

การศึกษาการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้าของ บริษัทสัมพันธ์ ประกันภัย 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

สรุปการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริการลูกค้าควรเป็นลักษณะการติดต่อที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน 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

โดยใช้รูปทรงและเส้นสายที่โค้งมนในการจัดวางผังพื้นที่ และนำสีของสัญลักษณ์องค์กรมาใช้คือสีเขียวและสีเหลือง เสริมบรรยากาศด้วยโทนสีและวัสดุที่แสดงความอบอุ่นเช่นไม้ และวัสดุมันวาวของสแตนเลสแทนความคล่องตัว

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.