

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและประเมินการปรับปรุงเปลือกอาคารธนาคารเพื่อการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์องค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและประเมินการปรับปรุงเปลือกอาคารและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการปรับปรุงเปลือกอาคารกับการเปลี่ยนภาพลักษณ์ เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงเปลือกอาคารที่ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรได้ดีที่สุด ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการสำรวจลักษณะทางกายภาพเปลือกอาคารจากพื้นที่จริงและภาพถ่ายกรณีศึกษาทั้ง 2 อาคาร ได้แก่ อาคารสำนักงานใหญ่ธนาคารกรุงไทย อาคาร 1 ถนนสุขุมวิท และอาคารสำนักงานใหญ่ธนาคารนครหลวงไทย ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงเปลือกอาคารทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ กลุ่มผู้บริหารธนาคาร สถาปนิกผู้ออกแบบ ผู้ติดตั้งเปลือกอาคาร พนักงานในองค์กรและลูกค้าที่ใช้บริการ จำนวนทั้งหมด 29 คน และสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานและลูกค้าของทั้ง 2 ธนาคาร จำนวน 549 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ผลจากการศึกษาและประเมินพบว่า

การศึกษาการปรับปรุงเปลือกอาคาร พบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการปรับปรุงเปลือกอาคาร ได้แก่ ความทรุดโทรมของเปลือกอาคาร ความล้าสมัยของรูปแบบเปลือกอาคารและการเปลี่ยนภาพลักษณ์ขององค์กรเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ 2) การปรับปรุงเปลือกอาคารแบ่งเป็น 6 รูปแบบ ได้แก่ การปรับปรุงทาสี การปรับปรุงชนิดวัสดุ การปรับปรุงพื้นผิว การปรับปรุงความโปร่งทึบของอาคาร การปรับปรุงรูปทรงอาคารหรือการเพิ่มองค์ประกอบภายนอกของอาคารและการปรับปรุงสัญลักษณ์บนเปลือกอาคาร 3) การเลือกใช้วิธีการการปรับปรุงเปลือกอาคารขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านรูปแบบเปลือกอาคาร วิธีการทำงานในการปรับปรุงของผู้ติดตั้งและความสูงอาคาร 4) ระยะเวลาการปรับปรุงซึ่งแตกต่างกันไปตามปัจจัย เช่น ขอบเขตงาน ความสูงอาคาร ความเสี่ยงในการทำงานและวัสดุที่เลือกใช้ 5) การลงทุนมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ช่วงเวลาในการปรับปรุง ความสูงอาคาร ความเสี่ยงในการทำงาน วัสดุอาคารที่เลือกใช้ ที่ตั้งอาคารและระยะเวลาในการทำงาน

การประเมินผลการปรับปรุงเปลือกอาคารและความสัมพันธ์ระหว่างเปลือกอาคารกับภาพลักษณ์องค์กร พบว่า 1) การปรับปรุงเปลือกอาคารมีผลต่อทัศนคติของลูกค้าและพนักงานเกี่ยวกับการส่งเสริมภาพลักษณ์ธนาคารด้านความทันสมัย ความโดดเด่นสะดุดตาและความโปร่ง - ใสตามลำดับ 2) กลุ่มพนักงาน การปรับปรุงเปลือกอาคารมีผลต่อทัศนคติที่เกี่ยวกับความภาคภูมิใจต่อองค์กร 3) สำหรับกลุ่มลูกค้า การปรับปรุงเปลือกอาคารมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการเลือกใช้

บริการธนาคาร ความเชื่อมั่นต่อธนาคารและผลต่อการใช้บริการที่ยาวนานขึ้น ตามลำดับ ทั้งนี้ สำหรับธนาคารกรุงไทย การปรับปรุงเปลือกอาคารให้มีลักษณะความโปร่งมากขึ้นโดยการเปลี่ยน ชนิดวัสดุอาคารเป็นลักษณะทางกายภาพที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ธนาคารโดยรวมได้ดีที่สุด ขณะที่ ธนาคารนครหลวงไทย การปรับปรุงวัสดุอาคารโดยการเน้นการเปลี่ยนแปลงโทนสีจากโทนสีทึบ เป็นโทนสีสว่างช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ธนาคารโดยรวมได้ดีที่สุด

โดยสรุปแนวทางการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพของเปลือกอาคารเพื่อการปรับเปลี่ยน ภาพลักษณ์องค์กร ประกอบไปด้วย 1) การปรับปรุงเปลือกอาคารควรพิจารณาลักษณะทางกายภาพ ในด้านความโปร่งทึบของอาคารและโทนสีอาคารเพื่อแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของอาคารใน การส่งเสริมภาพลักษณ์ธนาคาร 2) โทนสีอาคารที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ธนาคาร คือ โทนสีสว่าง 3) พื้นผิวอาคารที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความทันสมัย คือพื้นผิวที่มีลักษณะมันวาว 4) การใช้ วัสดุที่ทันสมัย เช่น กระเบื้องและอลูมิเนียมมีความเหมาะสมต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ธนาคาร 5) ความสำคัญของการปรับปรุงอาคารเพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรอยู่ที่การสร้าง ความโดดเด่นของอาคารแต่ละลักษณะ ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพที่เด่นชัดที่สุดจึงเป็น ส่วนที่ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรได้มากไปที่สุด

The objective of the thesis "The Study and Assessment of Bank Buildings' Façade Renovations to Improve Corporate Image" is to study and assess façade renovation and to investigate the relationship between façade and corporate image to obtain the most effective renovation guideline. The information was collected by site surveys of the Headquarter of Krung Thai Bank Building 1 on Sukhumvit Road and Siam City Bank on Newpetchburi Road. 29 individuals were interviewed directly and indirectly concerned with the façade renovation. They were bank executives, architects, employees and customers. Questionnaires were distributed to 549 individuals who were bank employees and customers.

The factors that affected the façade renovation were the deterioration, updating of fashion trends and changing the corporate image for business competition. The façade renovation were categorized into 6 dimensions regarding color tone, material, texture, building transparency, building reconfiguration and signage improvement. The choice of implementation depended on building form and height as well as the work pattern. The time frame of the renovation process differed depending on the scope of work, building height, operation risks and choice of materials.

The results of this research show that 1) façade renovation effects the visions of officers and customers on corporate image in term of modern style, prominent character and cleanness respectively; 2) for the employees, façade renovation creates the pride in the organization; 3) for customers, façade renovation effects bank selection and conviction and extensive use of service. Among such improvements, transparency for Krung Thai Bank is most suitable to promote corporate image. On the contrary, for Siam City Bank, the change from dark to bright color is the most effective renovation to promote corporate image.

In conclusion, renovation guidelines for improving corporate image include:

- 1) Façade renovation should consider about transparency and color as the major factors that create building identity and related corporate image.
- 2) The suitable color for promoting bank image is bright color.
- 3) Glitter materials promote modern outlook.
- 4) Modern materials such as glass and aluminium are suitable to gain the bank image.
- 5) The essential of façade renovation to improve corporate image is creation of building prominence.

So, the physical change is clearly the best way to promote corporate image.