชิญ พร้อมกับย้ำ ถึงวิกฤติที่ 5 ที่ต้องเผชิญอีกจน ได้ โดยเขาบอกว่า สาเหตุที่ไม้มี ใจหวลนวิกฤติที่ 5 พ้น เพราะ ทุกคนทุกบริษัทอยู่ในภาวะที่ถอย

ไม้ได้ เหตุที่ทุกบริษัทถอยไม้ได้ เพราะ ต้องรักษาระดับงานของตนเองเอาไว้ ไม้ ยากให้ใครแย่งชิงไป

เมื่อคุยมาถึงตรงนี้ เราก็ถามถึง การบริหารธุรกิจประกันภัยถึงสิ่งที่หนัก ใจที่สุดในการบริหารธุรกิจประกัน คือ เรื่องไหนบ้าง คุณเสรีศักดิ์บอกว่า สิ่ง ที่หนักใจก็คือ ชายประกันแล้วเก็บเงินได้ หรือไม้ และถ้าเก็บได้ จะได้เต็มเม็ดเต็ม หน่วยหรือไม้ รวมไปถึงผู้บริหารใช้เงิน ผิดประเภทหรือไม้ ถ้าใช้ไม้ผิดบริษัทก็ อยู่ได้ แต่ปัญหาใหญ่คือ เก็บเงินได้หรือ ไม้มากกว่า ซึ่งที่ผ่านมาความสูญเสีย ของเราก็คือ เก็บเงินไม้ได้ แต่ก็เป็น ปัญหาที่ผ่านมา ตอนนี้อย่างดีขึ้นมา ตั้งแต่กลางปี 2543 เป็นต้นมาหลังจาก ผู้ร่วมงานส่วนหนึ่งแยกตัวออกไป เราก็คือ เริ่มปรับปรุงอะไรขึ้นมา

"ตอนที่ผู้ร่วมงานส่วนหนึ่งแยก ตัวออกไปอยู่บริษัทอื่น และมีคนของ เราประมาณ 200 คนออกตามไปด้วย ตอนนั้นมีคนในวงการพูดกันว่า งาน สัมพันธ์ประกันภัยจะหายไปประมาณ

50% แต่จริงๆแล้วหายไปน้อยมาก แต่ 30 ล้านบาท ซึ่งสาเหตุของการหายไป อาจมีส่วนจากการที่คนออกไปบ้าง ซึ่ง เป็นเรื่องธรรมดา แต่ไม่มาก จริงๆแล้ว มาจากสาเหตุอื่น โดยเฉพาะมาจาก งานของชสมก. เนื่องจากปีที่ผ่านมา สัญญารับประกันรถเมล์ชสมก.หมดอายุ และจะมีการประมูลใหม่ แต่ตอนนั้นมี ปัญหาภายในชสมก.เอง สุดท้ายก็เลื่อน ออกไป เราก็ถูกร้องขอให้ยึดอายุประกัน สุดท้ายเพิ่งมาประมูลใหม่แล้วต่ออายุ กันในปีนี้เป็นคือ 2544 ทำให้เบี้ยจากชสมก. แทนที่จะเป็นเบี้ยปี 2543 ก็กลายเป็น เบี้ยของปี 2544 ไปเลย"

เมื่อถามถึงเป้าหมายในส่วนของ ผลประกอบการในปี (2544) คุณเสรี ศักดิ์บอกว่า เป้าหมายปีนี้ ก็หนดไว้ที่ 1,800 ล้านบาท ตอนไตรมาสแรก ทำได้ 450 ล้านบาท ดูตัวเลขนี้ก็ถือว่าดีแล้ว และถ้าไตรมาสต่อไปเงินไปอย่างนี้ สิ้น ปีก็เข้าเป้าที่วางไว้

"จริงๆแล้วปีนี้เป็นปีแรก ที่เรา กำหนดอัตราดอกเบี้ยได้สูงกว่าปีที่



สิ่งที่หนักใจก็คือ ชาย ประกันแล้วเก็บเงินได้หรือไม้ และถ้าเก็บได้จะได้เต็มเม็ด เต็มหน่วยหรือไม้ รวมไปถึง ผู้บริหารใช้เงินผิดประเภท หรือไม้ ถ้าใช้ไม้ผิด บริษัทก็อยู่ได้ แต่ปัญหาใหญ่ คือ เก็บเงินได้หรือไม้มากกว่า ซึ่งที่ผ่านมาความสูญเสีย ของเราก็คือ เก็บเงินไม้ได้

ผ่านมา ตัวเลขของเรา 1,500 ล้านบาท 3 ปีซ้อน ปีนี้ดูแล้วน่าจะดีขึ้นกว่าปีก่อน เพราะบริษัทมีการบริการให้กับลูกค้ามากขึ้นกว่าเดิม"

การบริการที่คุณศรีศักดิ์พูดถึงก็คือ "โครงการรถให้ลูกค้าใช้ระหว่างซ่อม" ที่เพิ่งดำเนินการไปเมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมา ซึ่งเป็นโครงการที่ทำร่วมกับอยู่ในเครือที่คุณศรีศักดิ์บอกว่าต่อไปจะขยายไปในส่วนภูมิภาค ซึ่งตอนนี้ก็คุยๆ กันบ้างแล้ว คาดว่าอีก 3 เดือนข้างหน้าคงพร้อม โดยให้อู่ลงทุนในการซื้อรถเหมือนที่ทำในเขตกรุงเทพฯ แต่อย่างไรก็ตามคงเน้นจังหวัดที่ใกล้เคียงกับกรุงเทพฯ เป็นหลักก่อน ส่วนเจ้าของรถยนต์ที่ใช้บริการตามโครงการนั้นนั้นต้องเป็นเจ้าของรถปี 2000 ขึ้นไปก่อน และหากทุกอย่างดีขึ้นต่อไปจะเพิ่มเจ้าของรถ 3 ปี หรือ 4 ปี ที่สามารถเข้ามาใช้บริการตามโครงการนี้ได้

"โครงการนี้ถือว่าบริการลูกค้าของเราโดยตรง เราได้คุยกับอู่เพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องจ่ายรายวัน ในช่วง 5 วันแรกซึ่งจะเห็นว่าเป็นการช่วยเหลือลูกค้าได้เป็นอย่างดี การที่รถเขาต้องเข้าอู่ซ่อม เมื่อไม่มีรถใช้ก็ต้องเดือดร้อน จะใช้บริการแท็กซี่ 4-5 วันก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก แต่ถ้าลูกค้าใช้บริการโครงการรถใช้ระหว่างซ่อม 5 วันแรกใช้รถฟรีเลย เดิมแต่น้ำมันแต่ถ้าหาก 5 วันแล้วรถยังซ่อมไม่เสร็จและวันต่อไปยังคงต้องกาไว้รอดต่อไปก็ต้องจ่ายค่าเช่า

การที่รถเขาต้องเข้าอู่ซ่อม เมื่อไม่มีรถใช้ก็ต้องเดือดร้อน จะใช้บริการแท็กซี่ 4-5 วันก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก แต่ถ้าลูกค้าใช้บริการ "โครงการรถใช้" ระหว่างซ่อม 5 วันแรกใช้รถฟรีเลย เดิมแต่น้ำมันเท่านั้น

รถรายวัน แต่ทางบริษัทได้คุยกับอู่ว่าให้รับเร่งซ่อมให้เสร็จภายใน 5 วัน เพื่อให้ลูกค้าต้องจ่ายเงินค่าเช่ารถในวันที่เกินจากนั้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่ถ้าซ่อมเขาก็ไม่เกิน 5 วันอยู่แล้ว"

คุณศรีศักดิ์ บอกว่า สิ่งที่บริษัทกำลังทำ ถือว่าเป็นการแข่งขันอย่างหนึ่ง คือเป็นการแข่งขันด้านบริการ ที่เกิดขึ้นนับจากวันนี้เป็นต้นไป ประเภทตัดเขี้ยวกัน ถึงที่สุดแล้วบริษัทอยู่ไม่ได้

เมื่อถามถึงแผนการดำเนินงานนับจากปีนี้เป็นต้นไปกรรมการผู้จัดการบริษัทสัมพันธ์ประกันภัยบอกว่า ตอนนี้เรามีทุนจดทะเบียน 400 ล้านบาท ปีหน้าจะเพิ่มอีก (2545) ไม่ต่ำกว่า 100 ล้านเพื่อให้ได้ 500 ล้าน แต่ถ้าดูตามแผนงานที่มีอยู่ 400 ล้านขณะนี้ คงพอที่จะดูแลการดำเนินงานด้านต่างๆ ได้ถึง 3 ปี โดยแผนงานที่เราต้องดำเนินการในปีก็คือการเพิ่มเบี้ยให้ได้ 1,800 ล้านบาท โดยในส่วนรถยนต์จะเพิ่มประมาณ 300 ล้านบาท การรับประกันประเภท Non Motor เพิ่มขึ้น 5% ของ 1,800 ล้านบาทหรือประมาณ 90 ล้านบาท รวมไปถึงการขยายงานออกไปในสวนภูมิภาค โดยเปิดศูนย์ออนไลน์ที่ขอนแก่น สุราษฎร์ธานี ซึ่งคาดว่าจะเปิดในเดือนกุมภาพันธ์นี้ ส่วนในเขตกรุงเทพฯ ภายใต้งานนี้ (2544) เปิดศูนย์บริการลูกค้าที่เชียงใหม่ และย่านเตลิ่งชัน

โดยที่มีอยู่แล้วขณะนี้คือ นครปฐม และสุพรรณบุรี ซึ่งจะเปิดในลักษณะเช่นนี้ต่อไปคือภาคละ 2 จุด ส่วนการปรับปรุงระบบงาน คงต้องเน้นไปที่ภาคอีสานซึ่งต้องปรับปรุงเยอะมาก ต้องแก้กันหลายจุด ซึ่งต้องเน้นบุคลากร และฝ่ายการตลาด ยอมรับว่าปัญหาที่ผ่านมาทำให้งานแถบอีสานหายไปประมาณ 50% เป็นผลมาจากการสูญเสียบุคลากรในแถบอีสานเป็นหลัก

คุณศรีศักดิ์บอกว่า ทั้งหมดนี้เป็นงานหลักๆ ในปีนี้ ซึ่งเป็นงานที่ต้องเผชิญกับวิกฤติการแข่งขัน

เมื่อถามว่า หลายนๆ บริษัทร่วมทุนกับต่างชาติไปแล้ว ไม่คิดร่วมทุนกับต่างชาติเลยหรือ คุณศรีศักดิ์ปฏิเสธทันทีพร้อมกับบอกว่า คนไทยยังมีศักยภาพเพียงพอในการบริหารงานได้

"จริงๆ แล้วบริษัทนี้ ฝรั่งเศสเคยมาคุยขอถือหุ้น 51% แต่ผมบอกว่าจะไม่ผมคงไม่ร่วมทุนกับต่างชาติ คงไม่ขายไม่ให้ต่างชาติร่วมทุนอย่างแน่นอน เรายังเชื่อมั่นในศักยภาพของเรา ผมคิดว่ารถยนต์กับพ.ร.บ.น่าจะเป็นของเรา เราดูแลได้ แต่อย่างอื่นอาจต้องใช้วิชาการเยอะหน่อย แต่ก็ทำไปได้"

นี่คือความคิดเห็นของคุณศรีศักดิ์แผนการ กรรมการผู้จัดการบริษัท สัมพันธ์ประกันภัย จำกัด (มหาชน)

“สัมพันธมิตร”คิดแปลกใหม่ ขายกรมธรรม์ประกัน ตัวผู้ต้องหา

สำหรับแผนปี 2545 นั้น กำหนดไว้ว่าต้องการให้ผู้เข้าเรียน หลักสูตรประกันวินาศภัยเต็มตลอด ทั้งปี ขณะที่หลักสูตรประกันชีวิต หรือ LUTC นั้น ปีแรกต้องการคนเข้าเรียน เพียง 1,000 คนเท่านั้น ซึ่งต้องใช้ เวลาเรียนนานพอสมควร โดย 1 วิชา ใช้เวลาเรียน 3 เดือน

“TII มุ่งเน้นความเป็นวิชาชีพ ให้เป็นถึงขั้นปริญญาบัตร เพื่อให้คนที่เข้ามาเรียนได้มีความรู้ด้านประกัน อย่างถ่องแท้ และสามารถนำความรู้ ไปประกอบอาชีพได้ นี่เป็นหลักการที่ ควรทำให้ได้ แต่อย่างไรก็ตามมาถึง ตอนนี้คงต้องปรับอีกหลายอย่างเช่น ให้มีเงินเพียงพอในการจัดการเรียน การสอน การปรับค่าเล่าเรียนให้ เหมาะสม โดยให้ผู้เข้าเรียน เรียน ช่วงเย็นหลังเลิกงาน”

นายบรรณรักษ์กล่าวว่า แนว โนม์การทำงานของ TII ในโอกาสข้างหน้า จะร่วมมือกับกรมการประกันภัย ในการฝึกอบรมวิชาการประกันภัยให้ กับคนในวงการประกันภัยมากขึ้น และ หากดูตามพ.ร.บ.การศึกษาฉบับใหม่ ก็จะมีมติให้สถาบันนี้เปลี่ยนเป็น สถาบันวิชาชีพโดยเฉพาะด้วย

ส่วนแผนงานระยะยาวที่วาง ไว้ต้องการให้สถาบันนี้เชื่อมโยงกับ สถาบันประกันทั่วโลก, สร้างศูนย์ ข้อมูลของอุตสาหกรรมประกันภัย ไทยเชื่อมกับอุตสาหกรรมประกันภัย ทั่วโลก และสร้างหลักสูตรประกันภัย ไทยของ TII ขึ้นมาโดยเฉพาะ



นายศรีศักดิ์ ณ นคร กรรมการผู้จัดการ บริษัท สัมพันธมิตรประกันภัย จำกัด กล่าวถึงผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในปี 2544 ว่า เป้าหมายเบี้ยรับรวมที่วางไว้ 1,800 ล้านบาท ที่บริษัทตั้งไว้เมื่อ 3 ปี ก่อน แต่เพิ่งมาได้ในปีนี้ (2544) เหตุผล ที่ทำให้ถึงเป้าหมายคงมาจากการบริการ ด้านต่างๆ โดยเฉพาะโครงการลดใช้ ระหว่างซ่อม ที่ทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นโดย เฉพาะเขตกรุงเทพฯ ได้ผลมาก ขณะ เดียวกันคู่ค้าอย่างอู่ซ่อมรถยนต์ที่เข้า ร่วมโครงการลดใช้ระหว่างซ่อมก็มีรถยนต์ เข้าใช้บริการมากขึ้นด้วย จากเหตุนี้เอง จึงทำให้อู่ซ่อมรถยนต์อื่นๆติดต่อขอเข้าเป็นอู่ ในเครือเพื่อร่วมโครงการเพิ่มเติม แต่ทาง บริษัทต้องชะลอไว้ก่อน เพราะบริษัท สวงสิทธิ์ในการเพิ่มอู่ไว้ 2-3 ปี เพื่อ ดูแลอู่ที่เข้าร่วมโครงการนี้ให้ดีที่สุดก่อน

สำหรับตลาดของสัมพันธมิตรประกัน ภัยนั้น อันดับหนึ่งคือกรุงเทพฯ รองลง มาเป็นภาคกลาง, เหนือ, ใต้, ตะวันออก และอีสาน ตามลำดับ โดยภาคใต้ขาย ประกันรถยนต์ภาคภูมิใจใจได้ดี ส่วน

ภาคอื่นๆขายพ.ร.บ.ได้ดีซึ่งบริษัท ขายพ.ร.บ.รถยนต์ได้ปีละ 600,000 คัน ยอดขายปกติของพ.ร.บ.อยู่ที่ 50,000 คันต่อเดือน

สำหรับการดำเนินงานในปี 2545 นายศรีศักดิ์กล่าวว่า การแข่งขันมากกว่าปีนี้ แต่บริษัทตั้งเป้าว่าจะ มีเบี้ยเท่าปี 2544 คือ 1,800 ล้านบาท ส่วนการขยายตลาดนั้น ในภาคใต้ โดยรวมดีอยู่แล้ว แต่จะเสริมเพิ่มเติม ที่ภูเก็ต พังงา กระบี่ และหาดใหญ่ สำหรับการรับประกันรถยนต์คงต้อง หากำไรเพิ่มขึ้น ดังนั้นการรับประกัน รถยนต์จึงต้องปรับปรุง และคัดเลือก มากขึ้น รถที่คิดว่าจะมีความเสี่ยงสูงอาจ ไม่รับประกันต่อไปเน้นคุณภาพเป็นหลัก เลือกเฉพาะงานที่เสี่ยงน้อยเท่านั้น ส่วน การรับประกันประเภท Non-Motor จะ รุกหนักขึ้น จะออกสินค้าใหม่ๆมาขาย อย่างเช่น ประกันสัตว์เลี้ยง, กรมธรรม์ ประกันตัวผู้ต้องหาในคดีอาญาซึ่งจะ เหมือนหลักทรัพย์อย่างหนึ่ง สามารถ ใช้ประกันตัวผู้ต้องหาได้ โดยบริษัท ประกันภัยจะเป็นผู้ประกันตัว, ขณะที่ ประกันการขนส่งสินค้า จะเป็นการขาย ในลักษณะคิดอัตราเบี้ยเหมาทั้งปีไป เลย

สำหรับทุนจดทะเบียนของบริษัท สัมพันธมิตรประกันภัย จำกัดในขณะนี้มี 400 ล้านบาท

cover news
Thailand Insurance

“สัมพันธ” นำบริการเสริม รุกตลาดประกันรถยนต์



นายศรีศักดิ์ ณ นคร กรรมการผู้จัดการ บริษัท สัมพันธ ประกันภัย จำกัด เปิดเผยถึงผลประกอบการของไตรมาสปี นี้ สำหรับเบี้ยประกันภัยรับปี 2546 ในรอบ 3 เดือนแรกนั้นมีทั้งสิ้น 699 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2545 ถึง 30.1% แยกเป็นเบี้ยประกันภัยรถยนต์ (Motor) 686 ล้านบาท ภาคสมัครใจ 573 ล้านบาท และภาคบังคับหรือ พ.ร.บ. 113 ล้านบาท ประกันอัคคีภัย 3 ล้านบาท ประกันภัยทางทะเลและขนส่ง (มารีน) 1 ล้านบาท และประกันภัยเบ็ดเตล็ด 9 ล้านบาท

“จากตัวเลขดังกล่าวได้แสดงถึงความเชื่อมั่น ความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ทำให้สามารถเพิ่มลูกค้าได้มากขึ้น โดยขณะนี้ บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 600 ล้านบาท ชำระเต็มมูลค่าแล้ว ทำให้ทุนจดทะเบียน และเงินกองทุนสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กรมการประกันภัยกำหนด ส่งผลให้บริษัทมีความแข็งแกร่ง มีฐานะมั่นคง และมีสภาพคล่องทางการเงินสูง

นอกจากนั้น ยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการรับประกันภัย และการชดเชยค่าสินไหมชดเชยด้วย พร้อมกันนี้ ยังได้ลงทุนกว่า 30 ล้านบาท ในการพัฒนาและนำเอาระบบคอมพิวเตอร์-เทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้พัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการบริหารงาน เช่น การทำ Workshop ของหน่วยงานอื่น ตลอดจนการให้บริการด้านอื่นๆ”

นายศรีศักดิ์เปิดเผยถึงโครงการรถใช้ระหว่างซ่อม ว่า ขณะนี้ได้ดำเนินการมาแล้ว 2 ปี นับเป็นที่น่าพอใจของผู้เอาประกันเป็นอย่างมาก เนื่องจากการอำนวยความสะดวก และความสะดวกในยามที่ต้องเข้ารับเข้าซ่อม ดูได้จากเสียงตอบรับจากลูกค้า โดยเฉพาะการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น ได้มีการเพิ่มรถ TOYOTA ALTIS อีก 20 คัน ขณะเดียวกัน เมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา ก็ได้นำรถ VOLVO จำนวน 10 คันมาเป็นรถใช้ระหว่างซ่อม เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่ใช้ยุโรป

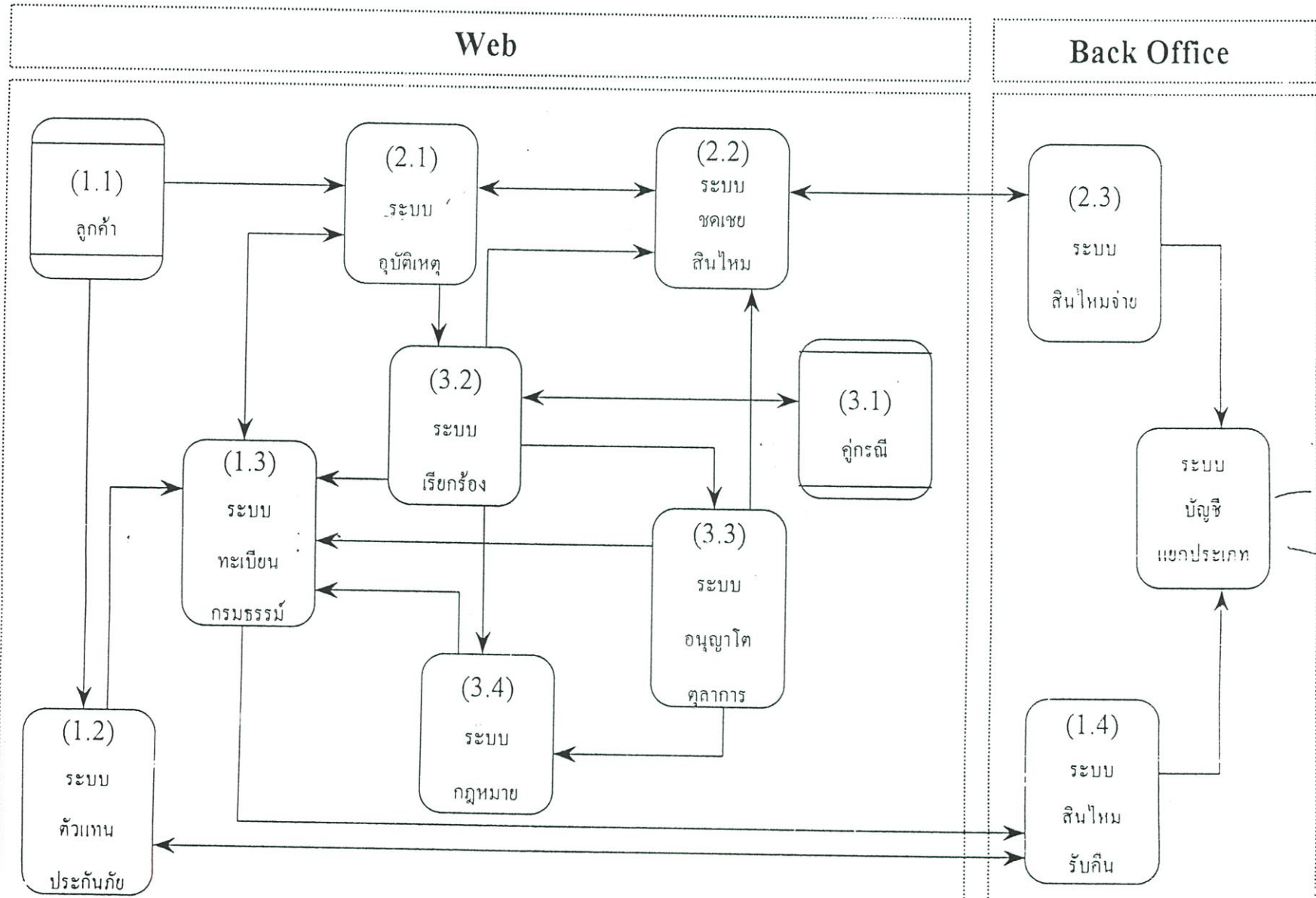
นอกจากนี้ บริษัทยังได้ร่วมมือกับบริษัท สัมพันธอโต้คลับ จำกัด จัดทำระบบเงินผ่อนค่าเบี้ยประกันภัยให้กับลูกค้าของบริษัท ที่ไม่พร้อมชำระเบี้ยประกันในครั้งเดียว ปรากฏว่า มีผู้ที่ให้ความสนใจและใช้บริการทำประกันโดยใช้ระบบเงินผ่อน เกินความคาดหมาย ซึ่งเป็นผลมาจากที่บริษัทไม่ได้คิดดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียม แถมยังให้ผ่อนนานถึง 6 เดือน ส่งผลให้มีผู้สนใจเข้ามาติดต่อโดยตรง และโทรศัพท์เข้ามาสอบถามเงื่อนไขของกาบริการถึงเดือนละ 200-300 คน และมีผู้ทำประกันรถยนต์โดย

บริการนี้ถึง 3%ของเบี้ยทั้งหมด และสิ้นปีนี้ คาดว่าจะมีลูกค้าที่ทำประกันโดยใช้บริการเงินผ่อน 5% ของเบี้ยทั้งหมด

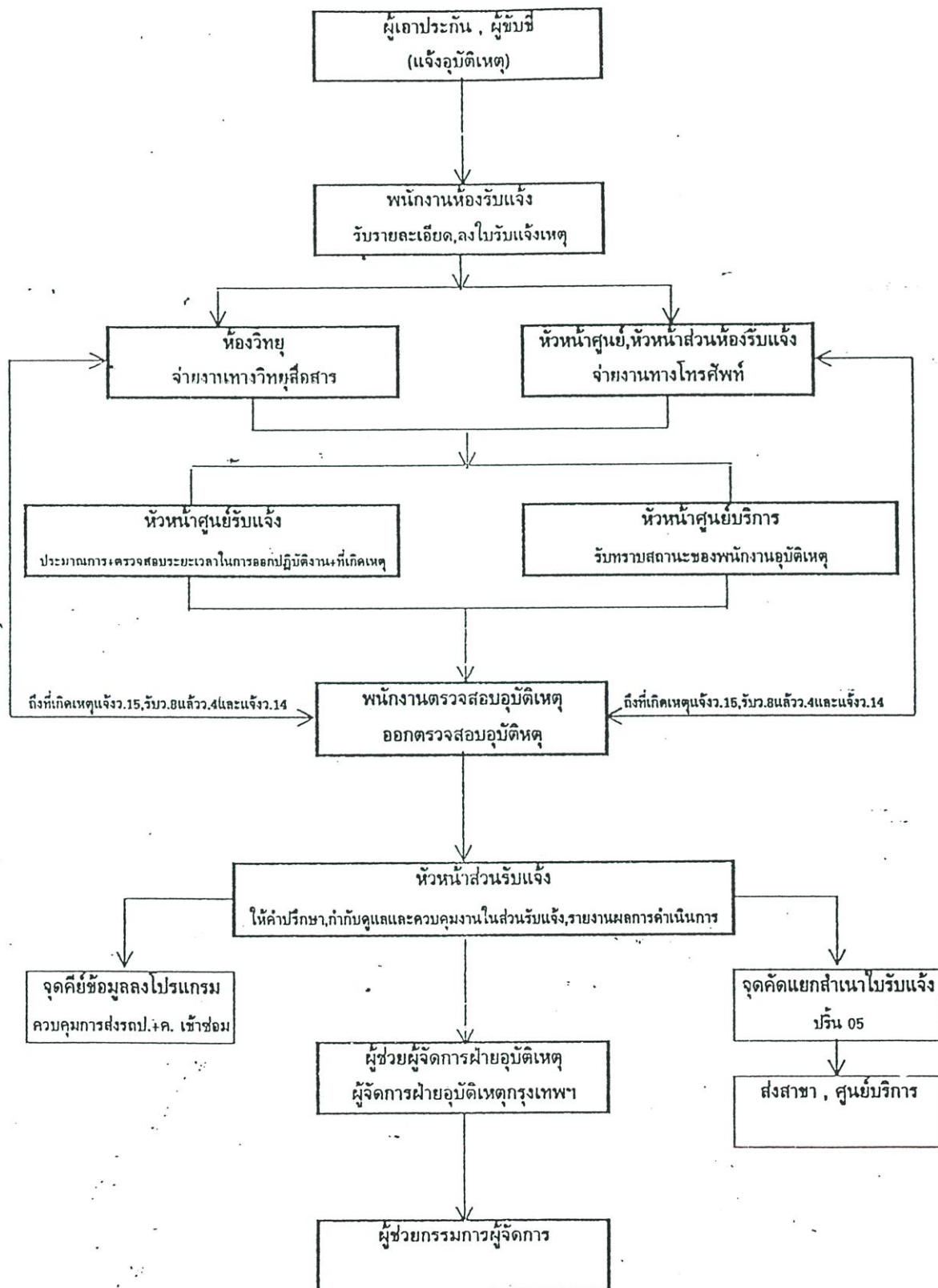
และเมื่อวันที่ 19 พ.ค. 2546 ที่ผ่านมา บริษัทได้เริ่มเปิดโครงการให้บริการช่วยเหลือฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง ในกรณีที่รถทำประกันภัยภาคสมัครใจไว้กับบริษัท ไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ หรือกรณีอื่นใดที่ไม่ได้เกิดจากอุบัติเหตุ บริษัทจะจัดส่งช่างซ่อมที่มีประสบการณ์ไปให้บริการซ่อมแซม ช่วยเหลือเพื่อให้รถสามารถใช้งานได้ หรือหากจำเป็นต้องยกหรือลากไปไว้ที่อู่ซ่อมหรือบ้านผู้เอาประกันในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จะให้บริการฟรียกเว้นกรณีไม่สามารถซ่อมได้จนต้องเปลี่ยนอะไหล่หรืออุปกรณ์ตามความเป็นจริง

โดยในเบื้องต้น บริษัทได้จัดเตรียมช่างซ่อมเพื่อให้บริการช่วยเหลือจำนวน 35 คน โดยใช้ยานพาหนะเป็นรถจักรยานยนต์ 30 คัน รถกระบะ 18 คัน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากอยู่ในโครงการรถใช้ระหว่างซ่อม 25 คัน และในระยะแรก จะให้บริการในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลก่อน ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดปัญหาด้านการจราจรติดขัด เพราะรถเสียบนท้องถนน และเป็นการบริการเพิ่มเป็นพิเศษสำหรับผู้เอาประกันภัย **NEWS**

Insurance Web Application System



กระบวนการปฏิบัติงานศูนย์รับแจ้งเหตุกลาง



หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการรับแจ้งเหตุ

1. เมื่อศูนย์รับแจ้งได้รับแจ้งเหตุจากผู้เอาประกัน , ผู้ขับขี่ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องให้พนักงานรับแจ้งสอบถามรายละเอียด และ ขอข้อมูลดังต่อไปนี้
 - 1.1 เลขกรมธรรม์ , ทะเบียนรถประกัน , สีรถ , ชนิดของรถประกัน
 - 1.2 ลักษณะเกิดเหตุ , สถานที่เกิดเหตุ
 - 1.3 วัน , เวลา เกิดเหตุ
 - 1.4 เบอร์โทรศัพท์ผู้เอาประกัน , ผู้ขับขี่รถประกัน
 - 1.5 การใช้รถยกลาก
2. เมื่อทราบข้อมูล และ ลักษณะการเกิดเหตุแล้ว ให้พนักงานห้องรับแจ้ง แนะนำผู้เอาประกัน , ผู้ขับขี่ปฏิบัติตามเงื่อนไขกรมธรรม์ อย่าตกลงหรือสัญญาว่าจะชดใช้ค่าเสียหาย หรือ ยอมรับผิด ก่อนได้รับความเห็นชอบจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ
3. ให้พนักงานรับแจ้งส่งใบรับแจ้งให้ หัวหน้าศูนย์ , หัวหน้าส่วน , เจ้าหน้าที่ห้องวิทยุดำเนินการจัดส่งพนักงานออกไปตรวจสอบที่เกิดเหตุ
4. ตามข้อ3. ให้หัวหน้าศูนย์ , หัวหน้าส่วนห้องรับแจ้ง ตรวจสอบ และ ประเมินการระยะเวลาในการเดินทาง และ เมื่อครบกำหนดตามระยะเวลาที่ประมาณการไว้ หากพนักงานอุบัติเหตุไม่แจ้ง ว.15 เข้ามา ให้หัวหน้าศูนย์ , หัวหน้าส่วนห้องรับแจ้งตรวจสอบไปที่พนักงานอุบัติเหตุโดยด่วน
5. ให้ศูนย์รับแจ้งเหตุแจ้งสถานะของพนักงานอุบัติเหตุให้ศูนย์บริการต้นสังกัดทราบทุกครั้ง เมื่อมีการรายงาน
6. เมื่อพนักงานถึงที่เกิดเหตุแล้ว (ว.15) ศูนย์รับแจ้ง แจ้งรายละเอียดกรมธรรม์(ว.8) และเมื่อเสร็จสิ้นการปฏิบัติงานพนักงานอุบัติเหตุต้องแจ้ง (ว.14) เข้ามาที่ศูนย์รับแจ้ง
7. ห้องวิทยุส่งใบรับแจ้งให้จุดคัดแยกสำเนาพร้อมแนบใบ 05 เพื่อส่งให้ศูนย์ , สาขา ต่อไป ส่วนสำเนาใบรับแจ้งให้ส่งไปที่จุดศูนย์ข้อมูลในโปรแกรมควบคุมการส่งรถประกัน,รถคู่กรณีเข้าซ่อม

ขั้นตอนและหลักเกณฑ์การตรวจสอบอุบัติเหตุ

1. เมื่อได้รับการแจ้งการจากศูนย์รับแจ้งเหตุ ให้พนักงานตรวจสอบอุบัติเหตุจากปฏิบัติ การให้ถึงที่เกิดเหตุ โดยด่วน หรือ ไม่เกิน 30 นาที
2. เมื่อพนักงานเดินทางถึงที่เกิดเหตุให้แจ้งกลับไปยังศูนย์รับแจ้งเหตุทราบทันที (แจ้ง ว. 15)
3. เมื่อพบรถประกัน และ รถคู่กรณี ให้พนักงานตรวจสอบรายละเอียดและข้อเท็จจริงของการเกิดเหตุ รวมถึงรวบรวมเอกสารประกอบดังนี้
 - 3.1 สอบปากคำผู้ขับขี่รถประกัน , ผู้โดยสารในรถประกันถ้ามี
 - 3.2 สอบปากคำผู้ขับขี่รถคู่กรณี
 - 3.3 สอบปากคำพยาน และ บุคคลข้างเคียงที่เกิดเหตุ
 - 3.4 การเทียบรอยความเสียหายรถประกัน และ รถคู่กรณี ว่าเป็นไปได้หรือไม่ โดยตรวจสอบจากขนาดของความเสียหาย และ ความสูงต่ำของความเสียหายรถประกัน และ รถคู่กรณี
 - 3.5 กรณีมีเจ้าหน้าที่มูลนิธิหรือเจ้าหน้าที่รถยกเข้ามาเกี่ยวข้องให้สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมด้วย
 - 3.6 กรณีมีผู้บาดเจ็บให้ตรวจสอบข้อมูลจากศูนย์ , หน่วยรับผู้ป่วยฉุกเฉิน ของสถานพยาบาล
 - 3.7 ตรวจสอบใบอนุญาตขับขี่ของผู้ขับขี่รถประกัน พร้อมถ่ายสำเนาแบบพิมพ์เคลม
 - 3.8 ประเมินความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการเกิดเหตุครั้งนั้นโดยแยกประเมิน เช่น รถประกัน , รถคู่กรณี , ทรัพย์สินคู่กรณี , บาดเจ็บบุคคลภายนอก ทั้งในรถประกัน และ รถคู่กรณี
 - 3.9 ตรวจสอบรายละเอียดการรับประกันภัย จากศูนย์รับแจ้งเหตุใน (05)
4. เมื่อดำเนินการตามข้อ 3 แล้วถูกต้องให้พนักงานออกใบรับเรื่องให้รถประกัน และ รถคู่กรณีได้ยกเว้นกรณี รถประกัน รถคู่กรณี , ทรัพย์สิน บุคคลภายนอกเสียหายมากให้ออกบัตรติดต่อก่อน
5. กรณีรถประกัน , รถคู่กรณีเสียหายต้องจัดซ่อมให้พนักงานแนะนำเข้าซ่อม ณ อุโมงค์การรถใช้ระหว่างซ่อม เป็นอันดับแรก และ อุโมงค์ ตามลำดับ
6. กรณีรถประกัน และ รถคู่กรณี ต้องการจัดซ่อมเองให้พนักงานแนะนำขั้นตอนในการดำเนินการตามวิธีปฏิบัติที่บริษัทฯ กำหนดไว้
7. เมื่อพนักงานตรวจสอบอุบัติเหตุเสร็จสิ้นให้แจ้งศูนย์รับแจ้งเหตุทันที (ว. 14) พร้อมแจ้งและรายงานความเสียหายที่เกิดขึ้นในเคลมนั้น ๆ รวมถึงการแจ้งผลการเข้าจัดซ่อมของรถประกัน และ รถคู่กรณี ให้ศูนย์รับแจ้งเหตุบันทึกข้อมูลในใบประเมิน และ ไปรพารมคองมา ทุกครั้ง
8. เมื่อพนักงานอุบัติเหตุดำเนินการตาม ข้อ 7 เรียบร้อยแล้ว ให้เดินทางกลับไปประจำศูนย์ฯ สาขาต้นสังกัด โดยให้หัวหน้าศูนย์รับแจ้งฯ กำหนดและควบคุมเวลาในการเดินทางจากจุดเกิดเหตุ หรือจุดแจ้ง ว.14 ถึงศูนย์ฯ สาขาต้นสังกัดด้วยทุกครั้ง
9. กรณีเหตุที่เกิดเสียหายหนักเกินหนึ่งแสนให้พนักงานอุบัติเหตุลงรายละเอียดในใบเกินแสน แล้ว แจ้งให้หัวหน้าส่วนอุบัติเหตุต้นสังกัด หรือ หัวหน้าศูนย์รับแจ้งเหตุทันที หรือไม่เกิน 8.30น. ของวันรุ่งขึ้น
10. เมื่อปฏิบัติภารกิจเสร็จสิ้นให้พนักงานอุบัติเหตุเดินทางกลับไปประจำสาขาต้นสังกัดทันที
11. กรณีเหตุที่เกิดต้องมีการนัดหมายในครั้งต่อไปให้พนักงานดำเนินการตามหลักเกณฑ์ และ วิธีปฏิบัติในหมวดงานติดตามคดีที่ฝ่ายอุบัติเหตุกำหนดไว้

ระเบียบข้อปฏิบัติด้วยอุบัติเหตุกรุงเทพฯ

งานติดตามคดี มีหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติดังนี้

1. พนักงานตรวจสอบอุบัติเหตุเมื่อจัดทำเคลมเบื้องต้นแล้วต่อมาทราบว่ามีการนัดหมาย ให้แจ้งรายละเอียดการนัดหมายไปที่ศูนย์ หรือ สาขาต้นสังกัด โดยหัวหน้าศูนย์ต้นสังกัด แจ้งรายละเอียดต่อที่หัวหน้าส่วนอุบัติเหตุภายใน
2. กรณีผู้เอาประกันหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในคดีแจ้งรายละเอียดการนัดหมายเข้ามาในงานใดก็ตามให้ส่วนงานนั้นแจ้งรายละเอียดต่อศูนย์รับแจ้งเหตุ หรือ หัวหน้าส่วนอุบัติเหตุที่รับผิดชอบงานในพื้นที่นั้น ๆ รับทราบและส่งข้อมูลในสมุดคุม
3. เมื่อได้รับรายละเอียดการนัดหมายตามข้อ 1,2 แจ้งให้หัวหน้าส่วนอุบัติเหตุเป็นผู้สั่งการและจัดพนักงานส่วนตามคดีดำเนินการตามนัดหมายและแจ้งข้อมูลให้ศูนย์รับแจ้งเหตุรับทราบ
4. ให้ศูนย์รับแจ้งเหตุโดยหัวหน้าศูนย์ , หัวหน้าส่วนศูนย์รับแจ้ง เป็นผู้ควบคุมระยะเวลา และติดตามผลในการดำเนินการของพนักงานส่วนติดตามคดี
5. พนักงานติดตามคดีเมื่อดำเนินการตามนัดหมายเรียบร้อยแล้วให้แจ้งข้อมูลต่อศูนย์รับแจ้งเหตุทันทีเพื่อคุมสถานะการปฏิบัติงาน และ ส่งรายงานการดำเนินการให้หัวหน้าศูนย์ต้นสังกัดภายในวันนั้น หรือไม่เกิน 08.30น. ของวันรุ่งขึ้น

เอกสารประกอบการพิจารณาสำสินไหม

1. ใบรับรองแพทย์ , ใบตรวจแพทย์ , ในวินิจฉัยโรค (กรณีได้รับบาดเจ็บ)
2. ใบเสร็จค่ารักษา , สำเนาใบแจ้งยอดค่าเสียหาย
3. ใบมรณะบัตร (กรณีเสียชีวิต)
4. สำเนาทะเบียนบ้านผู้บาดเจ็บ , ผู้เสียชีวิต
5. บัตรประชาชนผู้บาดเจ็บ
6. ฐานานุรูปของผู้บาดเจ็บ , ผู้เสียชีวิต
7. จำนวนสำสินไหมทดแทนที่ผู้บาดเจ็บ , ทายาทผู้เสียชีวิตเรียกร้อง
8. ตรวจสอบยอดค่ารักษาจากโรงพยาบาลที่ผู้ประสบภัยเข้ารักษา (กรณีค่ารักษาเบื้องต้นที่โรงพยาบาลต้องเบิกกับบริษัทฯ)

เอกสารประกอบการทำจ่ายสำสินไหมทดแทน

(กรณีผู้ประสบภัยได้รับบาดเจ็บ)

1. ใบรับรองแพทย์ , ใบตรวจแพทย์ , ใบวินิจฉัยแพทย์
2. ใบเสร็จค่ารักษา , ใบแจ้งยอดค่ารักษา ของสถานพยาบาล
3. สำเนาบัตรประชาชนผู้บาดเจ็บ
4. หน้าตารางกรมธรรม์ (พ.ว.บ.) (กรณีผู้บาดเจ็บในรถคู่กรณี)
5. บัตรติดต่อ หรือ เลขเคลม

6. โฉมรับอำนาจ (กรณีผู้บาดเจ็บไม่มาด้วยตัวเอง)

7. สำเนาบัตรประชาชน ผู้รับมอบอำนาจ

(กรณีผู้ประสบภัยเสียชีวิต)

1. โฉมรถบัส

2. สำเนาทะเบียนบ้าน (ผู้เสียชีวิต , ทายาท)

3. สำเนาบัตรประชาชนทายาทโดยธรรมตามกฎหมาย

4. หน้าตาารกรมธรรม์พ.ร.บ. (กรณีผู้ประสบภัยในรถตู้กรณี)

5. การจ่ายค่าสินไหมในหมวดนี้ จะจ่ายให้กับทายาทโดยธรรมตามกฎหมายโดยลำดับทายาทดังต่อไปนี้

5.1 คู่สมรส , บิดา , มารดา , บุตร

5.2 พี่น้องร่วมบิดา – มารดา เดียวกัน

5.3 พี่น้องร่วมบิดา หรือ มารดาเดียวกัน

5.4 ปู่ย่า , ตายาย

5.5 ลูกพี่ , น้อง

หลักเกณฑ์และเอกสารประกอบการตั้งเบ็ดเตล็ด (กรณีรถประกัน , รถตู้กรณีจัดซ่อมเอง)

1. กรณีรถประกัน รถตู้กรณีต้องการจัดซ่อมเอง หากความเสียหายไม่เกิน 5,000 บาท สามารถติดต่อควมราคาได้ที่ศูนย์ , สาขาของบริษัทฯ ทั้งประเทศ

2. การติดต่อควมราคาให้รถประกัน , รถตู้กรณี จัดทำใบเสนอราคา , หลักฐานการเป็นเจ้าของรถตู้กรณี และนำรถยนต์ที่จะควมราคามาด้วยทุกครั้ง

* 3. การยื่นเอกสารตั้งเบ็ดเตล็ดในเขต (กทม.) ยื่นตั้งเบ็ดเตล็ดที่สำนักงานใหญ่ ส่วนต่างจังหวัด สามารถยื่นเอกสารตั้งเบ็ดเตล็ดที่ ศูนย์ , สาขา ของบริษัทฯ ทั่วประเทศ

4. เอกสารประกอบการตั้งเบ็ดเตล็ด มีดังนี้

4.1 กรณีรถประกันต้องดำเนินการจัดซ่อมให้เสร็จ และ นำรถประกันมาตรวจซ่อมเสร็จทุกครั้ง

4.2 ใบเสร็จค่าซ่อม (มีทะเบียนการค่า) กรณีรถประกัน

4.3 ผู้เอาประกันต้องเป็นผู้มายื่นเอกสารตั้งเบ็ดเตล็ดด้วยตัวเอง หรือมอบอำนาจให้ผู้อื่นมาดำเนินการแทน

4.4 สำเนาทะเบียนรถ (กรณีรถตู้กรณี)

4.5 บัตรประชาชน เจ้าของรถตู้กรณี , ผู้เอาประกัน (กรณีรถประกัน , รถตู้กรณี)

งานตรวจสอบอุบัติเหตุ (กรณีทรัพย์สินบุคคลภายนอกเสียหาย)

หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติดังนี้

1. ถ่ายรูปความเสียหายของทรัพย์สินโดยละเอียด
2. คัดแยกทรัพย์สินที่เสียหาย และไม่เสียหายออกจากกัน
3. ตรวจสอบ และคัดแยกประเภทของทรัพย์สินโดยละเอียด
4. ตรวจสอบราคาค่าทรัพย์สินจากต้นสังกัด (เจ้าของทรัพย์สิน)
5. ตรวจสอบและเปรียบเทียบราคาจากร้านวัสดุใกล้เคียง
6. รวบรวมรายละเอียดชื่อ ที่อยู่ปัจจุบัน และเบอร์โทรศัพท์ของเจ้าของทรัพย์สิน

เอกสารประกอบการพิจารณาตัดสินใหม่ และจ่ายค่าสินไหม (กรณีทรัพย์สินบุคคลภายนอกเสียหาย)

1. รายการเสนอราคาค่าเสียหายทรัพย์สิน (จากเจ้าของทรัพย์สิน) โดยระบุและแยกรายการความเสียหายออกเป็น หมวด, ชนิด, จำนวน
2. สำเนาทะเบียนบ้านเจ้าของทรัพย์สิน
3. สำเนาบัตรประชาชนเจ้าของทรัพย์สิน
4. กรณีเจ้าของทรัพย์สินไม่มาด้วยตนเอง ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ หากเจ้าของทรัพย์สินเป็นนิติบุคคล ต้องมีหนังสือรับรองการจดทะเบียน ประทับตราบริษัทและให้กรรมการผู้มีอำนาจลงนามในหนังสือมอบอำนาจ
5. สำเนาบัตรประชาชนผู้รับมอบอำนาจ
6. เอกสารรับรองสิทธิการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน

หลักเกณฑ์การควบคุมและติดตามงาน (กรณีเอกสารรายละเอียดในแฟ้มเคลมไม่สมบูรณ์)

1. เมื่อหัวหน้าส่วนอุบัติเหตุตรวจสอบแฟ้มเคลมแล้วพบว่ารายละเอียดและเอกสารในแฟ้มไม่สมบูรณ์ ให้สั่งการในรายงานแล้วบันทึกรายละเอียดลงในแบบฟอร์มติดตามผลที่กำหนดไว้ แล้ว FAX ให้หัวหน้าศูนย์ต้นสังกัดรับทราบและดำเนินการ
2. หัวหน้าศูนย์เมื่อได้รับแบบฟอร์มการติดตามงาน แล้วให้สั่งการพนักงานตามคดีหรือพนักงานตรวจสอบอุบัติเหตุดำเนินการโดยด่วน ทั้งนี้ต้องรายงานผลไม่เกิน 3 วัน หลังจากที่ได้รับคำสั่ง
3. กรณีได้ดำเนินการตามสั่งเสร็จสิ้นแล้วให้หัวหน้าศูนย์ส่งเอกสาร หรือรายละเอียดที่ติดตามมาส่งให้หัวหน้าส่วนอุบัติเหตุต้นสังกัดโดยด่วน
4. การควบคุมงานตามหลักเกณฑ์ฉบับนี้ให้หัวหน้าศูนย์ , ควบคุมและสั่งการพนักงานอุบัติเหตุในสังกัดได้ตามความเหมาะสม
5. กรณีต้นสังกัดสั่งการแล้วไม่มีการติดตามและรายงานผลกลับมา ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ ฝ่ายอุบัติเหตุจะพิจารณาโทษตามลำดับดังนี้
 - การปรับเงิน
 - ออกใบเตือน
 - ใบเตือนสำคัญ
 - เลิกจ้าง

โครงการผ่อนชำระเบี้ยประกันภัย

ประเด็นที่จะขอแจ้งให้ฝ่ายอุบัติเหตุเพื่อทราบ และเป็นแนวทางปฏิบัติกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ สำหรับผู้เอาประกันภัยภายใต้โครงการผ่อนชำระเบี้ยประกันภัย ระหว่าง บริษัท สัมพันธ์ ประกันภัย จำกัด และ บริษัท สัมพันธ์ ออโต้ คลับ จำกัด (SAC) ในเบื้องต้นมีดังต่อไปนี้

1. ให้สังเกต รหัสตัวแทน ด้านล่างของหน้าตารางกรมธรรม์ว่ามีโค้ดตัวแทนที่ทับ (/) ด้วยตัวย่อ SAC หรือ ไม่ (SAC เป็นตัวอักษรย่อของ บริษัท สัมพันธ์ ออโต้ คลับ จำกัด) หากมี แสดงว่าผู้เอาประกันภัยดังกล่าว ได้ทำประกันภัยผ่านโครงการผ่อนชำระเบี้ยประกันภัย
2. กรณีเกิดอุบัติเหตุ ซึ่งมีการคุ้มครองราคาสินไหมสำรอง หรือมีค่าเสียหายเท่าไรก็ตามให้ทางฝ่ายอุบัติเหตุแจ้งให้ฝ่ายประกันเงินผ่อนทราบ

เพื่อเรียกเก็บค่าเบี้ยประกันภัยในส่วนที่เหลือทั้งหมดก่อนที่จะทำการซ่อมหรือจ่ายค่าสินไหมทดแทน

3. กรณีที่เกิดการลักทรัพย์รถยนต์ หรือมีการแจ้งกรณีรถหายเกิดขึ้น ให้รีบแจ้งฝ่ายรับประกันเงินผ่อนทันที

ส่วนกรณีที่มีอุบัติเหตุเกิดขึ้นเล็กน้อยให้เจ้าหน้าที่ดำเนินงานด้านอุบัติเหตุและสินไหมเป็นไปตามระเบียบและขั้นตอนการปฏิบัติปกติของบริษัทฯ ต่อไป

นโยบายฝ่ายอุบัติเหตุ ปี 2546

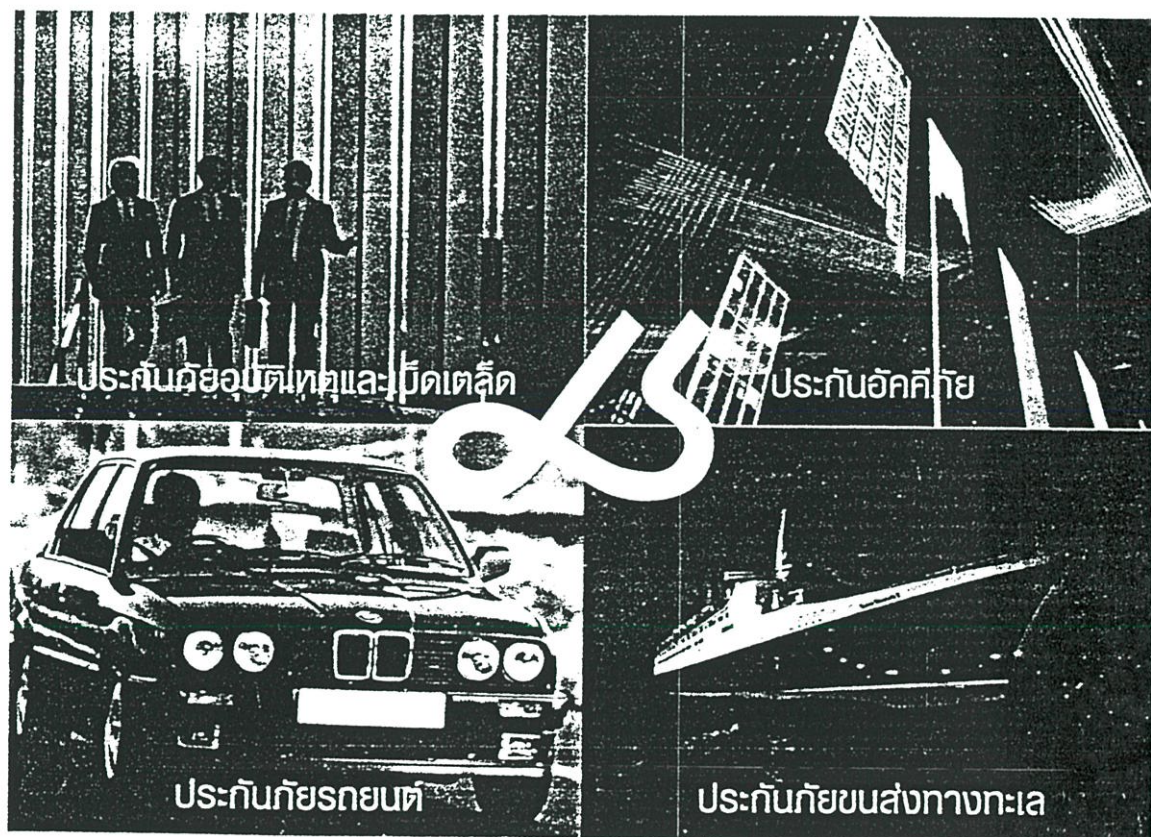
1. การออกตรวจสอบอุบัติเหตุ และการบริการให้รวดเร็วที่สุด ภายในเวลาไม่เกิน 30 นาที
2. การให้บริการแบบเต็มรูปแบบ หรือ การบริการแบบครบวงจร
3. การมีกิจกรรมการตลาดที่ดีในขณะที่ให้บริการตั้งแต่แรกพบ และ เมื่อปฏิบัติภารกิจเสร็จสิ้น
4. การส่งแฟ้มเคลมและเอกสารตรงเวลาตามที่บริษัท ฯ กำหนดไว้
5. การดำเนินการตามกระบวนการตรวจความรับผิดชอบ และ การส่งการในสายงานให้แล้วเสร็จภายใน 1 วัน หรือไม่เกิน 3 วัน
6. พนักงานตรวจสอบอุบัติเหตุและพนักงานในฝ่ายอุบัติเหตุทุกคน จะมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ โครงการพิเศษในรูปแบบต่าง ๆ ที่บริษัทฯ ดำเนินการอยู่ เช่น โครงการรถใช้ระหว่างซ่อม โครงการผ่อนชำระเบี้ยประกัน
7. การควบคุมและการบริหารงานในรูปแบบเชิงรุก และ ผสมผสานแบบเชิงรับ

นโยบายฝ่ายการตลาด ปี 2545

1. เป้าหมาย เบี้ยประกันรวมทุกประเภท 2002 ล้านบาท
2. เปิดสาขา ON – LINE 79 แห่งทั่วประเทศ
3. ขยายสำนักงานตัวแทนให้ครบทุกอำเภอ
4. เปิดอยู่ในโครงการรถใช้ระหว่างซ่อมให้ครบทุกจังหวัด
5. ปรับปรุงสาขา / ศูนย์บริการของบริษัทให้ถูกต้องตามกฎหมายและบริการได้ครบวงจร
6. เปิดหลักสูตรอบรมฝ่ายขายใหม่ ปีละ 4 ครั้ง
7. การฝึกอบรมพนักงานของบริษัทก่อนส่งออกปฏิบัติงานปีละ 2 ครั้ง
8. เสนอแบบประกันใหม่ที่มีจุดเด่นและเพิ่มโครงการบริการเสริมพิเศษสนับสนุนฝ่ายการตลาด
9. จัดสวัสดิการฝ่ายการตลาดและรางวัลบุคคลดีเด่น
10. เน้นการรับงานประกันที่มีคุณภาพ เน้นการชำระเบี้ยเงินสด และการประหยัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น

.....

ทุกชีวิตและทรัพย์สินมีค่า
 วางใจให้
 “สัมพันธ์ประกันภัย”
 ดูแลท่านและครอบครัว



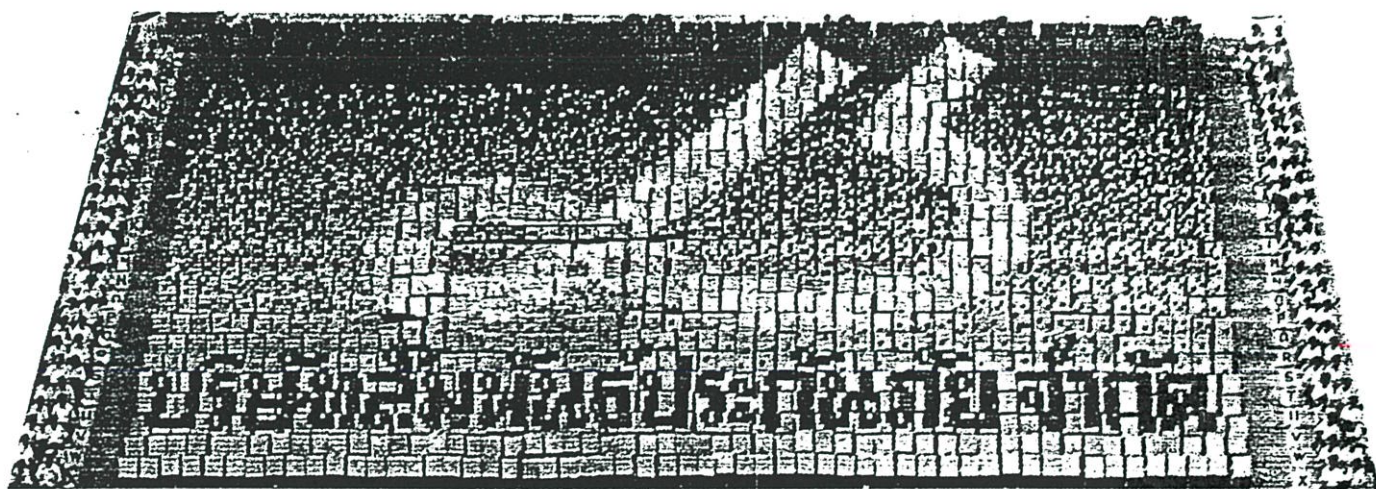
ศูนย์บริการอุบัติเหตุกว่า 150 สาขาทั่วไทย
 น้อมยินดีรับใช้บริการ

บริษัท สัมพันธ์ประกันภัย จำกัด
SAMPANH INSURANCE CO.,LTD.

1518/5 ประชากรามวงศ์สาย 1 บางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
 โทร : 913 2111, 912 2555 โทรสาร : 913 2465 9



บริษัท สัมพันธ์ประกันภัย จำกัด
SAMPANH INSURANCE CO., LTD.



สร้างสรรค์ มั่นใจ

- * สร้างสรรค์เพื่อความมั่นคงในด้านบริการ
 - * ค้ำครองให้ความมั่นใจสำหรับคุณ
- ในทุกธุรกิจประกันวินาศภัย

บริษัท สัมพันธ์ประกันภัย จำกัด

SAMPANH INSURANCE CO., LTD

1518/5 ประชาราษฎร์สาย 1 บางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800

โทร. 913-2111 โทรสาร. 913-2465-9

ประวัติผู้เขียน

นางสาววิศณี ไชยรักษ์ เกิดเมื่อวันที่ 29 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2519 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีวุฒิสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาออกแบบตกแต่งภายใน (เกียรตินิยม อันดับ 2) จากมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ในปีการศึกษา 2540

ปี พ.ศ.2541 - 2542 เข้าทำงานตำแหน่งมัณฑนากร บริษัท KNO Construction and Interior Company limited ปี พ.ศ.2545 ถึงปัจจุบัน ดำรงตำแหน่งอาจารย์ 1 ระดับ 3 แผนก วิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ