

โครงการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room

Improvement and Development of "The Reading Room" Art Library



โครงการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room

Improvement and Development of "The Reading Room" Art Library



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2557



© 2558

บดีนทร์ บัวหลวงงาม

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

เรื่อง โครงการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room

ผู้วิจัย บดินทร์ บัวหลวงงาม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ปีเตอร์ กัน)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2558

บดินทร์ บัวหลวงงาม. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต,
กุมภาพันธ์ 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

โครงการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room (208 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. ปีเตอร์ กัน

บทคัดย่อ

ห้องสมุด The Reading Room ดำเนินกิจการด้วยรูปแบบองค์กรไม่แสวงหากำไร (Non Profit Organization) เป็นระยะเวลา 5 ปี ซึ่งทำให้ประสบปัญหาทางการเงินที่ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายและการเจริญเติบโตของกิจการ จนไม่สามารถดำเนินการไปได้ตามที่ฝันไว้ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งหวังที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ให้สามารถดำเนินการในลักษณะกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ซึ่งเป็นรูปแบบกิจการที่สามารถดำเนินกิจกรรมทางการเงินไปพร้อมกับความรับผิดชอบต่อหรือการพัฒนาสังคมโดยไม่เสียเจตนาธรรมของผู้ก่อตั้งห้องสมุดแห่งนี้ ด้วยการนำทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) ซึ่งเป็นแนวทางการจัดการเชิงบวกมาใช้ในการแก้ปัญหาควบคู่ไปกับทฤษฎี หลักการแนวความคิด เครื่องมือ การวิเคราะห์ และการออกแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางรอดของกิจการและสามารถดำเนินกิจการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ห้องสมุด, กิจการเพื่อสังคม, สุนทรียสาธก

Bualuang-ngam, B. M.Com.Arts. (Entertainment Management and Production),
February 2015, Graduate School, Bangkok University.

Improvement and Development of "The Reading Room" Art Library (208 pp.)

Advisor: Peter Gan, Ph.D.

ABSTRACT

The Reading Room is an art library which has operated for five years as a non-profit organization. With financial difficulty in finding enough revenue to cover its operating cost and support further growth, the library cannot offer services and implement campaigns according to its initial aspirations. This research aims to explore possibility of transforming the Reading Room into a social enterprise, based on the business model which enables income-generating activities while still preserving its founder's intention in terms of social responsibility and development. Appreciative Inquiry, a management model which focuses on positive experience and outlook, has been used in combination with other relevant theories, concepts, analytic tools and strategies, to find potential solutions for the library's survival and sustainable efficiency in giving benefits to society.

Keywords: Library, Social Enterprise, Appreciative Inquiry

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเฉพาะบุคคลในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณาจาก ดร. ปีเตอร์ กัน อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล และ ดร. ชัยฤทธิ์ ทองรอด ผู้เชี่ยวชาญการวิจัย ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทาง การศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ ในการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

บดีรินทร์ บัวหลวงงาม



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	5
1.3 ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	5
1.4 นิยามคำศัพท์เฉพาะ	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ข้อมูลห้องสมุดศิลปะร่วมสมัย The Reading Room	7
2.2 แนวคิดและรูปแบบของกิจการเพื่อสังคม Social Enterprise (SE)	11
2.3 แนวคิดอุทยานการเรียนรู้: ห้องสมุดมีชีวิต	14
2.4 ทฤษฎีสุนทรียสาธก Appreciative Inquiry (AI)	17
2.5 ทฤษฎีการวิเคราะห์ SOAR Analysis	22
2.6 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม SWOT Analysis	24
2.7 ทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ในตลาด Situation Analysis (5C's)	25
2.8 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ Service Marketing Mix (7P's)	26
2.9 Balance Scorecard (BSC)	27
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
2.11 สรุปลักษณะองค์การศึกษาศึกษา (Conceptual Framework)	30
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 วัตถุประสงค์ในงานวิจัย	31
3.2 แหล่งข้อมูล	31
3.3 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
3.5 การทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ	37
3.6 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล	37
3.7 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	37
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	38
3.9 กระบวนการวิจัย "โครงการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room" ผ่านแนวคิดสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)	39
3.10 สรุปขั้นตอนการศึกษา (Research Process)	40
บทที่ 4 สรุปผลการวิจัย	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	41
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	55
บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ	
5.1 รูปแบบการจัดตั้งกิจการ (Dream)	75
5.2 วัตถุประสงค์ (Destiny)	75
5.3 เป้าหมายขององค์กร	76
5.4 กลุ่มเป้าหมาย	76
5.5 ตราสินค้า	76
5.6 รูปแบบการดำเนินกิจการ (Business Model)	77
5.7 โครงสร้างองค์กร	79
5.8 การบริหารด้านการตลาด	80
5.9 การวิเคราะห์ SOAR	92
5.10 การออกแบบกลยุทธ์ด้วย Balance Scorecard (BSC)	96
บทที่ 6 การเงิน	
6.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน	108
6.2 การประมาณเงินลงทุน	108
6.3 แหล่งที่มาของเงินทุน	110
6.4 งบประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหาร	111

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 (ต่อ) การเงิน	
6.5 การประมาณรายได้	115
6.6 สมมติฐานผลตอบแทนของกิจการในสถานการณ์ต่างๆ	122
6.7 สรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	134
บทที่ 7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
7.1 สรุปสถานการณ์ของกิจการ	136
7.2 แนวทางการแก้ไขและข้อเสนอแนะ	137
บรรณานุกรม	138
ภาคผนวก	141
ภาคผนวก ก บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)	142
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างละเอียด	143
ภาคผนวก ค ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	145
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม ความคิดเห็นต่อห้องสมุดศิลปะร่วมสมัย	202
The Reading Room	
ประวัติผู้เขียน	208
เอกสารว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: แสดงการเปรียบเทียบระหว่างกระบวนการแก้ปัญหา และ Appreciative Inquiry	19
ตารางที่ 4.1: เพศ	56
ตารางที่ 4.2: อายุ	56
ตารางที่ 4.3: ระดับการศึกษา	57
ตารางที่ 4.4: อาชีพ	57
ตารางที่ 4.5: รายได้ต่อเดือน	58
ตารางที่ 4.6: ความถี่ในการใช้บริการห้องสมุด The Reading Room	59
ตารางที่ 4.7: ระยะเวลาที่ใช้บริการห้องสมุด The Reading Room ต่อ 1 ครั้ง	59
ตารางที่ 4.8: การใช้งานห้องสมุด The Reading Room	60
ตารางที่ 4.9: รู้จักห้องสมุด The Reading Room ได้จากช่องทางใด	60
ตารางที่ 4.10: เวลาที่สะดวกในการใช้บริการห้องสมุด The Reading Room	61
ตารางที่ 4.11: ห้องสมุด The Reading Room ช่วยแก้ปัญหาใดในสังคม	62
ตารางที่ 4.12: ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ด้านสิ่งที่จำเป็นมากที่สุด (Discovery)	63
ตารางที่ 4.13: ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ด้านสิ่งที่อยากได้มากที่สุด (Dream)	65
ตารางที่ 4.14: ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ด้านสิ่งที่อยากมีที่สุด (Design)	67
ตารางที่ 4.15: ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ด้านสิ่งที่มิแล้วเกิดความยั่งยืน (Destiny)	71
ตารางที่ 5.1: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Factor)	81
ตารางที่ 5.2: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)	82
ตารางที่ 5.3: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)	82
ตารางที่ 5.4: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านสภาวะแวดล้อมกายภาพ (Ecology Factor)	83
ตารางที่ 5.5: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านนโยบาย (Politic Factor)	83
ตารางที่ 5.6: การวิเคราะห์ผู้บริโภคระเภทชุมชน (People Communities)	85
ตารางที่ 5.7: การวิเคราะห์ผู้บริโภคระเภทกลุ่มทุน (Business Collaborations)	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.8: การวิเคราะห์ผู้สนับสนุน (Collaborator Analysis)	86
ตารางที่ 5.9: วิเคราะห์ผู้สนับสนุนประเภทประเภทองค์กรและกิจการ	88
ตารางที่ 5.10: วิเคราะห์คู่แข่งชั้นระหว่างหนังสือแบบเล่มกับข้อมูลในอินเทอร์เน็ตและอีบุ๊ก	89
ตารางที่ 5.11: วิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร (Company Analysis)	90
ตารางที่ 5.12: ตารางแสดงร้านอาหารที่เป็นพันธมิตร	97
ตารางที่ 6.1: ตารางแสดงเงินลงทุนในสินทรัพย์ของห้องสมุด ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2552 ถึงปี พ.ศ. 2557	109
ตารางที่ 6.2: ตารางแสดงเงินลงทุนในสินทรัพย์ของห้องสมุด ปี พ.ศ. 2558	110
ตารางที่ 6.3: ตารางแสดงสัดส่วนผู้ถือหุ้นห้องสมุด The Reading Room	111
ตารางที่ 6.4: ตารางแสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร สำหรับงวดราย	111
ตารางที่ 6.5: ตารางแสดงอัตราเงินเดือน	114
ตารางที่ 6.6: ตารางแสดงงบประมาณรายได้ สำหรับงวดรายปี	115
ตารางที่ 6.7: ตารางแสดงรายได้ประเภทค่าเช่าสถานที่	116
ตารางที่ 6.8: ตารางแสดงอัตราค่าสมาชิกและรายได้ที่ได้รับต่อปี	117
ตารางที่ 6.9: ตารางแสดงรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณา	119
ตารางที่ 6.10: ตารางแสดงการลดหย่อนภาษี	120
ตารางที่ 6.11: ตารางแสดงรายได้จากงานระดมทุนในกรณีต่างๆ	121
ตารางที่ 6.12: ตารางแสดงรายได้จากคอร์สการเรียนรู้ต่อเดือน	122
ตารางที่ 6.13: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนโดยประมาณ เปรียบเทียบในสถานการณ์การเงินที่ต่างกันงวดวันที่ 1มกราคม 2558 ถึง วันที่ 31ธันวาคม 2558	123
ตารางที่ 6.14: แสดงสถานการณ์ทางการเงินแบบดีเยี่ยม (Best Case) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (รายได้ร้อยละ40ต่อปี ค่าใช้จ่ายร้อยละ40ต่อปี) สำหรับปี 2558-2567	125
ตารางที่ 6.15: แสดงสถานการณ์ทางการเงินแบบปกติ (Most Likely Case) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (รายได้ร้อยละ25ต่อปี ค่าใช้จ่ายร้อยละ 25ต่อปี) สำหรับปี 2558-2567	128

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 6.16: ตารางแสดงสถานการณ์ทางการเงินตกต่ำ (Worst Case) และการวิเคราะห์ ระยะเวลาคืนทุน (รายได้โตร้อยละ 5 ต่อปี ค่าใช้จ่ายโตร้อยละ 5 ต่อปี) สำหรับปี 2558-2567	131
ตารางที่ 6.17: สรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ ในระยะเวลา 10 ปี	134



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: อัตราการอ่านหนังสือนอกเวลาเรียน/นอกเวลาทำงานของประชากร อายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปจำแนกตามเพศ พ.ศ. 2546-2556	2
ภาพที่ 2.1: แสดงที่แผนผังห้องสมุด The Reading Room	9
ภาพที่ 2.2: แสดงบรรยากาศห้องสมุด The Reading Room	9
ภาพที่ 2.3: แสดงที่ตั้งห้องสมุด The Reading Room	10
ภาพที่ 2.4: แสดงวงจรของ Appreciative Inquiry “4-D Cycle”	20
ภาพที่ 2.5: แสดงการวัดผลการดำเนินงานอย่างสมดุล 4 มุมมอง	28
ภาพที่ 2.6: แสดงขั้นตอนการศึกษาอิสระ “โครงการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room”	30
ภาพที่ 3.1: สรุปขั้นตอนการศึกษา (Research Process)	40
ภาพที่ 4.1: แสดงโครงสร้างองค์กร CreativeMOVE	54
ภาพที่ 5.1: ตราสินค้า	76
ภาพที่ 5.2: สรุปรูปแบบการดำเนินงานกิจการของ The Reading Room	78
ภาพที่ 5.3: แสดงContents Management Modelของกิจการ The Reading Room	78
ภาพที่ 5.4: โครงสร้างขององค์กร The Reading Room	80
ภาพที่ 5.5: แสดงที่แผนผังห้องสมุด The Reading Room ภายหลังปรับปรุงกิจการ	102
ภาพที่ 5.6: หน้าเว็บไซต์ http://readingroombkk.org	105
ภาพที่ 5.7: หน้าเพจFacebook https://www.facebook.com/thereadingroombkk	105
ภาพที่ 5.8: สรุปขั้นตอนการออกแบบกลยุทธ์ด้วย Balance Scorecard (BSC)	107

บทที่ 1

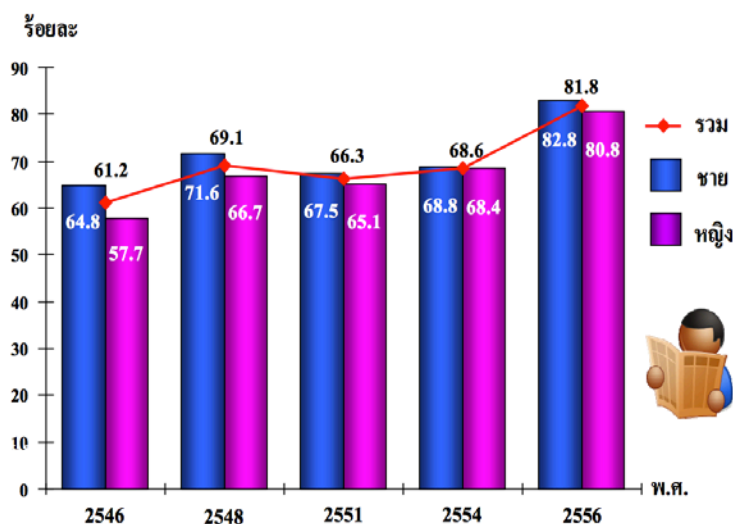
บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

การอ่าน เป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองที่สำคัญที่สุดของมนุษย์ เป็นทักษะอย่างหนึ่งที่สำคัญสำหรับการศึกษาค้นคว้า การแสวงหาความรู้ ความบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจ นำมาซึ่งการพัฒนาคุณภาพชีวิตของแต่ละบุคคล สังคม และประเทศชาติโดยรวม (แมนมาส ซวลิต อังโน ซุติมา สัจจามันท์ และ สุนทรี ศุภวงศ์, 2529) การอ่านจึงนับเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาประเทศโดยตรง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556, หน้า 37) ซึ่งประเทศที่มีการผลิตและอ่านหนังสือมาก เช่น สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และหลายประเทศในยุโรป สามารถพัฒนาการศึกษาและการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมได้ดีกว่าประเทศที่มีการผลิตและการอ่านหนังสือน้อย ขณะที่ประเทศที่พัฒนาทีหลัง เช่น สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ฮองกง เมื่อมีการส่งเสริมให้ เด็ก เยาวชน ประชาชน รักการอ่านหนังสือที่ดีและรู้จักพัฒนาการอ่านหนังสือ พัฒนาการเรียนรู้ได้ดีขึ้นในรอบ 10-20 ปีที่ผ่านมา ก็สามารถพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเพิ่มขึ้นได้อย่างสำคัญ

ในขณะที่ประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ตามที่รัฐบาลได้กำหนดวิสัยทัศน์ประเทศไทย ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549) โดยมีแนวทางในการพัฒนาเพื่อให้เป็นไปตามพันธกิจในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพพร้อมคุณธรรมรวมถึงรอบรู้อย่างเท่าทัน ภายใต้อุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคน และสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ในระยะ 5 ปี (ชลภัตต์ วงษ์ประเสริฐ, 2551) แต่ผลจากการสำรวจการอ่านหนังสือของประชากร พ.ศ. 2552 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบุว่าคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ขวบขึ้นไป (พ.ศ. 2551) ใช้เวลาอ่านหนังสือเรียนนอกเวลาเรียนและเวลาทำงาน เฉลี่ยวันละ 39 นาที โดยกลุ่มเยาวชนถือเป็นกลุ่มที่อ่านหนังสือมากที่สุด เฉลี่ย 46 นาที (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551) ซึ่งจากการจัดลำดับพฤติกรรมกรรมการอ่านพบว่าใน 1 ปี เด็กไทยอ่านหนังสือเฉลี่ยเพียง 5 เล่ม ขณะที่เวียดนาม อ่าน 60 เล่ม สิงคโปร์ อ่าน 45 เล่ม และมาเลเซีย อ่าน 40 เล่ม (สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน, 2555) สะท้อนให้เห็นว่าคนไทยยังไม่มีนิสัยรักการอ่าน ทำให้ไม่รู้จักการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และการค้นคว้าวิจัย เพื่อสร้างความรู้ใหม่ จึงควรที่จะปฏิรูปการศึกษาด้วยการปฏิรูปให้คนรักการอ่าน (วิทยากร เชียงกูล, 2552)

ภาพที่ 1.1: อัตราการอ่านหนังสือนอกเวลาเรียน/นอกเวลาทำงานของประชากรอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป จำแนกตามเพศ พ.ศ. 2546-2556



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). *การสำรวจการอ่านหนังสือของประชากร พ.ศ. 2556*.

กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

จากปัญหาดังกล่าว รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนรักการอ่านอย่างจริงจัง โดยมีมติคณะรัฐมนตรีให้ส่งเสริมการอ่านเป็นวาระแห่งชาติเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2552 กำหนดให้วันที่ 2 เมษายนของทุกปีเป็นวันรักการอ่าน และให้ปี พ.ศ. 2552-2562 เป็นทศวรรษแห่งการอ่านของประเทศ รวมทั้งให้มีคณะกรรมการส่งเสริมการอ่านเพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ตลอดจนกรุงเทพมหานครได้รับเลือกเป็นเมืองหนังสือโลกปี พ.ศ. 2556 จากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ร่วมกับสมาพันธ์ผู้จัดพิมพ์นานาชาติ สมาพันธ์ผู้จัดจำหน่ายหนังสือนานาชาติ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556, หน้า 37) โดยกำหนดเป็นนโยบายถึงปัจจัยที่สำคัญในการอ่านที่ต้องพัฒนาประกอบด้วย การสร้างนิสัยรักการอ่าน การพัฒนาความสามารถในการอ่าน และการสร้างบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการอ่าน

หนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการอ่านก็คือ ห้องสมุด ในฐานะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยส่งเสริมและปลูกฝังนิสัยรักการอ่าน การศึกษาค้นคว้า และการเรียนรู้ โดยเป็นแหล่งที่จัดเก็บข้อมูลทางด้านสารนิเทศต่างๆที่ นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไปสามารถค้นหาความรู้ด้วยตนเอง ให้ผู้ใช้มีความรู้ที่ทันสมัยอยู่เสมอ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ การพักผ่อน

หย่อนใจและจรรโลงใจ ช่วยส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมต่างๆ ทั้งยังสามารถใช้บอกความเจริญก้าวหน้าของประเทศนั้นๆอีกด้วย

อย่างไรก็ดี ห้องสมุดก็จำเป็นต้องปรับตัวตามพฤติกรรมการอ่านที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน ทำให้คนมีทางเลือกในการหาข้อมูลผ่านช่องทางที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางอินเทอร์เน็ต จากการสำรวจข้อมูลประชากรไทยอ่านหนังสือผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นถึงเท่าตัว (ปี 2554 ร้อยละ 4.7 ในปี 2556 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.1) และใน ส่วนย่อยเพิ่มเติมอย่าง แท็บเล็ต อีบุ๊ก สมาร์ทโฟน พบว่า คนไทยอ่านหนังสือผ่านช่องทางดังกล่าวเพิ่มขึ้น 6 เท่า (ปี 2554 อยู่ที่ร้อยละ 0.3 ต่อมาปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1.8) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556, หน้า 21) ด้วยแนวโน้มดังกล่าว ห้องสมุดจึงจำเป็นต้องปรับบทบาทเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน โดยไม่เป็นเพียงที่เก็บหนังสือและสื่อประเภทต่างๆ เท่านั้น แต่ยังต้องมีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการค้นหาข้อมูล ตลอดจนการสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้งานอีกด้วย ซึ่งในระดับภาครัฐก็มีการวางแนวทางการพัฒนาห้องสมุดในลักษณะดังกล่าวเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากโครงการ “ห้องสมุดมีชีวิต” (Living Library) อันเป็นการสร้างต้นแบบห้องสมุดที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรสารสนเทศให้ทันสมัยครบถ้วน สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ และสร้างนิสัยรักการอ่านยั่งยืนสำหรับทุกเพศทุกวัย ด้วยบรรยากาศที่มีชีวิตชีวา มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการเรียนรู้ สามารถเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว มีบริการและกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา, 2549, หน้า 4)

นราวัลลภ ปฐมวัฒน์ เจ้าของห้องสมุด The Reading Room ในปัจจุบัน เป็นอีกผู้หนึ่งที่เล็งเห็นถึงปัญหาด้านการอ่านและความสำคัญของห้องสมุดดังกล่าว จึงได้เปิดกิจการห้องสมุดศิลปะร่วมสมัย “The Reading Room” ขึ้น เมื่อปี พ.ศ.2552 ด้วยความรู้จากการศึกษาด้านการจัดการศิลปวัฒนธรรม หลักสูตรการจัดการวัฒนธรรม สาขาการบริหารจัดการแบบไม่หวังผลกำไร (Art and Cultural Management, major non-profit management) ที่ Pratt Institute เมืองนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา และประสบการณ์การทำงานเป็นนักวิจัยให้ Asia Art Archive (AAA) ซึ่งเป็นองค์กรรวบรวมข้อมูลด้านงานศิลปะร่วมสมัยของเอเชียที่ประเทศฮ่องกง นราวัลลภจึงมีความตั้งใจที่จะก่อตั้งห้องสมุดเป็นของตนเอง โดยมีจุดประสงค์เพื่อแบ่งปันหนังสือศิลปะที่เก็บสะสมไว้ส่วนตัวเพื่อเป็นช่องทางให้ประชาชนทั่วไปที่สนใจได้เข้าถึงหนังสือเหล่านี้ และสร้างพื้นที่สำหรับชุมชนทางความคิดและความรู้ เพื่อความคิดเห็น แบ่งปันความรู้ และประสบการณ์ ตลอดจนทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งนี้ The Reading Room ดำเนินงานในรูปแบบ "องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร" (Non-profit organization) ภายใต้มูลนิธิส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะไทย เปิดให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตั้งอยู่ที่ ชั้น 4 อาคารพาณิชย์โครงการ Westlane ซอย สีลม 19 กรุงเทพมหานคร โดยให้บริการหนังสือ

เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยกว่า 1,000 เล่ม ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ประกอบด้วยสุจิ บัตรนิทรรศการ หนังสือประวัติศาสตร์ศิลปะ ทฤษฎีศิลป์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต่างๆ โดยแบ่งข้อมูลหลักๆได้สองส่วนคือ ส่วนฐานข้อมูลศิลปะร่วมสมัยไทย และส่วนหนังสืออ้างอิงและสุจิบัตร นิทรรศการศิลปะจากประเทศอื่นๆ นอกจากการเก็บข้อมูลและการทำงานวิจัยต่างๆแล้ว ห้องสมุด The Reading Room ยังเน้นการจัดกิจกรรมโดยเฉพาะเสวนาพูดคุย จัดฉายภาพยนตร์ และทำ Workshop ที่เกี่ยวกับศิลปะและสาขาอื่นๆ ทั้งภาพยนตร์ วรรณกรรม สังคมศาสตร์ และ มนุษยศาสตร์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมร่วมสมัย

ตลอดระยะเวลา 5 ปีจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2557) The Reading Room ได้ดำเนินกิจการในรูปแบบองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ซึ่งเป็นรูปแบบองค์กรที่มีข้อจำกัด จำเป็นต้องอาศัยเงินทุน สนับสนุนโดยการบริจาคจากภายนอกและโดยเจ้าของโครงการ ทำให้ประสบปัญหาความไม่มั่นคงทางการเงินเนื่องจากทางห้องสมุดต้องแบกรับรายจ่ายในทุกๆเดือน รวมทั้งต้นทุนเริ่มต้นที่ยังไม่สามารถดำเนินกิจการเพื่อคืนทุนได้ โดยมียอดรวมรายจ่ายประมาณ 38,000-40,000 บาท ต่อเดือน ในขณะที่มียอดรวมรายรับประมาณ 40,000 บาท ต่อเดือน เห็นได้ว่ารายรับและรายจ่ายมียอดที่ใกล้เคียงกันมาก ทำให้ไม่สามารถดำเนินการเพิ่มจำนวนหนังสือที่มีคุณภาพได้เท่าที่ควร รวมถึงค่าใช้จ่ายดูแลซ่อมแซมหนังสือและอุปกรณ์ต่างๆภายในห้องสมุด นำไปสู่การตั้งคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการของ The Reading Room ว่าจะมีรูปแบบใดที่จะสามารถนำพาห้องสมุดแห่งนี้ไปสู่การพึ่งพาตนเองได้ทางการเงิน ตลอดจนถึงงบประมาณเพียงพอสำหรับรองรับการขยายตัวและการพัฒนาด้านต่างๆ ของห้องสมุด

ดังนั้นผู้ทำการศึกษาและเจ้าของโครงการจึงเล็งเห็นความสำคัญที่จะปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบของห้องสมุด ให้สามารถดำเนินกิจการอยู่ได้อย่างยั่งยืนในสภาวะปัจจุบันภายใต้วิสัยทัศน์เดิมของเจ้าของโครงการ โดยเปลี่ยนรูปแบบจากองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรมาเป็น "กิจการเพื่อสังคม" (Social Enterprise) เนื่องจากเป็นรูปแบบกิจการที่มีวัตถุประสงค์คล้ายคลึงกันคือ การมีส่วนร่วมช่วยแก้ปัญหาของสังคมหรือสิ่งแวดล้อม ในที่นี้คือการแก้ปัญหาค่าใช้จ่ายเพิ่มพื้นที่การเรียนรู้และกิจกรรม ตรงตามวิสัยทัศน์เดิมของเจ้าของโครงการซึ่งกิจการเพื่อสังคมจะมีรูปแบบการจัดการและบริหารที่ยืดหยุ่นกว่าองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร โดยเป็นกิจการที่ภาคเอกชนซึ่งเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือ ชุมชน ได้ประกอบกิจการหรือดำเนินการ โดยมีเป้าหมายชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนา สังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก และมีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้า หรือการให้บริการซึ่งมิได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการหรือการดำเนินการ (สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อ สังคมแห่งชาติ, 2554) ต่างจากองค์กรไม่แสวงหากำไรมีช่องว่างและข้อจำกัดทางกฎหมายว่าการ ทำงานจะต้องไม่มีวัตถุประสงค์เชิงพาณิชย์ ไม่หาผลประโยชน์เข้าสู่ผู้ดำเนินงาน ต้องพึ่งพารายได้จาก ค่าลงทะเบียน ค่าบำรุงจากสมาชิก เงินสนับสนุนแบบให้เปล่า หรือเงินที่ได้จากการบริจาค ทำให้

ประสบปัญหาในการดำเนินงาน (วีรณัฐ โรจนประภา, 2556, หน้า 20)

กิจการเพื่อสังคมเป็นรูปแบบการทำธุรกิจแนวใหม่ที่รวมเอาข้อดีขององค์กรไม่แสวงหากำไร และองค์กรที่แสวงหากำไรมาผสมผสานกันเป็นธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายในการแก้ปัญหาสังคม โดยแสวงหากำไรจากการขายสินค้า บริการ เพื่อให้สามารถสร้างความยั่งยืนทางการเงินและแก้ปัญหาสังคมไปพร้อมกัน เป็นโมเดลกิจการที่เป็นทางสายกลาง คือมีแนวทางปฏิบัติเพื่อประโยชน์ตนและประโยชน์ของผู้อื่น (วีรณัฐ โรจนประภา, 2556, หน้า 109) ดังนั้น การปรับปรุงองค์กรให้เป็นไปตามรูปแบบขององค์กรทางสังคมจึงจำเป็นต้องใช้แนวทางในการจัดการองค์กรที่แตกต่างจากธุรกิจเชิงพาณิชย์ทั่วไป ซึ่งผู้ทำการศึกษาค้นคว้าได้เล็งเห็นว่า "ทฤษฎีสุนทรียสาธก" (Appreciative Inquiry: AI) ถือเป็นแนวทางที่เหมาะสมเพราะเป็นศาสตร์และศิลป์ในการสร้างการเปลี่ยนแปลง (Change Management) แนวใหม่ที่เน้นวิธีการเชิงบวก โดยแทนที่จะเน้นไปยังการวิเคราะห์เชิงลบเพื่อมองหาข้อผิดพลาดและแก้ไขปัญหาในธุรกิจเป็นหลัก สุนทรียสาธกกลับเน้นการค้นหาและให้ความสำคัญกับประสบการณ์ดี ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาสร้างสรรค์และขยายผลไปสู่สิ่งที่วาดฝันไว้ (อโนชา รุ่งรังสิมากุล, 2552, หน้า 5) แนวทางดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการของ The Reading Room อีกทั้งทำให้องค์กรสามารถพัฒนาตำแหน่ง/สถานะของตนให้ไกลกว่าจุดเดิมที่เป็นอยู่ ส่งผลให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและค้นหาประสบการณ์ด้านบวกในทุกๆมิติเกี่ยวกับห้องสมุดจากเจ้าของกิจการ พนักงาน คู่ค้าหรือพันธมิตร ผู้ประกอบการในลักษณะเดียวกัน และผู้ใช้บริการของห้องสมุด The Reading Room โดยใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธก

1.2.2 เพื่อศึกษาข้อมูลการวางแผนกลยุทธ์ของห้องสมุด The Reading Room ที่จะสามารถนำไปใช้ปรับปรุงและดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืนในรูปแบบของกิจการเพื่อสังคม

1.3 ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ขอบเขตพื้นที่ ห้องสมุดศิลปะร่วมสมัย The Reading Room ชั้น4 อาคารพาณิชย์โครงการ Westlane ซอย สีลม19 กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตประชากร ค้นหาประสบการณ์ด้านบวกตามแนวทางสุนทรียสาธก จากเจ้าของกิจการ (นราวัลลภ ปฐมวัฒน์) พนักงาน คู่ค้าหรือพันธมิตร ผู้ประกอบการในลักษณะเดียวกัน และผู้ใช้บริการ ของห้องสมุด The Reading Room

ขอบเขตเวลา ระยะเวลาการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มิถุนายน ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2557 ในเวลาทำการของห้องสมุด The Reading Room คือ วันพุธ - วันอาทิตย์

เวลา 13.00 - 19.00 น

1.4 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ห้องสมุด หมายถึง ห้องหรืออาคารที่มีระบบจัดเก็บรวบรวมรักษาหนังสือประเภทต่างๆ ซึ่งอาจรวมทั้งต้นฉบับ ลายมือเขียน ไมโครฟิล์ม เป็นต้น เพื่อใช้เป็นที่ค้นคว้าหาความรู้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542)

องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (Non-profit Organization หรือ NPO) หมายถึง องค์กรที่ก่อตั้งหรือดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลที่มีจุดมุ่งหมายสนับสนุนกลุ่มที่มีความคิดเห็นพ้องกันโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสาธารณประโยชน์ การศึกษา ศิลปะ ศาสนา งานวิจัย วรรณคดี และวัตถุประสงค์ในด้านอื่นๆ โดยการทำงานนั้นไม่มีจุดประสงค์ในเชิงพาณิชย์ ไม่หาผลประโยชน์เข้าสู่องค์กร แต่มีรายได้จากค่าลงทะเบียน ค่าบำรุงจากสมาชิก เงินหรือทรัพย์สินอื่นใดที่ได้มาจากการบริจาคหรือจากการให้เปล่า (วีรณัฐ โรจนประภา, 2556, หน้า 33-34)

กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise หรือ SE) หมายถึง กิจการที่มีรายรับจากการขายการผลิตสินค้า และ/หรือการให้บริการที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่เริ่มแรก หรือมีการกำหนดเพิ่มเติม หรือปรับเปลี่ยนเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม และ/หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก โดยไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเท่านั้น (คณะกรรมการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม, 2553, หน้า 4)

สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry หรือ AI) หมายถึง กระบวนการศึกษาค้นหาร่วมกันเพื่อค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดในตัวคน ในองค์กร หรือของโลกที่อยู่รอบตัว โดยใช้ศิลปะของการถามคำถาม ที่นำไปสู่การส่งเสริมให้ระบบมีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาไปสู่ศักยภาพสูงสุด (Cooperrider & Whitney, 1999)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เพื่อทราบพฤติกรรมและประสบการณ์ด้านบวกในมุมมองของเจ้าของกิจการ พนักงาน คู่ค้าหรือพันธมิตร ผู้ประกอบการในลักษณะเดียวกัน และผู้ใช้บริการของห้องสมุด The Reading Room โดยใช้สุนทรียสาธก

1.5.2 เพื่อทราบข้อมูลการวางแผนกลยุทธ์ของห้องสมุด The Reading Room ที่จะสามารถนำไปใช้ปรับปรุงและดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืนในรูปแบบของกิจการเพื่อสังคม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง "โครงการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room" ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเนื้อหาและประเด็นพื้นฐานที่เกี่ยวกับการศึกษา อันได้แก่แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งประกอบไปด้วย

- 2.1 ข้อมูลห้องสมุดศิลปะร่วมสมัย The Reading Room
- 2.2 แนวคิดและรูปแบบของกิจการเพื่อสังคม Social Enterprise (SE)
- 2.3 แนวคิดอุทยานการเรียนรู้: ห้องสมุดมีชีวิต
- 2.4 ทฤษฎีสุนทรียสาธก Appreciative Inquiry (AI)
- 2.5 ทฤษฎีการวิเคราะห์ SOAR analysis
- 2.6 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม SWOT analysis
- 2.7 ทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ในตลาด Situation Analysis (5C's)
- 2.8 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ Service Marketing Mix (7P's)
- 2.9 Balance Scorecard (BSC)
- 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.11 สรุปรูปแบบขั้นตอนการศึกษา (Conceptual Framework)

2.1 ข้อมูลห้องสมุดศิลปะร่วมสมัย The Reading Room

ประวัติความเป็นมา

ห้องสมุดศิลปะร่วมสมัย The Reading Room เริ่มต้นกิจการโดย นราวัลลภ ปฐมวัฒน์ เมื่อปี พ.ศ.2552 โดยมีจุดประสงค์เพื่อแบ่งปันหนังสือศิลปะที่เก็บสะสมไว้ส่วนตัวเพื่อเป็นช่องทางให้ประชาชนทั่วไปที่สนใจได้เข้าถึงหนังสือเหล่านี้ และสร้างพื้นที่สำหรับชุมชนเพื่อแบ่งปันความรู้ ความคิดเห็น และประสบการณ์ ตลอดจนทำกิจกรรมร่วมกัน โดยเปิดให้บริการหนังสือเกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยกว่า 1,000 เล่ม ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ประกอบด้วยสูจิบัตรนิทรรศการ หนังสือประวัติศาสตร์ศิลปะ ทฤษฎีศิลป์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต่างๆ โดยแบ่งข้อมูลหลักๆ ได้สองส่วนคือ ส่วนฐานข้อมูลศิลปะร่วมสมัยไทย และส่วนหนังสืออ้างอิงและสูจิบัตรนิทรรศการศิลปะจากประเทศอื่นๆ

นอกจากการเก็บข้อมูลและการทำงานวิจัยต่างๆแล้ว The Reading Room ยังเน้นการจัดกิจกรรมโดยเฉพาะเสวนาพูดคุย จัดฉายภาพยนตร์ และทำ Workshop ที่เกี่ยวกับศิลปะและสาขาอื่นๆ ทั้งภาพยนตร์ วรรณกรรม สังคมศาสตร์และ มนุษยศาสตร์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมร่วม

สมัย

ปัจจุบันห้องสมุด The Reading Room ดำเนินการภายใต้มูลนิธิส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะไทย ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และเปิดให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ(Key Success Factor)

Accessibility มุ่งเก็บรวบรวมหนังสือเกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ประกอบด้วยสุจิบัตรนิทรรศการ หนังสือประวัติศาสตร์ศิลปะ ทฤษฎีศิลป์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต่างๆ โดยแบ่งข้อมูลหลักๆได้สองส่วนคือ ส่วนฐานข้อมูลศิลปะร่วมสมัยไทย และส่วนหนังสืออ้างอิงและสุจิบัตรนิทรรศการศิลปะจากประเทศอื่นๆ

Community จากการตระหนักว่า ประเทศไทยยังขาดแคลนพื้นที่สาธารณะในการจัดกิจกรรมอย่างอิสระ ทางห้องสมุดจึงนำเสนอพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมโดยเฉพาะเสวนาพูดคุย จัดฉายภาพยนตร์ และทำ workshop ที่เกี่ยวกับศิลปะและสาขาอื่นๆ ทั้งภาพยนตร์ วรรณกรรม สังคมศาสตร์และ มนุษยศาสตร์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อก่อให้เกิดการสนทนา แลกเปลี่ยนความเห็นกันระหว่างกลุ่มคนจากสาขาวิชาและชุมชนต่างๆ ในประเทศไทย

Collaboration มุ่งเป็นพันธมิตรกับองค์กรในระดับต่างๆทั้งระดับ Local และระดับ International เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือ การเปิดกว้างทางความคิดและการจัดกิจกรรม องค์กรที่เป็นพันธมิตรกับ The Reading Room ได้แก่ Creative Time (New York), ArtHub Asia (China), 4A Centre for Contemporary Asian Art (Australia), lapis (Sweden), Clip Kino (Finland), Freedom House (USA), Amnesty International (Thailand), People's Empowerment Foundation (Thailand), Bangkok Art and Culture Centre, Thai Netizen Network, Thai Research Foundation, Community Act Network, Thai Art Archives, Gallery Ver, Mahidol University, Chulalongkorn University เป็นต้น

ทำเลที่ตั้งของโครงการ

ตั้งอยู่ที่ชั้น 4 อาคารพาณิชย์โครงการ WESTLANE ซอยสีลม 19 กรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ภายในโครงการ 82 ตารางเมตร รวมห้องน้ำ 1ห้อง

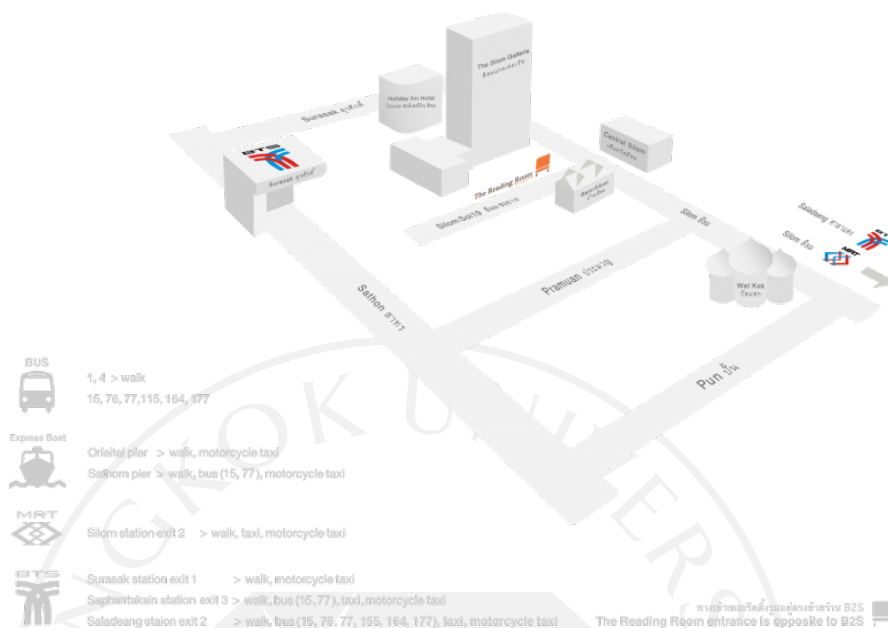
ภาพที่ 2.1: แสดงที่แผนผังห้องสมุด The Reading Room



ภาพที่ 2.2: แสดงบรรยากาศห้องสมุด The Reading Room



ภาพที่ 2.3: แสดงที่ตั้งห้องสมุด The Reading Room



ลักษณะการบริหารงาน

ห้องสมุด The Reading Room เป็นกิจการห้องสมุดไม่แสวงหาผลกำไรแบบเจ้าของคนเดียว โดยนราวัลลภ ปฐมวัฒน์ เป็นเจ้าของกิจการ มีหน้าที่เก็บรวบรวมหนังสือและเอกสารที่ใช้ในห้องสมุด และประสานงานกิจกรรมต่างๆทั้งหมด โดยมีพนักงานประจำ 1 คน มีหน้าที่ดูแลห้องสมุดและคอยช่วยเหลือเวลาว่างงานกิจกรรม

การดำเนินงาน

ห้องสมุด The Reading Room เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 13.00-19.00 น. พุทธ-อาทิตย์ มีลักษณะการดำเนินงานในห้องสมุดแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนห้องสมุด และส่วนกิจกรรม

ส่วนห้องสมุด นราวัลลภ เจ้าของกิจการจะเก็บรวบรวมหนังสือและเอกสารที่น่าสนใจ ทั้งจากการซื้อด้วยเงินส่วนตัว เก็บรวบรวมจากที่ต่างๆ และจากการบริจาคโดยผู้อื่น อีกทั้งยังเป็นผู้ลงทุนในส่วนของระบบสารานุกรมโปเอดทุกอย่างในห้องสมุด

ส่วนกิจกรรม นราวัลลภ เป็นผู้ที่มีความชำนาญ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนหรือองค์กรต่างๆในแวดวงการศึกษาและศิลปะ ทำให้มีการเสนอขอใช้พื้นที่เพื่อทำกิจกรรมอยู่เสมอ โดยนราวัลลภ จะเป็นผู้คัดเลือกว่ากิจกรรมใดมีความเหมาะสมกับพื้นที่ทุกครั้ง จากข้อจำกัดของพื้นที่โครงการที่มีขนาดเล็ก และการดูแลความเหมาะสมของเนื้อหาของกิจกรรม ซึ่งส่วนมากลักษณะของกิจกรรมจะเป็นแบบไม่เก็บค่าใช้จ่าย เพื่อให้สอดคล้องกับการเป็นกิจการไม่แสวงหากำไร

โดยกิจการห้องสมุด The Reading Room มีงบทำไว้ในแต่ละเดือนดังนี้

<u>รายจ่าย(ต่อเดือน)</u>	<u>จำนวน(บาท)</u>	<u>รายได้(ต่อเดือน)</u>	<u>จำนวน(บาท)</u>
ค่าเช่าสถานที่	10,700	เงินจากเจ้าของโครงการ	10,000
ค่าไฟ	3,700	เงินบริจาคจากบิดา	10,000
ค่าน้ำ	300	เงินบริจาคจากภายนอก	20,000
ค่า internet	799	รวม	40,000
พนักงานดูแล 1 ตำแหน่ง	10,000		
ค่าซื้อหนังสือ	10,000		
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	3,000		
รวม	38,499		

จากตารางสรุปรายรับและจ่ายในแต่ละเดือนแสดงให้เห็นว่า The Reading Room มียอดรวมรายจ่ายประมาณ 38,000-40,000 บาทต่อเดือน ในขณะที่มียอดรวมรายรับประมาณ 40,000 บาทต่อเดือน เห็นได้ว่ารายรับและรายจ่ายมียอดที่ใกล้เคียงกันมาก ทำให้ไม่สามารถดำเนินการเพิ่มจำนวนหนังสือที่มีคุณภาพได้เท่าที่ควร รวมถึงค่าใช้จ่ายดูแลซ่อมแซมหนังสือและอุปกรณ์ต่างๆภายในห้องสมุด รวมทั้งต้นทุนเริ่มต้นที่ยังไม่สามารถดำเนินการเพื่อคืนทุนได้ ทำให้เห็นได้ชัดว่า ตลอดระยะเวลา 5 ปีจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2557) การที่ The Reading Room ดำเนินกิจการในรูปแบบองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร นั้นมีข้อจำกัดและทำให้ประสบปัญหาความไม่มั่นคงทางการเงิน

ด้วยสภาพที่เป็นอยู่ของ The Reading Room จึงจำเป็นต้องค้นหาวิธีการจัดการรูปแบบอื่นที่จะนำไปสู่รูปแบบห้องสมุดที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ทางการเงิน ตลอดจนมีงบประมาณเพียงพอสำหรับรองรับการขยายตัวและการพัฒนาด้านต่างๆของห้องสมุดแห่งนี้

2.2 แนวคิดและรูปแบบของกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise หรือ SE)

สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส, 2554) ได้ให้คำจำกัดความของกิจการเพื่อสังคม ไว้ว่า เป็นกิจการที่มีเป้าหมายหลักเพื่อการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านกลไกการค้าหรือการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ มีการนำนวัตกรรมใหม่ๆอันหลากหลายเพื่อนำมาใช้ในการตอบสนองความท้าทายที่มีอยู่หรือกำลังจะเกิดขึ้นของสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยหวังให้เกิดการส่งผลการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน

แม้กิจการเพื่อสังคมจะใช้รูปแบบของการดำเนินการแบบธุรกิจที่สามารถสร้างผลกำไรเพื่อให้กิจการสามารถสร้างผลกระทบทางสังคมได้อย่างต่อเนื่องและไม่ต้องพึ่งพากลไกสนับสนุนจากภายนอก แต่กิจการเพื่อสังคมจะต้องมีเป้าหมายสูงสุดของการดำเนินการอยู่ที่การแก้ปัญหาสังคมหรือ

สิ่งแวดลอมไม่ใช่ผลกำไร (Profitable but non-for-profit) ดังนั้นกิจการเพื่อสังคมจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบโครงสร้างผู้ถือหุ้น โครงสร้างและความโปร่งใสของการบริหารจัดการและรูปแบบธุรกิจ เพื่อสร้างหลักประกันว่าเป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดลอมของกิจการจะได้รับการแก้ไขอย่างแท้จริง และแน่ใจได้ว่าผลประโยชน์ส่วนใหญ่ของกิจการจะไม่ตกอยู่กับผู้ถือหุ้นหรือผู้บริหารเท่านั้น โดยมีคุณลักษณะสำคัญดังนี้

1. มีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดลอมที่ชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น โดยไม่ใช้การแสวงหาผลกำไรสูงสุด
2. มีรูปแบบการดำเนินการที่มีความยั่งยืนทางการเงิน คือ ดำเนินการในรูปแบบธุรกิจ มีรายได้จากการขาย การผลิตสินค้า หรือการให้บริการคิดเป็นสัดส่วนสำคัญ ซึ่งควรที่จะมากกว่าส่วนที่ได้รับการบริจาค ระดมทุน หรือการรับทุนสนับสนุน เพื่อสะท้อนถึงโอกาสในการเกิดความยั่งยืนทางการเงินของกิจการ
3. เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดลอม โดยมีกระบวนการผลิตและการดำเนินกิจการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพ สังคม และสิ่งแวดลอมในระยะยาว
4. ผลกำไรกลับคืนสู่สังคมและเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยผลกำไรส่วนใหญ่จากการดำเนินงานถูกนำไปขยายผลเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ หรือคืนผลประโยชน์ให้แก่สังคมและชุมชน โดยควรมีสัดส่วนที่มากกว่าส่วนที่นำมาปันผลให้กับผู้ถือหุ้น ยกเว้นกรณีที่ผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายของวัตถุประสงค์ของกิจการ
5. ดำเนินการอย่างโปร่งใส มีการจัดทำข้อมูลการดำเนินการอย่างเป็นระบบและเปิดเผยต่อสาธารณะ

กิจการเพื่อสังคมจึงเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการสร้างผลตอบแทนให้แก่สังคมและชุมชน (Social) เป็นหลักรวมทั้งการรักษาสิ่งแวดลอม (Environment) และการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรอย่างเป็นธรรม (Economic) หรือที่เรียกว่า “Triple Bottom Line” โดยสามแกนหลักนี้เป็นแนวทางพื้นฐานสำคัญในการเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม โดยสามารถจำแนกประเภทของกิจการเพื่อสังคมตามลักษณะของการประกอบธุรกิจได้ 3 ประเภท คือ ธุรกิจที่เน้นด้านสินค้า ธุรกิจที่เน้นด้านบริการ และธุรกิจผสม (ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม, 2552)

ทางสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมได้แบ่งกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยเป็น 6 กลุ่มหลักๆตามกลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่ก่อตั้ง เพื่อประโยชน์ในการวางยุทธศาสตร์นโยบายและกลยุทธ์ในการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย ในรายงานแผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม ๖๖๖๖ (คณะกรรมการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม, 2553, หน้า 4)

1. กิจการเพื่อสังคมที่ตั้งขึ้นโดยเครือข่ายและองค์กรชุมชน (Community-based Social Enterprise) ได้แก่ วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ ธนาคารชุมชน เป็นต้น โดยมีหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาสังคม สุขภาวะ และ/หรือสิ่งแวดล้อมในชุมชน ซึ่งกิจการเหล่านี้ก่อให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนนั้นๆ โดยมีรายได้มาจากสองแหล่งหลักคือ (1) เงินอุดหนุนจากรัฐบาลกลาง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนนโยบายต่างๆในระดับชุมชน เช่น งบประมาณกองทุนหมู่บ้าน OTOP และวิสาหกิจชุมชน และ (2) จากการรวมเงินทุนของชาวบ้านในชุมชนนั้นๆเพื่อก่อตั้งเป็นกิจการร่วมกัน ทั้งการรวมตัวที่ถูกต้องตามกฎหมายในรูปแบบของสหกรณ์ ไปจนถึงการรวมตัวอย่างไม่เป็นทางการในลักษณะของกลุ่มออมทรัพย์ต่างๆ

2. กิจการเพื่อสังคมที่ตั้งขึ้นโดยองค์กรสาธารณประโยชน์ (Non-governmental Organization) เป็นการจัดตั้งหน่วยธุรกิจแยก หรือการพัฒนาสายงานธุรกิจขึ้นภายในองค์กร ที่สร้างรายได้มาเป็นเงินทุนในการดำเนินงานขององค์กร เพื่อลดการพึ่งพาเงินทุนจากเงินบริจาค และเงินให้เปล่าจากองค์กรภายนอก โดยอาจริเริ่มกิจการด้วยเงินทุนจากการบริจาค และเงินให้เปล่า ซึ่งเป็นเงินทุนหลัก และนำมาพัฒนาเป็นกิจกรรม และ/หรือกิจการที่สร้างรายได้ให้กับองค์กร ตัวอย่างเช่น โครงการพัฒนาออยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง เป็นต้น

3. กิจการเพื่อสังคมที่ตั้งขึ้นโดยหน่วยราชการ และรัฐวิสาหกิจ เป็นเครื่องมือสำหรับนโยบายการกระจายอำนาจ และการให้บริการสาธารณะไปสู่ท้องถิ่น จากหน่วยงานของรัฐบาลไปสู่กิจการเพื่อสังคม โดยริเริ่มด้วยเงินทุนสนับสนุนเริ่มต้นกิจการ เพื่อพัฒนาศักยภาพและความสามารถของหน่วยราชการ และรัฐวิสาหกิจในการให้บริการระดับชุมชนมากขึ้น ตัวอย่างเช่น มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เป็นต้น

4. กิจการเพื่อสังคมที่ตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการใหม่ เป็นรูปแบบที่กำลังได้รับความสนใจและเป็นกระแสสำหรับการสร้างผู้ประกอบการใหม่เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจไทยและทั่วโลกในปัจจุบัน โดยเป็นกลุ่มคนที่สนใจจัดตั้งธุรกิจที่นอกจากจะสร้างผลกำไรแล้ว ยังมีส่วนช่วยการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม สุขภาวะ และ/หรือสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น กิจการ OpenDream และ นิตยสาร BE เป็นต้น

5. กิจการเพื่อสังคมที่ตั้งขึ้นโดยธุรกิจเอกชน เป็นธุรกิจที่ตั้งขึ้นโดยภาคเอกชน ซึ่งบางส่วนเป็นการต่อยอดมาจากกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ขององค์กร ที่ถูกพัฒนาให้เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่มีความต่อเนื่องและยั่งยืน โดยในหลายกรณี กิจการเพื่อสังคมในกลุ่มธุรกิจเอกชนได้ถูกตั้งขึ้นเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของภาคธุรกิจโดยตรง เช่น ธุรกิจกำจัดกากของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม หรือการตั้งสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรสำหรับทำงานในกิจการ ตัวอย่างเช่น บริษัท สังคมสุขภาพ จำกัด (ร้านเลมอนฟาร์ม) เป็นต้น

6. กิจกรรมเพื่อสังคมประเภทอื่นๆ เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มทั่วไปได้ ทั้งกิจกรรมเพื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นโดยสถาบันทางศาสนา วัด สถาบันการศึกษาต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษาระดับท้องถิ่น องค์กรพัฒนาชุมชนท้องถิ่น องค์กรศาสนาท้องถิ่นที่เป็นศูนย์รวมและเชื่อมโยงคนในท้องถิ่น โดยมีความสามารถส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานต่างๆ ช่วยแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือการให้บริการเสริมหรือทดแทนบริการของหน่วยงานรัฐโดยตรง โดยส่วนมากกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบนี้สามารถดำเนินกิจการได้จากการสนับสนุนจากองค์กรต่างๆ ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนขนาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ หรือวัด ตัวอย่างเช่น Thai Tribal Crafts Fair Trade (TTC)

จากข้อมูลและการวิเคราะห์รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับ The Reading Room จะอยู่ในรูปแบบ "กิจกรรมเพื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการใหม่" โดยเป็นรูปแบบที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการเอกชน โดยสนใจจัดตั้งธุรกิจที่นอกจากจะสร้างผลกำไรแล้ว ยังมีส่วนช่วยการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม สุขภาวะ และ/หรือสิ่งแวดล้อม ซึ่งในที่นี้คือการแก้ปัญหาการอ่านปัญหาความคิดและความเชื่อของคนทั่วไป และการขาดพื้นที่กิจกรรมเชิงศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อให้คนฉลาดขึ้นโดยการให้ความรู้ผ่านขอบเขตของศิลปะและวัฒนธรรมที่มีหนังสือและกิจกรรมเป็นตัวขับเคลื่อน

2.3 แนวคิดอุทยานการเรียนรู้ ห้องสมุดมีชีวิต (Living Library)

แนวความคิดการจัดตั้งอุทยานการเรียนรู้เกิดขึ้นเพื่อตอบโจทย์และแก้ไขปัญหาสำคัญของสังคมไทยใน สภาวะการณ์ที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเน้นการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับ “คน” อันเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาประเทศ รวมถึงการปฏิรูปการศึกษาและวิสัยทัศน์การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยยึดหลักการจัดการศึกษาตลอดชีวิตและการพัฒนาสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ (วัฒนชัย วินิจจะกุล, 2554) โดยอุทยานการเรียนรู้มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการปลูกฝังและส่งเสริมนิสัยรัก การอ่าน การเรียนรู้ด้วยตนเอง และการพัฒนาทักษะการแสวงหาความรู้ การเรียนรู้ การแสดงออก การใช้ ประสบการณ์ การพักผ่อนหย่อนใจ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชีวิตในสังคมอย่างเต็มที่และมีคุณค่า มีรูปแบบการบริหารจัดการและการดำเนินงาน แนวใหม่ที่ให้ออกชนหรือภาคีเข้ามามีส่วนร่วม

ห้องสมุดมีชีวิต เป็นรูปแบบห้องสมุดที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรสารสนเทศให้ทันสมัยครบถ้วน สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ และสร้างนิสัยรักการอ่านที่ยั่งยืนสำหรับทุกเพศทุกวัย ด้วยบรรยากาศที่มีชีวิตชีวา มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการเรียนรู้ สามารถเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว มีบริการและกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (กฤตยา ชูสกุล, 2555)

โดยทางสำนักงานอุทยานการเรียนรู้ (สอร.) ภายใต้สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้

(สปร.) ได้สร้าง "อุทยานการเรียนรู้ TK Park" เพื่อเป็นต้นแบบของห้องสมุดมีชีวิต มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน คือ ด้านกายภาพ ด้านสาระ กิจกรรมและการบริการ และด้านการบริหารจัดการ ดังนี้

1. ด้านกายภาพ จากสภาพปัญหาห้องสมุดที่ให้บริการประชาชนส่วนใหญ่ ยังมีภาพลักษณ์แบบเดิม มีความเป็นแบบแผน เป็นทางการ บรรยากาศที่เต็มไปด้วยกฎระเบียบ เจ็บสจัด เป็นเสมือนสถานที่เก็บหนังสือเป็นหลัก บางแห่งตั้งอยู่ไกลจากชุมชน ไม่จูงใจประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย ให้เข้ามาใช้บริการ จึงทำให้ปัจจัยด้านกายภาพของห้องสมุดมีชีวิตได้รับความสำคัญเป็นอันดับต้น เนื่องจากกายภาพเป็นจุดแรกที่ดึงดูดสายตาของผู้คนไปมาและเป็นสื่อประชาสัมพันธ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

การเปลี่ยนแปลงกายภาพห้องสมุดเริ่มต้นจากการวางกรอบแนวคิดการออกแบบที่ เน้นความทันสมัย ความเป็นกันเอง ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย คือเด็กและเยาวชน เพื่อให้เกิดทัศนคติการใช้ห้องสมุดว่าเป็นวิถีชีวิตที่ทันสมัยและมีความจำเป็นห้องสมุดมีชีวิตจึงมีความแตกต่างจากห้องสมุดแบบเดิมที่คุ้นตา องค์กรออกแบบด้านกายภาพประกอบด้วย สถานที่ตั้ง และการออกแบบ

1.1 สถานที่ตั้ง คำนึงถึงความสะดวก ของผู้ใช้ให้สามารถ เข้าถึงได้ง่าย ตั้งอยู่ในใจกลาง เมือง หรืออยู่ในศูนย์กลางของชุมชน หรือหากเป็นชั้นของอาคาร ควรอยู่ชั้นล่างหรือชั้นของอาคารที่ไม่สูงเกินไป สะดวกในการเข้าถึงและใช้บริการ สภาพแวดล้อมร่มรื่น ทันสมัย สวยงาม

1.2 การออกแบบ ครอบคลุมทั้งการออกแบบภายนอกและภายในห้องสมุด

- การจัดแบ่งเขตพื้นที่ (Zoning) ของห้องสมุด เป็นพื้นที่เพื่อการอ่าน และการบริการสื่อการเรียนรู้ และพื้นที่อเนกประสงค์เพื่อการถ่ายทอดความรู้ และจัดกิจกรรมส่งเสริม การเรียนรู้ และการแสดงออก โดยคำนึงถึงความเหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่ม ผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มซึ่งมีความแตกต่างกันทั้ง วัยอาชีพความสนใจและให้เหมาะสมกับ ลักษณะและ รูปแบบของกิจกรรม อย่างไรก็ตามการจัดสรรพื้นที่จะต้องสามารถปรับเปลี่ยนยืดหยุ่นโยกย้ายได้ง่าย รวมทั้งคำนึงถึงความปลอดภัย การให้แสงสว่างรอบพื้นที่ การประหยัดพลังงาน การอำนวยความสะดวก แก่ผู้ใช้บริการทั่วไปและผู้พิการ รวมถึงการจัดพื้นที่รองรับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการและการให้บริการ มีระบบที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการสืบค้นข้อมูลได้อย่าง สะดวก และให้ใช้สามารถทำงานโดยใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กได้

- การออกแบบให้พื้นที่เปิดไม่มีขอบเขต มองทะลุเห็นได้ทั่วถึงกัน พร้อมกับ ใช้ แสง สี เสียง สัญลักษณ์ ภาพเส้นลายกราฟิกที่สื่อสารความหมาย ถึงความทันสมัยมีชีวิตชีวา แสดงอัตลักษณ์ของห้องสมุด สร้างบรรยากาศที่กระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ภายใต้ความรู้สึกรอบอุ้น เป็นกันเอง ผ่อนคลายจากกฎระเบียบที่เคร่งครัดเข้มงวดจนเกินไป

2. ด้านสาระ กิจกรรม และการบริการ

2.1 ด้านสาระ สาระของห้องสมุดมีชีวิต คือ สื่อการเรียนรู้รูปแบบต่างๆ ทั้งหนังสือ และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการรวบรวมองค์ความรู้ ที่ตอบสนองความสนใจและความต้องการของ

ผู้ให้บริการ จัดหมวดหมู่สื่อการเรียนรู้อย่างเป็นระบบและจัดทำเครื่องมือสืบค้นพร้อมคำแนะนำเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ในการเข้าถึงเนื้อหาสาระของสื่อการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว

2.2 *ด้านกิจกรรม* การสร้างสรรค์กิจกรรมของห้องสมุดมีชีวิตรูปแบบอุทยานการเรียนรู้ เป็นส่วนสำคัญในการสร้างควมมีชีวิตชีวาของห้องสมุด กิจกรรมเปรียบเสมือนการส่งเสริมการขาย โดยมีหนังสือเป็นสินค้าหลัก แนวทางการจัดกิจกรรมห้องสมุดมีชีวิตมีดังนี้

- การวางแผนและออกแบบเนื้อหากิจกรรม เน้นการมีส่วนร่วม และการใช้ เครือข่ายความร่วมมือ กำหนดหลักการและวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต ความสนใจ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และวาระโอกาสที่เหมาะสม

- การจัดกิจกรรมครอบคลุมกิจกรรมหลักสู่ด้านได้แก่ *กิจกรรมส่งเสริมการอ่านการเรียนรู้* มีวัตถุประสงค์เพื่อปลูกฝังและสร้างเสริมนิสัยรักการอ่าน และการเรียนรู้ ให้เด็กมีความคุ้นเคยกับหนังสือและห้องสมุด *กิจกรรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม* มุ่งให้เกิดการเรียนรู้และความเข้าใจในศิลปวัฒนธรรมทั้งของไทยและของต่างประเทศ *กิจกรรมส่งเสริมทักษะชีวิต* เพื่อให้เด็กกล้าคิดกล้าทำ กล้าแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ พบความถนัด ความสนใจเฉพาะและสิ่งที่ต้องการ ซึ่งนำไปสู่การต่อยอดความรู้ในเชิงลึก การแสดงผลงานจากความคิดสร้างสรรค์ของตนเองและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ *กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเสริมทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ* เพื่อให้สามารถใช้เทคโนโลยีแสวงหาความรู้ ความเพลิดเพลินเพื่อพัฒนาตนเอง

- การจัดกิจกรรมเชิงรุกในรูปแบบที่หลากหลายและอย่างต่อเนื่อง โดยการบูรณาการความรู้และการเรียนรู้ข้ามสาขาสร้างเสริมและพัฒนาทักษะการอ่าน การคิด การเขียน การพูด การฟัง และการนำเสนอ ใช้กิจกรรม เป็นเครื่องมือกระตุ้นความสนใจ ไปสู่การอ่าน สร้างทัศนคติที่ดีต่อการอ่าน ปลูกฝังความรับผิดชอบต่อสังคมและการมีจิตสาธารณะ

2.3 *ด้านการบริการ* จัดบริการที่หลากหลายรวดเร็วบริการเชิงรุกถึงกลุ่มเป้าหมายการ เปิดบริการวันหยุด นอกเวลาทำการ ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมหรือวิถีชีวิตของชุมชน

3. ด้านการบริหารจัดการ

3.1 *การจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติงาน* ที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์นโยบายของต้นสังกัด นโยบายของรัฐ และแผนพัฒนา ประเทศโดยมีการศึกษาและสำรวจพฤติกรรม ความสนใจ ความต้องการ ความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้บริการ เป็นข้อมูลพื้นฐานในการ วางแผน การกำหนดนโยบายและการดำเนินงาน

3.2 *การมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่าย* กับภาคส่วนต่างๆ ทั้งเครือข่ายบุคคลและองค์กร ทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้อง เปิดโอกาสให้กลุ่มต่างๆที่สนใจ โดยเฉพาะเยาวชน ร่วมเสนอแนวคิด เสนอผลงาน และร่วมกันพัฒนา ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

3.3 *การใช้ศักยภาพจากแหล่งความรู้และความเชี่ยวชาญจากหน่วยงานภายนอก หรือที่*

ปรึกษา ดำเนินการตามความเหมาะสมและตามความพร้อม เพื่อแก้ปัญหาเรื่องความจำกัดต่างๆ เช่น บุคลากรที่เชี่ยวชาญหรือชำนาญการ หรืองานที่ผู้อื่นทำแทนได้อย่างคุ้มค่ามากกว่า

3.4 *การสื่อสารและประชาสัมพันธ์* ทั้งภายในและภายนอก การใช้ช่องทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์หลากหลาย การใช้สื่อ สัญลักษณ์ สำนวนภาษาที่ “โดนใจ” สร้างเจตคติและความรู้สึกเชิงบวกต่อทุกฝ่าย การประยุกต์ใช้หลักการตลาด และการใช้เทคโนโลยี เช่น เว็บไซต์ เว็บบอร์ด เครือข่ายสังคม เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) มาเป็นเครื่องมือ เพื่อทำงานเชิงรุกถึงกลุ่มเป้าหมาย ช่วยสื่อสารผลงานและกิจกรรมของห้องสมุดไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องและชัดเจน

3.5 *ผู้บริหารมีภาวะผู้นำ* เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีศักยภาพมีความสามารถในการประสานงาน ร่วมคิด ร่วมทำกับกลไกทุกฝ่ายภายในองค์กรและกับเครือข่ายหรือองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้อง มีความสามารถในการตัดสินใจ มีวิสัยทัศน์ทางการศึกษาและการจัดกระบวนการเรียนรู้ มีความทันสมัย เท้าทันโลกเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

3.6 *บุคลากร* มีความพร้อมทั้งสมรรถนะทางวิชาชีพ สมรรถนะส่วนตัว และจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานให้มีการพัฒนาตนเองและพัฒนาทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

- สมรรถนะทางวิชาชีพ คือมีความรู้ความเข้าใจแนวคิดหลักการแนวปฏิบัติ เกี่ยวกับห้องสมุดมีชีวิต และสามารถประยุกต์ความรู้ในงานห้องสมุดมีชีวิตบนพื้นฐานของ หลักวิชาการ มีความสามารถในการจัดกิจกรรม การบริหารโครงการ การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยี การประสานงาน และ การทำงานเป็นทีม

- มีสมรรถนะส่วนตัว คือ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ บุคลิกภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ เจตคติที่ดีคิดเชิงบวกคิดสร้างสรรค์ คิดริเริ่ม คิดนอกกรอบมีความตั้งใจมุ่งมั่นอุทิศตนทำงานเชิงรุกมีจิตบริการและจิตสาธารณะ

3.7 *รูปแบบการทำงาน* เน้นการทำงานร่วมกัน แบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีความ เข้าใจ รับฟังและเคารพความคิดเห็นซึ่งกันและกัน รับผิดชอบร่วมกัน

3.8 *การประเมินและติดตามผลการดำเนินงาน* มีการประเมินผลจากผู้ใช่ /ผู้เข้าร่วม กิจกรรม เช่น สถิติผู้ใช้บริการ/สมาชิก/ผู้เข้าร่วมกิจกรรมและเครือข่ายความพึงพอใจของผู้ใช้ /สมาชิก/ผู้เข้าร่วมกิจกรรมและเครือข่าย ตลอดจนนำผลและข้อเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุงพัฒนางาน

2.4 ทฤษฎีสุนทรียสาร (Appreciative Inquiry หรือ AI)

Appreciative Inquiry (Cooperrider, Whitney & Stavros, 2003) เป็นกระบวนการศึกษาค้นหาร่วมกัน เพื่อค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดในตัวคน ในองค์กร หรือของโลกที่อยู่รอบตัว โดยใช้ศิลปะของการถามคำถาม ที่นำไปสู่การส่งเสริม ให้ระบบมีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาไปสู่ศักยภาพสูงสุด ขับเคลื่อนให้เกิดการถามคำถามในเชิงบวกแบบไม่มีเงื่อนไขใดๆ ซึ่งมักเกิดขึ้นกับคนตั้งแต่ไม่กี่คนจน

ถึงเป็นล้านคน ซึ่งในกระบวนการทำ AI จะเปิดโอกาสให้กับการจินตนาการและนวัตกรรม แทนที่จะเป็นความคิดด้านลบหรือการวิพากษ์วิจารณ์ AI อยู่บนสมมติฐานที่ว่าในทุกระบบล้วนแล้วแต่มีเรื่องราว ด้านบวกที่สร้างแรงบันดาลใจที่ยังไม่มีใครนำมาขยายผลและมีมากพอ เราสามารถ เชื่อมโยง การค้นพบด้านบวกนี้เข้ากับเรื่องใดก็ได้ โดยประกอบด้วยหลักการ 5 ประการ ได้แก่

(1) The Constructionist Principle เป็นหลักการพื้นฐานที่อยู่เบื้องหลังแนวคิด Appreciative Inquiry ทั้งหมด หลักการคือ เรากำหนดชะตากรรมเราเองได้ เราสร้าง และร่วมสร้างหนทางใหม่ให้ตนเองได้

(2) The Poetic Principle อดีต ปัจจุบัน อนาคตของเราเปิดกว้างต่อการตีความ และความ เป็นไปได้ที่ไม่มีขีดจำกัดอะไรทั้งสิ้น เราสามารถพบสิ่งดีๆในตัวบุคคล ในตัวองค์กรใดๆก็ตาม ในใครก็ตาม สิ่งที่เราเลือกที่จะสนใจจะสร้างสิ่งที่เป็นจริงขึ้นมา ถ้าเราให้ความสนใจอะไรเป็นพิเศษมันจะเติบโตเป็นประสบการณ์จริงๆของเรามากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ

(3) The Simultaneity Principle การเปลี่ยนแปลงใดๆเริ่มต้นเมื่อเราถาม กระตุ้นให้เกิดความคิด นวัตกรรม ความรู้ใหม่ ทฤษฎีใหม่ และการประดิษฐ์ คิดค้นใหม่ๆ

(4) The Anticipatory Principle ภาพในอนาคตที่เราสร้างขึ้นในใจ จะเป็นสิ่งนำทางเราในการแก้ปัญหาของเราในปัจจุบัน และสร้างสรรค์อนาคตแก่เรา ภาพมีความหมายมากกว่าคำพูด ยิ่งภาพท้าทาย และชัดเพียงใด เราก็มั่นใจว่าจะเติบโตไปเส้นทางนั้นมากยิ่งขึ้น

(5) The Positive Principle การที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืนได้นั้น มีเงื่อนไขว่าต้องอยู่บนพื้นฐานของการคิดบวก อารมณ์ดี มีความสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้สึกว่าจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเร่งด่วน ขณะเดียวกันก็มีความสุขสนุกสนานอยู่ในตัว การมีอารมณ์ที่ดีมีส่วนสำคัญต่อการทำงานและการเติบโต กล่าวคือหากเรามีความสุข เราจะสามารถแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

ตารางที่ 2.1: แสดงการเปรียบเทียบระหว่างกระบวนการแก้ปัญหา และ Appreciative Inquiry

การแก้ไขปัญหา (Problem Solving)	Appreciative Inquiry (AI)
ความรู้สึกว่าจำเป็น	การยอมรับ ชื่นชม และการให้คุณค่า
การระบุตัวปัญหา (ช่องว่างระหว่างสิ่งที่เป็นอย่างอยู่และสิ่งที่อยากให้เป็น)	การสร้างภาพฝัน (อะไรที่อาจจะเป็น) “what might be”
วิเคราะห์การแก้ปัญหาที่เป็นไปได้	การสนทนา (อะไรที่ควรเป็น) “what should be”
แผนปฏิบัติการ	การสร้างนวัตกรรม (อะไรที่จะเป็น) “what will be”
สมมติฐานเบื้องต้น: องค์กรคือปัญหาที่ต้องแก้	สมมติฐานเบื้องต้น: องค์กรคือความลึกกลับที่ ต้องสำรวจ ตรวจสอบ และให้คุณค่า

ที่มา: Cooperrider, D. L., & Whitney, D. (2001). A positive revolution in change: appreciative inquiry. *Public administration and public policy*, 87, 611-630.

วงจรสุนทรียสาธก (The 4-D Cycle)

วงจร AI จะเริ่มจากการค้นหา (Discovery) ประสบการณ์ที่ดีที่สุด (Peak Experience) จากนั้นเอาประสบการณ์ที่ได้มาสานต่อเป็นความฝันหรือวิสัยทัศน์ (Dream) วางแผนทำให้วิสัยทัศน์เป็นจริง (Design) และเริ่มต้นลงมือกระทำ (Destiny) ซึ่งกระบวนการที่ก่อให้เกิดพลังของสุนทรียสาธก คือ วงจร 4-D (Discovery, Dream, Design, Destiny) โดยมุ่งไปที่ความสนใจขององค์กรในเรื่องศักยภาพด้านบวกที่ดีที่สุด สิ่งที่เป็นแก่นทางด้านบวก (Positive core) และปลดปล่อยพลังของแก่นทางบวกนั้นออกมาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและเสริมสร้าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) **Discovery** คือ การค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดของประสบการณ์นั้นคืออะไร ในทางธุรกิจอาจประยุกต์ในการหาโอกาส จุดแข็ง ศักยภาพ พรสวรรค์ อุปสงค์ที่ซ่อนเร้น (Latent Demand)

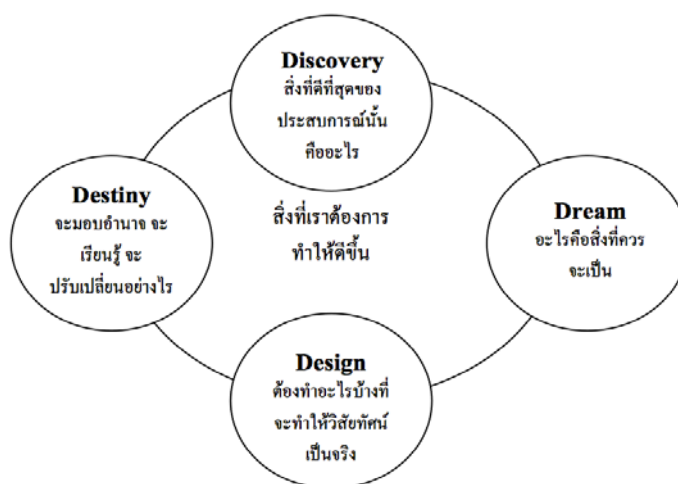
(2) **Dream** คือ การตั้งคำถามถึง ความฝันขององค์กรหรือชุมชนในอนาคต เป็นการจินตนาการถึงภาพฝันในอนาคตและถูกนำเสนอใหม่อย่างท้าทายความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ เรียกว่า วิสัยทัศน์ (Vision)

(3) **Design** คือ การออกแบบโครงสร้าง กระบวนการใหม่ การพัฒนาข้อเสนอในการจัดการองค์กรหรือชุมชน เพื่อให้ความฝันนั้นเกิดเป็นจริงได้ทั้งในเป้าหมายระยะสั้น และระยะยาว

(4) **Destiny** คือ ขั้นที่ต้องลงมือทำตามข้อเสนอ มีการตั้งกฎเกณฑ์ พัฒนายุทธศาสตร์

เชื่อมโยง ระดมทรัพยากรเพื่อทำให้ความฝันนั้นเกิดเป็นจริงขึ้น อย่างยั่งยืน

ภาพที่ 2.4: แสดงวงจรของ Appreciative Inquiry “4-D Cycle”



ที่มา: Cooperrider, D. L., & Whitney, D. (2001). A positive revolution in change: appreciativeInquiry. *Public administration and public policy*, 87, 611-630.

ปัจจุบันมีการทำ Appreciative Inquiry ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้ (Whitney & Troston, 2003)

(1) **Whole-system 4-D Dialogue** สมาชิกในองค์กร และผู้มีส่วนได้เสียบางรายเข้า ร่วมกระบวนการ 4-D ซึ่งจะเกิดขึ้นในหลายๆ สถานที่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

(2) **Appreciative Inquiry Summit** คนจำนวนมากเข้าร่วมในกระบวนการ 4-D พร้อมๆ กัน ใช้เวลา 2-4 วัน

(3) **Mass-mobilized Inquiry** มีการสัมภาษณ์คนจำนวนมาก (พันคนถึงล้านคน) ใน หัวข้อเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ทั่วเมือง ทั่วชุมชน หรือทั่วโลก

(4) **Positive Change Consortium** องค์กรหลายองค์กรร่วมมือกันในกระบวนการ 4-D เพื่อสำรวจและพัฒนาเรื่องที่เป็นความสนใจร่วมกัน

(5) **Core group inquiry** กลุ่มคนจำนวนน้อยเลือกหัวข้อที่สนใจ ออกแบบสอบถาม และ สัมภาษณ์

(6) **Positive change network** สมาชิกในองค์กรได้รับการฝึกอบรมเรื่อง AI พร้อมได้รับการ สนับสนุนเรื่องทรัพยากรในการพัฒนาโครงการ และแบ่งปันเอกสารเรื่องราว และ แนวทางปฏิบัติที่ดี

ที่สุดแก่กัน

(7) **AI Learning Teams** คนจำนวนไม่มาก ที่มีหัวข้อที่สนใจอยู่แล้ว เช่น ทีมประเมิน ทีมพัฒนากระบวนการ ทีมศึกษาความต้องการผู้บริโภค ทีมพัฒนาระบบงาน หรือกลุ่มนักศึกษาที่ ศึกษาและดำเนินโครงการตาม 4-D

(8) **Progressive AI Meeting** องค์กร หรือทีมงาน ดำเนินการประชุมตาม 4-D โดยใช้ระยะเวลาการประชุม 10-12 ครั้ง แต่แต่ละครั้งใช้เวลา 2-4 ชั่วโมง

ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎี AI มาใช้โดยดำเนินการในรูปแบบ Core Group Inquiry คือผู้ศึกษาได้นำมาใช้กับห้องสมุด The Reading Room เป็นกรณีศึกษา ผ่านการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ พนักงาน คู่ค้าหรือพันธมิตร ผู้ประกอบการในลักษณะเดียวกัน และผู้ใช้บริการ ของห้องสมุด The Reading Room และอาศัยการสังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ผู้ศึกษาค้นพบเองด้วย

วิธีการคิดและตั้งคำถามด้วยทฤษฎีสุนทรียสาธก(สุนทรียปรศณี)

จากเอกสารเพื่อการศึกษา "กุญแจแห่งความรู้สุนทรียปรศณี ไขสู่การพัฒนาพร้อมสมัย" (อุทัยวรรณ กาญจนกมล, 2552, หน้า 14-15) ได้กล่าวว่า ให้เริ่มจากการมองโลกในแง่ดีเสมอ คำถามจึงวนเวียนอยู่ในแง่บวก อาทิ ความมีชีวิตชีวา มีความหมาย มีคุณค่า ความสุข ความสำเร็จ ความหวัง พลังของเรา องค์กรของเราและชุมชนของเรา โดยการตั้งคำถามแบบ AI สามารถตั้งสิ่งที่เป็นด้านบวกจาก

- สิ่งที่ดีที่สุดของการปฏิบัติในช่วงอดีตที่ผ่านมา
- การมองไปในอนาคตข้างหน้าอย่างงดงามสดใส กระจ่างชัด
- การชื่นชมในคุณค่าของสิ่งที่ประสพพร้อมกันมา
- การออกแบบทางเลือกใหม่ที่ตนเองเป็นผู้ปฏิบัติ
- การดำเนินกิจกรรมอย่างขันอาสา และรู้คุณค่าของสิ่งที่มี
- การจินตนาการ มองเห็นตนเองเป็น ผู้ปฏิบัติการ ผู้ให้ ผู้เปลี่ยนแปลง แทนที่จะเป็นผู้รับ

กรรม ผู้ถูกปฏิบัติ ผู้รับหรือผู้รับรอง

ดังนั้นผู้ที่ตั้งคำถามแบบสุนทรียปรศณี จะต้องรำลึกไว้เสมอ คือ

(1) ถามสิ่งที่ดีที่สุด ในแต่ละเรื่อง เช่น

- ผลลัพธ์ที่เคยเกิดขึ้น ในเรื่องของปริมาณ คุณภาพ อะไร อย่างไร เท่าใด
- วิธีการที่ทำให้เกิด ในรูปแบบใด กลวิธีใด กุศโลบายใด หรือยุทธศาสตร์ใด
- ปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้เกิด อาทิ ผู้ร่วมกันทำคือใคร ในช่วงเวลาใด ที่สิ่งที่มีคุณค่าใดที่ได้ถูก

นำมาใช้ให้เกิดผลลัพธ์เช่นนั้น

(2) ใช้คำถามในเชิงบวก ที่มาจากคติฐานในทางบวกเช่นเดียวกัน เช่น เพื่อนร่วมงานของเราเป็นอย่างไรบ้าง ที่ทำให้ท่านตั้งใจที่ได้ทำงานชิ้นนี้

(3) ใช้ประเด็นที่ทำให้เกิดความตื่นตัว ทำทนาย เช่น "ผู้นำ" นั้นอาจเป็นใครก็ได้ที่ต้องการช่วยให้งานชิ้นนี้ประสบความสำเร็จ

(4) ใช้คำถามที่แสดงออกถึงการเชื่อเชียว การให้แสดงความรู้สึกที่ดีๆ หรือการให้เห็นโลกในแง่บวก

(5) ตั้งคำถามที่นำไปสู่การเล่าเรื่องราวประสบการณ์ที่น่าประทับใจของผู้ตอบเอง เป็นหลัก

(6) ท่าทีของการตั้งคำถามให้ออกเป็นทำนองชวนสนทนา ไม่เป็นทางการ เป็นแบบพี่น้องๆ และที่สำคัญที่สุดคือ ท่าทีของการตั้งใจฟัง ให้เกียรติ สุภาพ ชื่นชม ยกย่อง ต้องไม่แสดงท่าที ประชดแหว หรือลบหลู่

(7) ใช้คำถามปลายเปิด ซึ่งไม่ต้องการคำตอบตายตัว

(8) แสดงความชื่นชมในประสบการณ์ที่ผู้ถูกสอบถามเล่าด้วยความจริงใจ

โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดตั้งและวิธีการดังกล่าวไปใช้กับการออกแบบคำถามเชิงบวก ให้เหมาะสมกับผู้ถูกสอบถามและสถานการณ์ โดยอ้างอิง 4 หลักการของสุนทรียสาธก คือ Discovery, Dream, Design และ Destiny

2.5 ทฤษฎีการเคราะห์ SOAR Analysis

SOAR Analysis เป็นกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจที่คิดค้นขึ้นมาโดยต่อยอดมาจากสุนทรียสาธก หรือ Appreciative Inquiry (AI) โดยนำมาแทนการวิเคราะห์แบบเดิมคือ SWOT Analysis โดยในขณะที่ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์หาจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) แต่ SOAR Analysis จะวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือดังนี้

S= Strengthกระบวนการการค้นหาจุดแข็ง

จุดแข็ง (Strengths) คือเรื่องราวดีที่เกิดขึ้นในองค์กร อาจเกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไร กับใครก็ได้ อาจอยู่ในรูปแบบของความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ กระบวนการที่มีอยู่ในตัวคนใดคนหนึ่ง หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง ณ.เวลาใดเวลาหนึ่งก็ได้ อาจเป็นเรื่องดีๆ ที่แม้จะเกิดขึ้นเมื่อสิบปีที่แล้วก็สามารถนำมาเป็นจุดดีหรือจุดแข็งได้ กระบวนการการค้นหาจุดแข็งจึงเป็นกระบวนการค้นหาเรื่องดีๆ ความสำเร็จแม้เพียงเล็กน้อยจากผู้มีส่วนได้เสียทุกคนในองค์กร

เมื่อได้เรื่องเล่าดีๆ จากผู้มีส่วนได้เสียทุกคน ขั้นตอนต่อไปสามารถนำมาจุดแข็งทั้งหมดมาปรึกษาหารือร่วมกัน เพื่อค้นหาโอกาส (Opportunities) พัฒนาแรงบันดาลใจ (Aspiration) และการกำหนดเป้าหมาย (Results) ต่อไป

O=Opportunitiesกระบวนการค้นหาโอกาส

โอกาส (Opportunities) คือปัจจัยสนับสนุนให้องค์กรมีความได้เปรียบ โอกาสในการ

วิเคราะห์ SOAR Analysis มาจากสองแหล่งคือจากจุดแข็ง หรือเรื่องดี ๆ ที่ได้จากผู้มีส่วนได้เสียแต่ละคน และการตีความจากเรื่องดี ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร

A=Aspiration กระบวนการสร้างแรงบันดาลใจ

แรงบันดาลใจ (Aspiration) คือ เป้าหมายในอนาคตที่อยากจะเป็น หรือสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคตกับองค์กร แรงบันดาลใจคือพลังอำนาจในตนเองชนิดหนึ่ง ที่ใช้ในการขับเคลื่อนการคิดและการกระทำใด ๆ ที่พึงประสงค์ โดยปรกติเมื่อมีการค้นหาและระบุจุดแข็งและโอกาส ผู้มีส่วนได้เสียจะค้นพบแรงบันดาลใจที่จะอยากขยายผลจุดแข็งและโอกาสนั้นขึ้นมาเองโดยธรรมชาติ เนื่องจากเป็นจุดแข็งและโอกาสที่มีฐานจากสิ่งที่เคยเกิดขึ้นจริง ผู้มีส่วนได้เสียจะรู้สึกถึงพลังอำนาจในตนเอง เนื่องจากเป็นเรื่องที่ค้นพบเป็นเรื่องที่เป็นความสำเร็จที่เกิดขึ้นจริงมาก่อน สามารถทำซ้ำ หรือขยายผลด้วยเงื่อนไข ทรัพยากรที่มีอยู่ชัดเจนอยู่แล้ว แต่หากไม่เกิดแรงบันดาลใจขึ้นมาเอง สามารถประเมินได้ว่าจุดแข็งและโอกาสดังกล่าวอาจเกินขอบเขตอำนาจของผู้ทำ SOAR Analysis หรือไกลตัวเกินไป ต้องมีการทบทวนใหม่

R=Results ผลดีที่คาดหวังจะเกิดขึ้น

ผลลัพธ์ในเชิงบวกที่องค์กรต้องการตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ Aspirations ผู้มีส่วนได้เสียสามารถร่วมกันประเมินผลดีที่คาดหวังจะเกิดขึ้นโดยสามารถเชื่อมโยงเข้ากับ KPI หลักขององค์กรได้ หรือถ้าไม่สามารถพัฒนา KPI ขึ้นมาใหม่ได้ตั้งนี้ โดย KPI แต่ละตัวควรมีการเพิ่มอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้มีส่วนได้เสียควรตกลงกันให้ชัดเจน

ตารางที่ 2.2: การเชื่อมโยงผลการวิเคราะห์ทั้ง 4 ด้านของ SOAR

Strategic Inquiry	Strengths	Opportunities
สิ่งที่ต้องค้นหาในเชิงกลยุทธ์	ทรัพยากรหรือสิ่งที่ดีที่สุดในขณะนี้ มีอะไรบ้าง	มีโอกาที่เป็นไปได้อะไรบ้างที่จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรของเรา
Appreciative Intent	Aspirations	Results
เจตนาหรือสิ่งดี ๆ ที่อยากเห็นเพื่อองค์กร	สิ่งดี ๆ ที่เราอยากเห็น อยากให้เกิดขึ้นกับองค์กรของเราในอนาคต	ผลลัพธ์ที่เราอยากเห็นและสามารถวัดผลออกมาเป็นรูปธรรมได้

ที่มา: Stavros, J., & Hinrichs, G. (2007). SOARing to high and engaging performance: an appreciative approach to strategy. *AI Practitioner*, August, 4-9.

ข้อดีของการใช้ SOAR Analysis (อัจฉริยะ อุปการกุล, 2554)

- ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ วางแผนงาน และทำตามแผนงานนั้น ตามแนวคิดพื้นฐานด้าน AI ซึ่งจะช่วยให้ก่อให้เกิดการร่วมมือกันทำงานให้บรรลุเป้าหมายได้ดีกว่าวิธี Top-down SWOT Analysis
- เป็นการสร้างวัฒนธรรมภายในองค์กรเชิงบวก โดยมุ่งไปที่จุดแข็ง สิ่งที่ประสบความสำเร็จที่ผ่านมา ค้นหาโอกาสแห่งความสำเร็จ สร้างแรงบันดาลใจให้ไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน และสามารถกำหนดผลงานที่ตั้งไว้ในแต่ละช่วงได้
- เป็นตัวเชื่อมโยง วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) และเป้าหมาย (Goals) ที่ทุกฝ่ายได้ร่วมกันกำหนดขึ้น ให้เป็นรูปธรรมในเชิงแผนงานที่สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันในปัจจุบันมากขึ้น
- ทำให้ขวัญ กำลังใจ การมีส่วนร่วม และการทำงานเป็นทีม ของคนในองค์กรดีขึ้น เพราะสิ่งที่คุณอยากเห็นอยากได้ ถูกรวบรวมไว้ด้วยกัน โดยใช้กระบวนการ 4-D Cycles of AI

กระบวนการค้นหาและวิเคราะห์ด้วย SOAR

กระบวนการค้นหาสามารถใช้กระบวนการสอบถาม หรือสัมภาษณ์ด้วยการตั้งคำถามเชิงบวก ในแง่มุมต่างๆ โดยมีแนวทางการทำ SOAR Analysis อยู่ 11 แนวทางตั้งแต่การสร้างนวัตกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์ การเรียนรู้ในองค์กร การสร้างแรงจูงใจภายใน การสร้างแรงจูงใจภายนอก บรรยากาศการทำงานเป็นทีม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การลดต้นทุน การเพิ่มรายได้ การบริหารความเสี่ยง ภาวะผู้นำ จนนำไปสู่การทำ SOAR Analysis ที่มีความสอดคล้องกันตั้งแต่การค้นหาจุดแข็ง (Strengths) จากนั้นในจุดแข็งประเมินหาโอกาส (Opportunities) และนำข้อมูลจากโอกาสมาสร้างแรงบันดาลใจ (Aspiration) และประเมินหาผลลัพธ์ (Results) ในที่สุด (ภิญโญ รัตนพันธ์ อังใน Stavos & Hinrichs, 2009)

2.6 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม SWOT Analysis

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม SWOT analysis เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับองค์กร หรือโครงการ ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการดำเนินงานขององค์กร (Kotler & Scheff, 1997) โดยมีส่วนประกอบ 4 ประการดังนี้

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (Internal Factor Analysis Summary: IFAS)

- **จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths)** เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั่นเอง ว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร
- **จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses)** เป็นการวิเคราะห์ ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่

อยู่ภายในจากมุมมอง ของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั้น ๆ เองว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

โดยการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในในโครงการนี้จะใช้ร่วมกับแนวคิด ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix: 7P's) เพื่อทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่เป็นศักยภาพปัจจุบัน

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก(Eternal Factor Analysis Summary: EFAS)

- **โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities)** เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาค และองค์กรสามารถฉกฉวยข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้

- **อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats)** เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อในระดับมหภาค ในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้

โดยการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในในโครงการนี้จะใช้ร่วมกับทฤษฎี การวิเคราะห์สถานการณ์ในตลาด (Situation Analysis: 5C's) เพื่อทราบถึงปัจจัยภายนอกที่เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคของกิจการที่กระทบกับโครงการในปัจจุบัน

2.7 ทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ในตลาด (Situation Analysis: 5C's)

การวิเคราะห์สถานการณ์ในตลาด ซึ่งได้มาจากการทำการวิจัยสถานการณ์ในตลาด (Market Research Situation) ซึ่งสามารถจำแนกตามประเด็นการวิเคราะห์ 5 ปัจจัย ได้ดังนี้ (Kotler & Keller, 2003)

1. การวิเคราะห์องค์กร (Company) หมายถึง การวิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็งขององค์กร เพื่อทราบข้อมูลว่าองค์กรต้องผลิตอะไรที่มีความชำนาญ และต้องศึกษาปัจจัยต่างๆว่าปัจจัยใดมีความจำเป็นต่อองค์กร และบุคลากรขององค์กรจะต้องมีความรู้ความสามารถ ทักษะ ด้านไหนที่จำเป็นต่อองค์กร เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

2. การวิเคราะห์คู่แข่งขององค์กร (Competitor) หมายถึง การวิเคราะห์การแข่งขันว่าใครคือคู่แข่งของเราในการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเดียวกัน และต้องรู้จุดอ่อน จุดแข็งของคู่แข่ง เพื่อองค์กรจะได้ชนะการแข่งขัน และครอบครองส่วนแบ่งการตลาดได้มากกว่าคู่แข่งในสายการผลิตเดียวกัน

3. การวิเคราะห์ลูกค้าขององค์กร (Consumer) หมายถึง การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าว่า อะไรคือความต้องการของลูกค้าที่จะต้องสนองความพึงพอใจให้ได้ ต้องเข้าใจลักษณะ

พฤติกรรมการณ์ตัดสินใจซื้อและการทำงานของลูกค้า

4. การวิเคราะห์พันธมิตรที่เอื้อต่อองค์กร (Collaborator) หมายถึง การวิเคราะห์ความร่วมมือว่าบริษัทหรือหน่วยงานใดคือ พันธมิตรที่จะช่วยองค์กร และจะอย่างไรให้บริษัทหรือหน่วยงานนั้นๆเข้ามาสนับสนุนองค์กรของเรา ซึ่งต้องเข้าใจสมรรถนะของพันธมิตร โดยการประเมินความสามารถ เป้าหมาย ตำแหน่งในการแข่งขัน ประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานของพันธมิตร เป็นต้น

5. การวิเคราะห์บริบทแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Context) หมายถึง การวิเคราะห์บริบทแวดล้อมภายนอกเพื่อทราบถึงปัจจัยที่เป็นโอกาสและภัยคุกคาม (PESTE) ได้แก่ ด้านการเมืองและนโยบาย (Policy Factor) ด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Factor) ด้านเทคโนโลยี (Technology Factor) และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Ecology Factor)

จากทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ในตลาด ทางโครงการได้นำแนวคิด 5C's ผสมผสานการวิเคราะห์ในส่วนที่เป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ การวิเคราะห์องค์กร (Company) ร่วมกับการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (IFAS) และส่วนที่เป็นปัจจัยภายนอก ได้แก่ การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor) ลูกค้า (Consumer) พันธมิตร (Collaborator) และบริบทแวดล้อม (Context) ร่วมกับการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (EFAS) ของกิจการห้องสมุด The Reading Room เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อโครงการในปัจจุบัน

2.8 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix: 7P's)

จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P's ของ Kotler (1999) คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน ประกอบด้วยส่วนประกอบ 4 ประการคือ Product, Price, Place และ Promotion ซึ่งเน้นไปที่ธุรกิจที่เป็นการขายสินค้า แต่ในปัจจุบันได้มีการเพิ่มเติมส่วนประกอบอีก 3 ประการเพื่อให้เหมาะสมกับธุรกิจด้านการบริการ คือ People, Process และ Physical Evidence เพื่อรองรับการบริการซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งจะครบถ้วนสมบูรณ์เหมาะสมกับการนำไปใช้กับธุรกิจหรือกิจการใดๆ ในยุคปัจจุบัน โดย 7P's ประกอบไปด้วยส่วนประกอบ 7 ประการดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่าง

คุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ อุปกรณ์ที่ทันสมัย ด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

ทางโครงการได้นำแนวคิด 7P's ไปใช้ร่วมกับการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (IFAS) กิจกรรมห้องสมุด The Reading Room เพื่อทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่เป็นศักยภาพปัจจุบัน

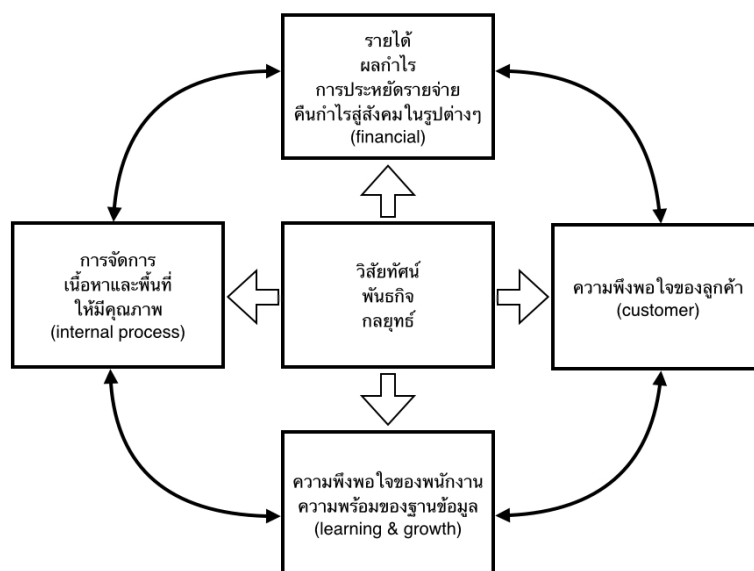
2.9 Balance Scorecard (BSC)

Balance Scorecard (Kaplan & Norton, 1996) เป็นเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นโดย Prof. Robert S. Kaplan และ Dr. David P. Norton แห่ง Harvard Business School เพื่อพัฒนาปรับปรุงระบบการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ และต่อมาได้รับการนำไปใช้ในองค์กร ทั้งที่เน้นกำไรและไม่หวังผลกำไรอย่างแพร่หลาย โดยเป็นการแปลวิสัยทัศน์ ภารกิจ และกลยุทธ์

องค์กรไปสู่จุดของดัชนีการวัดผลสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPI) ที่กำหนดกรอบสำหรับการวัดกลยุทธ์และระบบการจัดการ โดยในการวัดผลสำเร็จขององค์กรจะมี 2 มิติทั้งวัตถุประสงค์ด้านการเงิน และไม่ใช้การเงินที่สมดุลกัน ซึ่งจะพิจารณาได้ 4 มุมมอง คือ

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)
2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)
3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective)
4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

ภาพที่ 2.5: แสดงการวัดผลการดำเนินงานอย่างสมดุล 4 มุมมอง



ที่มา: Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategy management system. *Harvard Business Review*, Jan.-Feb., 75-85.

จะเห็นได้ว่าหลักการนำ Balance Scorecard มาเพิ่มประสิทธิภาพ ในการทำงานนั้นจะต้องให้ความสำคัญต่อดัชนีทั้ง 4 ด้านอย่างสมดุลกันซึ่งดัชนีแต่ละด้าน จะส่งผลถึงด้านอื่นๆ โยงกันเป็นระบบ แต่ทั้งนี้องค์กรจะต้องกำหนดภารกิจหลักให้ชัดเจน และวิเคราะห์ดัชนีทั้ง 4 ด้าน ให้สอดคล้องกับภารกิจหลักขององค์กรนั้น นอกจากนี้ ในการ นำหลักการของ Balance Scorecard มาปรับปรุงใช้ประสิทธิภาพการทำงานนั้น ผู้ปฏิบัติงานทุกฝ่ายจะต้องปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ที่วางไว้ และมีดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการทำงานที่เรียกว่า Key Performance Indicator (KPI) เพื่อให้องค์กร ดำเนินงาน

ได้บรรลุวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับภารกิจขององค์กรต่อไป (สำนักเลขาธิการรัฐมนตรี, 2545, หน้า 7-8)

ประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับจากการใช้ Balanced Scorecard (ธนสรณ์ ชุันทา, 2552)

- (1) ช่วยให้เห็นวิสัยทัศน์ขององค์กรได้ชัดเจน ได้รับการความเห็นชอบและยอมรับจากผู้บริหารทุกระดับ ทำให้ทุกหน่วยงานปฏิบัติงานได้สอดคล้องกันตามแผน
- (2) ใช้เป็นกรอบในการกำหนดแนวทางการทำงานทั่วทั้งองค์กร ช่วยให้มีการจัดแบ่งงบประมาณและทรัพยากรต่าง ๆ สำหรับแต่ละกิจกรรมได้อย่างเหมาะสม
- (3) เป็นการรวมแผนกลยุทธ์ของทุกหน่วยงานเข้ามาไว้ด้วยกัน ด้วยแผนธุรกิจขององค์กร ทำให้แผนกลยุทธ์ทั้งหมดมีความสอดคล้องกัน
- (4) สามารถวัดผลได้ทั้งลักษณะเป็นทีมและตัวบุคคล

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อโนชา รุ่งรังสิมากุล (อ้างใน Frank & Ronald, 2005) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ต้องใช้สุนทรียศาสตร์ไว้ว่า โดยปกติแล้ว เมื่อเกิดสิ่งผิดปกตินุษย์มักจะมองว่าเป็นปัญหา และใช้วิธีการมองหาข้อผิดพลาด และพยายามแก้ไขมัน ซึ่งวิธีการเพ่งไปที่ปัญหาอย่างเดียวนั้นอาจเป็นการปิดกั้นความคิดสร้างสรรค์ที่จะก่อให้เกิดพัฒนาการได้ เช่น เมื่อมองสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นปัญหา ก็จะทำให้เกิดภาวะกดดันแก่องค์กร จากการศึกษาของนักจิตวิทยาพบว่า คนที่ทำงานภายใต้แรงกดดันไม่สามารถมีความคิดสร้างสรรค์หรือทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในทางตรงกันข้าม เมื่อคนมีสภาพจิตใจในการทำงานที่ดี จะมีความสามารถในการทำงานได้ยาวนาน มีความสงสัยใคร่รู้ และมีจินตนาการที่ดีกว่า นอกจากนี้หากองค์กรมุ่งแต่การแก้ปัญหา เมื่อเกิดปัญหาขึ้น พนักงานในแต่ละฝ่ายก็จะพยายามป้องกันตนเองและโทษฝ่ายอื่น เป็นวงจรเช่นนี้ทุกครั้ง นำไปสู่ปัญหาความแตกแยกในองค์กรซึ่งเป็นปัญหาที่ใหญ่กว่าที่ต้องการแก้ไขในเบื้องต้น

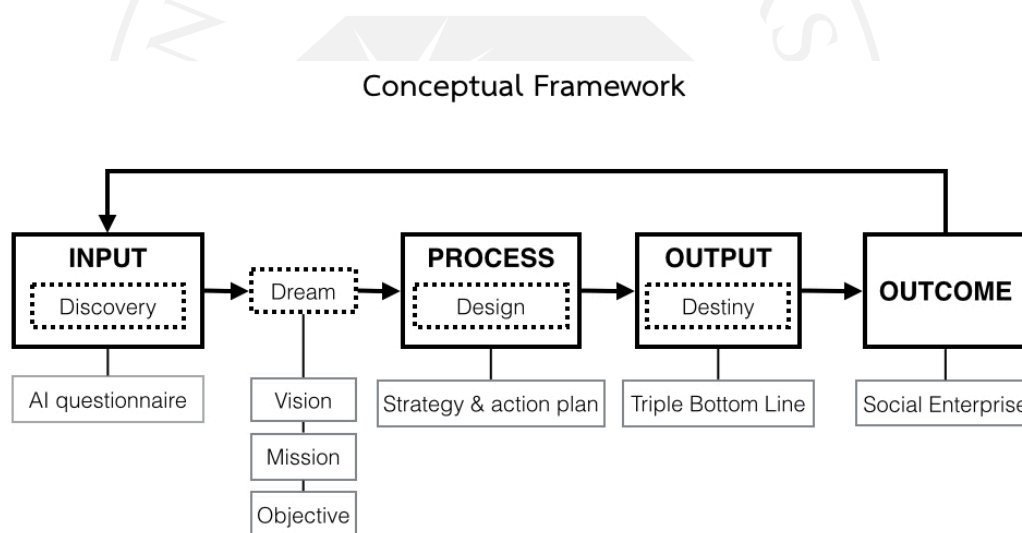
การเรียนรู้มักจะเริ่มต้นจากการตั้งคำถาม คำถามจะนำไปสู่การปรับปรุง และพัฒนาตามทิศทางนั้น หากตั้งคำถามแต่ในสิ่งที่เป็นปัญหา ในแง่ลบ ผลที่เกิดขึ้นอาจไม่ได้นำไปสู่รากเหง้าของปัญหาที่แท้จริงและไม่ได้รับการแก้ไขที่ตรงจุด เช่น บริษัทแห่งหนึ่งมีอัตราพนักงานที่อายุงาน 2 ปี ลาออกถึง 50% เมื่อมีการประชุมกันเพื่อหาสาเหตุ ก็พบสาเหตุมากมาย เช่น เงินเดือนต่ำเกินไป โบนัสไม่แน่นอน สภาพการทำงานเคร่งเครียด ผู้จัดการสนใจที่จะลงโทษมากกว่าการให้รางวัล ซึ่งการประชุมไม่ได้ช่วยยุติเกี่ยวกับรากเหง้าที่แท้จริงของปัญหา เช่น อะไรที่ทำให้บริษัทสามารถรักษาพนักงาน 85% ที่มีอยู่ได้ และเมื่อนำไปสอบถามพนักงานกลับพบว่า มีเรื่องราวดี ๆ ที่เกิดขึ้นมากมายซึ่งถูกมองข้ามหรือไม่เคยนำมาพิจารณา ดังนั้นจึงได้นำสิ่งที่เกิดขึ้นไปขยายผลต่อไปได้

สุนทรียศาสตร์ คือ การค้นหาและให้ความสำคัญกับประสบการณ์ดี ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อนำมา

สร้างสรรค์และขยายผลไปสู่สิ่งที่วาดฝันไว้ ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งของผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาองค์กรหรือต้องการให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น โดยใช้การสอบถาม สิ่งเกิดสิ่งดีที่เกิดขึ้นกับกิจการหรือองค์กรของตนเอง และที่อื่น เช่น วันที่มีผู้ใช้บริการมากมี เหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุด วันไหนที่ทำงานแล้วรู้สึกมีความสุข วันไหนที่ทำงานได้สะดวกกว่า วันอื่นๆ เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นบ้าง รวมถึงการสอบถามจากบรรดาผู้ใช้บริการที่เคยประสบกับเรื่องราวดี ๆ เมื่อครั้งที่เข้ามาใช้บริการ แล้วทำให้เกิดการตัดสินใจอยู่ที่ห้องสมุดนานขึ้น หรือกลับมาใช้บริการซ้ำ หรืออยากแนะนำคนอื่น ๆ ให้มาใช้บริการในครั้งต่อไปด้วย

2.11 สรุปขั้นตอนการศึกษา (Conceptual Framework)

ภาพที่ 2.6: แสดงขั้นตอนการศึกษาระยะ "โครงการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room"



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง "โครงการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room" ใช้แนวทางการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (In-depth Interview) โดยใช้รูปแบบกระบวนการสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry: AI) โดยเริ่มจากการตั้งคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ด้านบวกเกี่ยวกับห้องสมุด กับเจ้าของโครงการ ผู้ร่วมงาน ผู้ประกอบการใกล้เคียง และลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เพื่อนำคำตอบจากวิจัยเชิงคุณภาพไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลชุดแรกจนนำไปสู่การออกแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการของ The Reading Room เพื่อทราบถึงความต้องการของประชาชนทั่วไป ซึ่งทั้งหมดเป็นขั้นตอน Discovery เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกนำไปพิจารณาพร้อมกับจุดแข็ง (Strength) ของห้องสมุดแล้วทำให้เกิดขั้นตอน Dream ที่วาดฝัน (Vision) ต่อยอดจากโอกาส (Opportunity) จากนั้นจึงออกแบบในขั้นตอนของ Design จากแรงบันดาลใจที่ค้นพบ (Aspiration) และกำหนดมอบหมายงานให้ชัดเจนในขั้นตอน Destiny เพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติงานจริงอย่างยั่งยืน (Results) โดยในขั้นตอนนี้สามารถนำทฤษฎีอื่นๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ร่วมด้วย ได้แก่ Balanced Scorecard เพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดในแนวทางของกิจการเพื่อสังคมต่อไป

3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

3.1.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและค้นหาประสบการณ์ด้านบวกในทุกๆ มิติเกี่ยวกับห้องสมุดจากเจ้าของกิจการ พนักงาน คู่ค้าหรือพันธมิตร ผู้ประกอบการในลักษณะเดียวกัน และผู้ใช้บริการของห้องสมุด The Reading Room โดยใช้ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry: AI)

3.1.2 เพื่อศึกษาข้อมูลแผนกลยุทธ์ของห้องสมุด The Reading Room ที่จะสามารถนำไปใช้ปรับปรุงและดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืนในรูปแบบของ กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE)

3.2 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเก็บข้อมูล มีดังต่อไปนี้

3.2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

3.2.1.1 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ประกอบด้วยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (In-depth Interview) โดยใช้รูปแบบกระบวนการสุนทรียศาสตร์ โดยแบ่งประเภทบุคคลที่ให้สัมภาษณ์เป็น 3 ประเภท คือ

3.2.1.1.1 บุคคลภายในกิจการห้องสมุด The Reading Room ได้แก่ เจ้าของห้องสมุด พนักงานห้องสมุด อดีตพนักงานห้องสมุด บุคคลที่เคยร่วมงานทั้งในอดีตและปัจจุบัน และบุคคลในวงการหนังสือและการกิจกรรม โดยหัวข้อการสัมภาษณ์จะเกี่ยวกับการทำงานและประสบการณ์ด้านบวกที่เกิดขึ้นกับตนเองต่อห้องสมุดแห่งนี้

3.2.1.1.2 ผู้ใช้บริการห้องสมุด The Reading Room โดยใช้วิธีการรอสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการปกติและระหว่างร่วมงานกิจกรรม

3.2.1.1.3 บุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับห้องสมุด The Reading Room ได้แก่ เจ้าของกิจการในพื้นที่โครงการ Westlane เจ้าของกิจการห้องสมุดรายอื่นๆ และกิจการเจ้าของร้านหนังสืออิสระในพื้นที่กรุงเทพฯ โดยหัวข้อการสัมภาษณ์มุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์ที่ดีที่สุดด้วยการถามเชิงบวกต่อการใช้บริการห้องสมุดแห่งนี้และประสบการณ์ที่ดีจากห้องสมุดอื่นๆ รวมทั้งค้นหามุมมองและทัศนคติต่อการบริหารงานที่จะเป็นประโยชน์ต่อกิจการของตนเองและห้องสมุดแห่งนี้ด้วย

3.2.1.2 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

3.2.1.2.1 เอกสารปฐมภูมิ (Primary Sources) ได้แก่ เอกสารภายในองค์กร ประวัติความเป็นมา นโยบาย วัตถุประสงค์ โครงสร้างการบริหารงาน กลยุทธ์ในการบริหารงาน เป็นต้น

3.2.1.2.2 เอกสารทุติยภูมิ (Secondary Sources) ได้แก่ หนังสือ บทความ นิตยสาร วิทยานิพนธ์ อินเทอร์เน็ต รายงานการวิจัย และสื่อสิ่งพิมพ์อื่นที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เพื่อสำรวจหาความต้องการ พฤติกรรม และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการห้องสมุด โดยใช้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการห้องสมุด The Reading Room เพื่อนำมาเสริมกับข้อมูลที่ได้จากกระบวนการทำสุนทรียสาธก

3.3 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

3.3.1 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม คือ

3.3.1.1 การสัมภาษณ์บุคคลภายในกิจการห้องสมุด The Reading Room ได้แก่ เจ้าของกิจการ พนักงานปัจจุบันและอดีตของห้องสมุด บุคคลที่ร่วมงานทั้งในปัจจุบันและอดีต และบุคคลในวงการหนังสือและการกิจกรรมซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับห้องสมุดแห่งนี้ จำนวน 10 คน ได้แก่

1. นรวัลลภ ปฐมวัฒน์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มิถุนายน 2557) เจ้าของกิจการห้องสมุดศิลปะร่วมสมัย The Reading Room

2. น้ำส้ม สุภานันท์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 มิถุนายน 2557) พนักงาน Art & Graphic Designer อีสระของ The Reading Room
 3. พิเชฐ ยิ่งเกียรติคุณ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 มิถุนายน 2557) Program Manager ของThe Reading Room
 4. ตฤณ ไอยะรา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 มิถุนายน 2557) Co-Ordinator, ผู้ดำเนินรายการ ของThe Reading Room
 5. อนรรฆ พิทักษ์ธานิน (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 มิถุนายน 2557) ผู้รับมรดกห้องสมุด The Reading Room ตามกฎหมาย หุ้นส่วนร้าน หนังสือ Bookmoby และผู้บริหารสำนักพิมพ์เคล็ดไทย
 6. อาทิตย์ สุริยวงศ์กุล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 มิถุนายน 2557) ผู้ประสานงานมูลนิธิเพื่อนอินเทอร์เน็ตและวัฒนธรรมพลเมือง และผู้จัดโปรแกรม "โรงเรียนพลบค่ำ"
 7. ดนยา จุฬพัฒน์พงษ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 27 มิถุนายน 2557) ช่างภาพอาสาสมัครห้องสมุด The Reading Room
 8. อรรถ บุนนาค (การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 มิถุนายน 2557) ผู้จัดกิจกรรม Strawberry Sunday Book Club ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้อำนวยการบริหารกลุ่มRLG
 9. อรจิรา โกลากุล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 มิถุนายน 2557) อดีตอาสาสมัครห้องสมุด The Reading Room
 10. วรณพา แก้วมณฑา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557) อาสาสมัครห้องสมุด The Reading Room
- 3.3.1.2 การสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการห้องสมุดThe Reading Room ทั้งผู้ใช้บริการปกติและระหว่างร่วมงานกิจกรรม จำนวน 9 คน ได้แก่
- เรืองศักดิ์ อนุวัตรวิมล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 4 กรกฎาคม 2557)
 - อัฐพนธ์ บรรจงวุฒิ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 กรกฎาคม 2557)
 - ทศพล นพสุวรรณชัย (การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 มิถุนายน 2557)
 - พิทยา สร้อยหลง (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)
 - มิ่ง ปัญหา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)
 - วิไล ตระกูลสิน (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)
 - ณิชนันท์ ตัญธนาวิทย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)
 - แบงค์ งามอรุณโชติ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)
 - สุพิชชา โมณะตระกูล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)
- 3.3.1.3 การสัมภาษณ์เจ้าของกิจการอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับห้องสมุดThe

Reading Room แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

3.3.1.3.1 เจ้าของกิจการในพื้นที่ใกล้เคียงกับโครงการ จำนวน 6 คน ได้แก่

1. สุริชยา หัทนานนท์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557)

เจ้าของสตูดิโอโยคะและแกลเลอรี “Soul Space” น้องสาวเจ้าของโครงการ Westlane และดูแลโครงการ)

2. ภัทราวดี หาญยूरพงษ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557)

เจ้าของร้านอาหาร “Medee@Silom”

3. เศกพล อุ่นสำราญ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557) เจ้าของโรงเรียนดนตรี “Saxocity” และร้านอาหาร “Saxsushi”

4. สุรเชษฐ์ พิสิฐวุฒินันท์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557)

เจ้าของโรงเรียนดนตรี “Your Clef”

5. พิณ้อย (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557) เจ้าของร้านอาหาร “Pasta House” หุ้นส่วนร้านดอกไม้ “มะก่าตาแดง”

6. กานต์นรี แก้วสุโพธิ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557)

พนักงานร้าน “Bloomprolab”

3.3.1.3.2 เจ้าของกิจการห้องสมุด ร้านหนังสืออิสระ และกิจการที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุด The Reading Room จำนวน 3 คน ได้แก่

1. วีรณัฐ โรจนประภา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 กรกฎาคม 2557)

เจ้าของกิจการเพื่อสังคม “คิดใหม่” และ “บ้านอารีย์”

2. วิวัฒน์ เลิศวิวัฒน์วงศา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 สิงหาคม 2557)

ผู้ช่วยร้านหนังสืออิสระและห้องสมุด “หนังสือ” และผู้จัดโปรแกรมกิจกรรม

3. ธนบูรณ์ สมบูรณ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 สิงหาคม 2557) เจ้าของกิจการเพื่อสังคม “Creativemove” และ PORTFOLIOS.NET

3.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือ กลุ่มประชากรที่รู้จักและเคยใช้บริการห้องสมุด The Reading Room โดยผู้ทำวิจัยจะทำการสุ่มเก็บตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Non-Probability) ด้วยแบบสอบถามที่สุ่มออกแบบคำถามจากการวิเคราะห์คำตอบของกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างโดยใช้รูปแบบกระบวนการสนทนายี่สาม ซึ่งจากข้อมูลสถิติการลงทะเบียนผู้เข้าร่วมกิจกรรมและใช้บริการระหว่างเดือน มกราคม ถึง ตุลาคม 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 650 ครั้ง ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan โดยใช้กลุ่มประชากร 252 คน ที่ความคลาดเคลื่อน 5%

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์

ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีสุนทรียสาธกมาใช้โดยดำเนินการในรูปแบบ Core Group Inquiry คือ กลุ่มคนจำนวนน้อยเลือกหัวข้อที่สนใจ ออกแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาได้นำมาใช้กับห้องสมุด The Reading Room เป็นกรณีศึกษา โดยผู้ศึกษาเตรียมแบบสัมภาษณ์โดยออกแบบคำถามให้สอดคล้องกับหลักการของสุนทรียสาธก คือมุ่งเน้นไปที่คำถามเชิงบวกและไม่เป็นทางการ 4 ประเด็นสัมพันธ์กับส่วนประกอบ 4D ของสุนทรียสาธก คือ Discovery, Dream, Design, Destiny เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งผู้ถูกสัมภาษณ์เป็น 3 กลุ่ม คือ คำถามสำหรับการสัมภาษณ์บุคคลภายในกิจการห้องสมุด ผู้ใช้บริการห้องสมุด และเจ้าของกิจการอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับห้องสมุด

3.4.1 คำถามสำหรับการสัมภาษณ์บุคคลภายในกิจการห้องสมุด The Reading Room

Discovery: Q: *ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร กรุณาอธิบาย ?*

Q: *คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นอย่างไร ?*

Q: *The Reading room มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้
งานของคุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณตอบทำงานให้
The Reading Room) ?*

Dream: Q: *คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?*

Design: Q: *หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริง
ขึ้นได้อย่างไร ?*

Destiny: Q: *ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อ
ความต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เป็นที่ตั้งใจไว้ ?*

3.4.2 คำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการห้องสมุด The Reading Room

Discovery: Q: *ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ห้องสมุด The Reading Room
เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?*

Q: *ช่วยแชร์ประสบการณ์จากการที่ได้ใช้บริการห้องสมุดอื่นๆ หรือมุมมองที่ดีต่อ
ห้องสมุด เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?*

Dream: Q: *คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคต ?*

Design: Q: *ในฐานะที่คุณเป็นผู้ใช้บริการ อยากให้ The Reading Room ควรดำเนินการ
อย่างไรบ้างเพื่อให้ห้องสมุดแห่งนี้เป็นที่เหมือนที่คุณปรารถนา ?*

Destiny: Q: *ช่วยแสดงความคิดเห็นว่า The Reading Room จะมีแนวทางใดในการหาราย
ได้เพื่อพัฒนาองค์กรให้เป็นที่ตั้งใจไว้ ?*

3.4.3 คำถามสำหรับการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับห้องสมุด The Reading Room แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 3.4.3.1 เจ้าของกิจการในพื้นที่ใกล้เคียงกับห้องสมุด The Reading Room
- Discovery:** Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ในฐานะเพื่อนบ้านของห้องสมุด The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?
- Q: สิ่งใดที่ทำให้ The Reading Room หรือกิจการของตนเอง มีคุณค่า / มีความหมายต่อพื้นที่แห่งนี้ ?
- Dream:** Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดหรือพื้นที่แห่งนี้ในอนาคต ?
- Design:** Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?
- Destiny:** Q: หากจะมีสิ่งดีที่เกิดขึ้นแก่ห้องสมุดแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร / มีวิธีการ / แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรม / เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง 2 อย่าง อย่างไร ?
- 3.4.3.2 เจ้าของกิจการห้องสมุด ร้านหนังสืออิสระ และกิจการที่เกี่ยวข้อง
- Discovery:** Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานที่นี่เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?
- Q: อะไรที่ทำให้งานของคุณในกิจการแห่งนี้มีคุณค่า / มีความหมาย ?
- Q: คุณรู้จักห้องสมุด The Reading Room หรือไม่ ถ้ารู้จักคุณมีความรู้สึกที่ดีอย่างไรต่อ The Reading Room ?
- Dream:** Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับกิจการแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?
- Design:** Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?
- Destiny:** Q: หากจะมีสิ่งดีที่เกิดขึ้นแก่กิจการแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร / มีวิธีการ / แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรม / เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง 2 อย่าง ให้ดำเนินกิจการอย่างยั่งยืน อย่างไร ?

แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม ที่ถูกออกแบบคำถามจากการวิเคราะห์คำตอบของกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างโดยใช้รูปแบบกระบวนการสุนทรียศาสตร์ ให้ได้กลุ่มตัวอย่างประชากร เป็นจำนวนอย่างต่ำ 252 ตัวอย่าง จากกลุ่มประชากรที่ใช้บริการ The Reading Room

3.5 การทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความถูกต้องในแต่ละประเด็นคำถาม ซึ่งได้ทำการแก้ไขให้มีความถูกต้องในเนื้อหาและตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย และนำแบบสอบถามทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาความเที่ยงตรง โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแล้วทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น ใช้วิธีการหาความเชื่อถือแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

3.6 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยจะนำแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไขถูกต้องตรงตามเนื้อหา และวัตถุประสงค์ สัมภาษณ์กลุ่มบุคคลภายในกิจการห้องสมุด The Reading Room กับการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลภายในกิจการห้องสมุด เจ้าของกิจการอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับห้องสมุด และผู้ใช้บริการห้องสมุด โดยการอ่านให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบที่ละคำถามโดยผู้วิจัยจะทำการจดบันทึก และบันทึกเทปสัมภาษณ์ในระหว่างการทำการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการเพื่อประกอบในการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถาม

หลังจากได้ออกแบบคำถามตามแบบสุนทรียสาธกโดยสมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ใช้บริการที่ The Reading Room และผู้ที่เคยใช้บริการ The Reading Room โดยผู้วิจัย เจ้าของ และพนักงานประจำห้องสมุดเป็นผู้ชี้แจงรายละเอียดการเก็บข้อมูลและเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

3.7 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล 2 แบบด้วยกัน คือ แบบสัมภาษณ์โดยตรงด้วยคำถามรูปแบบสุนทรียสาธก และการแจกแบบสอบถามด้วยคำถามรูปแบบสุนทรียสาธก โดยใช้อุปกรณ์ในการเก็บข้อมูลดังนี้

3.7.1 การจดบันทึก ใช้สำหรับการสัมภาษณ์ โดยจดบันทึกข้อความที่เป็นหลักสำคัญที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์

3.7.2 การใช้เครื่องบันทึกเสียง ใช้ในการบันทึกข้อความทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาทบทวนข้อมูลทั้งหมดจากการสัมภาษณ์

3.7.3 การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามโดย ผู้วิจัย เจ้าของ และพนักงานประจำห้องสมุด

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ทั้งจากข้อมูลเชิงคุณภาพและปริมาณเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

3.8.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลโดยตรงตามแบบสนธิสัญญา

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลส่วนนี้จากการบันทึกเทปในการสัมภาษณ์ แล้วนำมาถอดเทปและนำมาจัดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร โดยแยกคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ในประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย และใช้การวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล และนอกจากนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกิจการห้องสมุดต่างๆมาร่วมวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องเป็นประโยชน์กับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ให้สมบูรณ์ที่สุด

3.8.2 ข้อมูลจากการสำรวจแบบสอบถาม

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้จากข้อมูลเชิงปริมาณเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดนี้มาวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังนี้

3.8.2.1 ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้รับจากการสำรวจแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจะใช้การวิเคราะห์โดยการลงรหัส (Coding) และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณค่าสถิติต่างๆ โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) การแสดงผลในรูปแบบของตารางร้อยละ (Percentage) เพื่อให้ได้ผลการวัดความต้องการของผู้บริโภคต่อห้องสมุด The Reading Room

3.8.2.2 ข้อมูลที่ได้รับจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น หนังสือ บทความ นิตยสาร วิทยานิพนธ์ อินเทอร์เน็ต รายงานการวิจัย และสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ ซึ่งจะทำให้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุดหรือกิจการในลักษณะใกล้เคียงกัน เช่น ร้านหนังสืออิสระ กิจการเพื่อสังคม เป็นต้น เพื่อทราบถึงลักษณะการดำเนินธุรกิจและสภาพอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ตลอดจนข้อมูลและแนวโน้มของกิจการในลักษณะนี้ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้รับจากเอกสารดังกล่าวมาวิเคราะห์เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของงานวิจัยครั้งนี้

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินการศึกษาการค้นหาคำแนะนำด้านบวกเกี่ยวกับห้องสมุด ทั้งจากข้อมูลเชิงคุณภาพและปริมาณ ผู้วิจัยจำนำข้อมูลดังกล่าวมาวางแผนกลยุทธ์ให้กับห้องสมุด The Reading Room ต่อไป

3.9 กระบวนการวิจัย "โครงการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room" ผ่านแนวคิดสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry: AI)

Discovery

การค้นหา ตั้งคำถาม และสังเกต เกี่ยวกับสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้น และมีผลกระทบกับกิจการ คือ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจนั่นเอง แต่จากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจในรูปแบบ AI นั้น มุ่งเน้นที่การสังเกตและสอบถามจากข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง มีผลกระทบกับกิจการจริง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปช่วยในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ โดยเริ่มตั้งแต่

(1) การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis) เพื่อค้นหาโอกาส และภัยคุกคามของกิจการ สังเกตเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันในพื้นที่ห้องสมุด วิเคราะห์ถึงผลกระทบและสาเหตุของการตัดสินใจมาใช้บริการห้องสมุด โดยข้อมูลส่วนใหญ่มาจากการสังเกต และสอบถามผู้มาใช้บริการ และประชาชนทั่วไป

(2) การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (Internal Environment Analysis) เพื่อค้นหาจุดแข็ง และจุดอ่อนของร้าน โดยทำการสัมภาษณ์พนักงานและผู้ร่วมงานเป็นหลัก อีกทั้งรับฟังข้อมูลจากผู้มาใช้บริการ ทั้งการสัมภาษณ์และการสังเกตจากคำพูด ปฏิกริยา ที่สะท้อนถึงห้องสมุด

Dream

หลังจากได้ดำเนินการด้วยกระบวนการสุนทรียศาสตร์กับในขั้นตอนDiscovery แล้ว ทำการวาดฝันเกี่ยวกับอนาคตของห้องสมุดว่าจะให้เป็นอย่างไรในอนาคต เป็นการกำหนดทิศทาง และวิสัยทัศน์ของกิจการ

Design

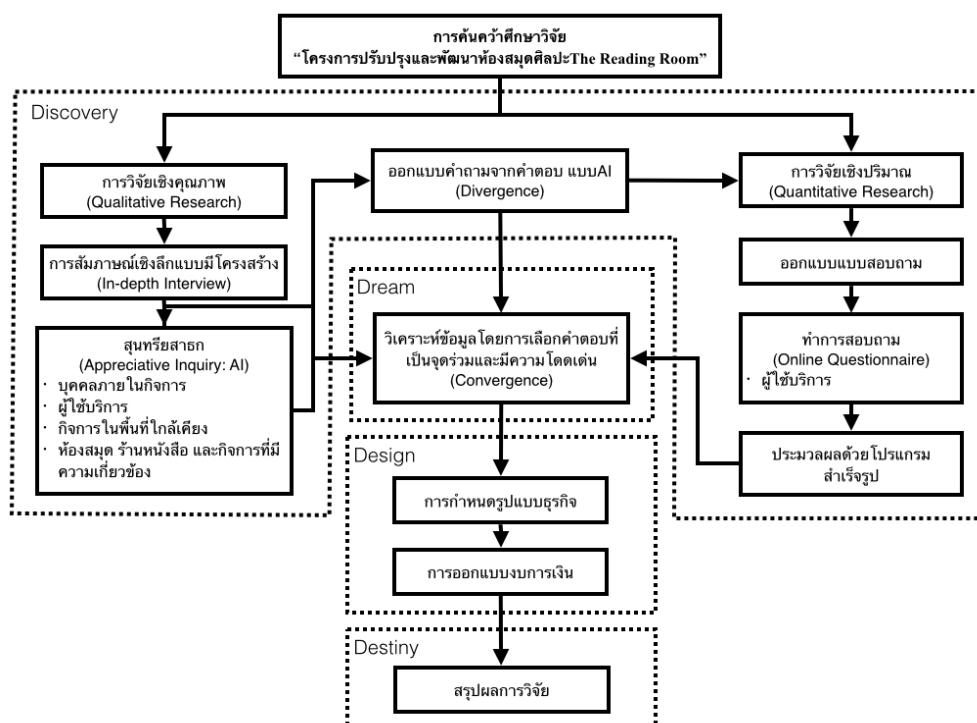
ขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ของห้องสมุด จากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกและภายในห้องสมุดแล้วพบว่ากิจการมีจุดแข็งอะไร จากนั้นนำมาขยายส่วนดีโดยดาววางแผนกลยุทธ์โดยวางแผนกลยุทธ์ให้เข้ากับกิจการเพื่อดำเนินการและวัดผลอย่างเป็นระบบ ซึ่งในการวางแผนกลยุทธ์นี้ได้นำ Strategy Map มาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อถ่ายทอดความเข้าใจและแสดงความสัมพันธ์เชื่อมโยงในแต่ละส่วนตามหลัก Balanced Score Card

Destiny

ขั้นตอนการสนับสนุนและจัดการโครงการและระบบของห้องสมุด ทั้งในเกณฑ์ด้านออกแบบ โครงสร้างการจัดการในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม การวางตำแหน่งงานและมอบหมายงาน การจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ในปัจจุบันและอนาคต เพื่อสนับสนุนให้สามารถนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติได้

3.10 สรุปขั้นตอนการศึกษา (Research Process)

ภาพที่ 3.1: สรุปขั้นตอนการศึกษา (Research Process)



FOUNDED 1962

บทที่ 4

สรุปผลการวิจัย

จากการสอบถามโดยใช้สุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry: AI) เพื่อหาประสบการณ์ด้านบวกเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์และปรับปรุงกิจการห้องสมุด The Reading Room ในบทนี้เป็นขั้นตอนของ “การค้นพบ (Discovery)” โดยผู้ทำการวิจัยได้ออกแบบคำถามโดยให้ตรงกับหลักการทั้ง 4 ข้อของสุนทรียศาสตร์ในลักษณะของตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบที่หลากหลายมากที่สุด (Divergence) เพื่อนำไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเลือกคำตอบที่เป็นจุดร่วมและมีความโดดเด่นออกมา (Convergence) มาวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ส่วนต่อไปคือการค้นหา (Discovery) บุคคลภายในกิจการห้องสมุด The Reading Room ได้แก่ ได้แก่ เจ้าของห้องสมุด พนักงานห้องสมุด อดีตพนักงานห้องสมุด บุคคลที่เคยร่วมงานทั้งในอดีตและปัจจุบัน และบุคคลในวงการหนังสือและการกิจกรรม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับห้องสมุดแห่งนี้ ผ่านบทสัมภาษณ์ที่ออกแบบตามหลักทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ดังนี้

4.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพบุคคลภายในกิจการห้องสมุด The Reading Room

ส่วนสำคัญที่สุดในการศึกษาครั้งนี้คือการค้นพบ (Discovery) ของ นราวัลลภ ปฐมวัฒน์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มิถุนายน 2557) ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการห้องสมุดศิลปะ The Reading Room เพราะเป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งห้องสมุดแห่งนี้และดำเนินกิจการด้วยตนเองมาโดยตลอด

นราวัลลภ ปฐมวัฒน์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มิถุนายน 2557) ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการมีความตั้งใจจริงในการสร้าง The Reading Room ให้เป็นชุมชนทางความคิด ความรู้และวัฒนธรรม (Intellectual Community) โดยมีความเชื่อว่าห้องสมุดแห่งนี้จะช่วยอุดช่องว่างในสิ่งที่ประเทศไทยยังขาดแคลน ทั้งในส่วนห้องสมุดเฉพาะทาง (Specialized library) และพื้นที่สาธารณะสำหรับการแลกเปลี่ยนในทางศิลปวัฒนธรรมและความรู้ (Intellectual) เป็นพื้นที่ (Platform) ที่ช่วยให้เกิดการสร้างการเคลื่อนไหวทางกิจกรรมและสังคม แต่สิ่งที่เป็นปัญหาสำคัญคือภาระทางการเงินของห้องสมุดที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาไปสู่สิ่งที่ฝัน สามารถนำไปจ้างพนักงานที่มีความสามารถตรงตามที่ต้องการ เพิ่มขนาดความร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ และการเพิ่มพื้นที่ใช้สอยในอนาคต ซึ่งการจะได้ในสิ่งที่ฝันไว้จำเป็นต้องหาวิธีการใหม่ๆ ในการจัดการห้องสมุด โดยนราวัลลภยังคงเป็นผู้กำหนดทิศทางของ The Reading Room ในอนาคต

ต่อไปเป็นการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ บุคคลภายในกิจการห้องสมุด The

Reading Room ทั้งหมด โดยใช้ทฤษฎีสุนทรียสารร่วมกับการวิเคราะห์ SWOT เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ SOAR ในบทถัดไป

การค้นพบ (Discovery)

จุดแข็งขององค์กร (Strength)

(1) คือการเป็นพื้นที่ชุมชนทางความคิด ความรู้และวัฒนธรรม (Intellectual Community) จากคนประเภทต่างๆ รongรับกิจกรรมและประเด็นได้หลากหลาย เป็นพื้นที่เปิดสำหรับทุกคน (Open Space) รวบรวมคนที่ชอบหรือสนใจสิ่งๆ เหมือนๆ จนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองและส่วนที่หาความรู้จากการแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น

(2) องค์กรขนาดเล็ก ตัดสินใจด้วยตัวคนเดียว ดำเนินการอย่างรวดเร็ว ไม่ซ้ำแบบภาครัฐ

(3) คุณค่าของหนังสือสูงกว่าปริมาณเพราะรวบรวมหนังสือหายากและยังคงสภาพดี

(4) มีลักษณะไม่เป็นทางการ บรรยากาศดี เป็นกันเอง ผ่อนคลาย มีความเป็นมิตร เข้าถึงง่าย เปิดปิดได้อย่างอิสระ ทำให้เอื้อต่อการใช้งานของผู้ใช้บริการ

(5) ทำเลที่ตั้งเดินทางค่อนข้างสะดวก

(6) การทำงานแบบpartner ช่วยให้คำแนะนำผู้จัดงาน

จุดอ่อนขององค์กร (Weakness)

(1) พื้นที่มีขนาดเล็ก เกิดข้อจำกัดเรื่องกิจกรรมให้ได้หลากหลายประเภท

(2) ขาดแคลนเงินทุน งบประมาณ มีปัญหาด้านการเงินที่ไม่คล่องตัว

(3) ขาดพนักงานประจำ หรือพนักงานที่มีความสามารถในการจัดการ

(4) ขาดการทำฐานข้อมูล (Database)

โอกาสขององค์กร (Opportunity)

(1) การอุดหนุนว่างในสิ่งที่ยังไม่มีใครทำ ทั้งในแง่ความเป็นห้องสมุดเฉพาะทาง และการเป็นพื้นที่สาธารณะทางศิลปวัฒนธรรม

(2) การเป็นชุมชนทางความคิด ทำให้เกิดชุมชนของคนที่สนใจเรื่องเดียวกันหรือมีความสนใจที่ทับซ้อนกัน และคนข้ามสายอาชีพที่แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ เปิดโลกทัศน์เพื่อค้นหาสิ่งใหม่ๆ เกิดโอกาสทางการเรียนรู้ตลอดเวลาและการร่วมมือกันระหว่างศาสตร์ต่างๆ ทำให้เกิดการขยายขอบเขตประเด็นและเนื้อหาที่ครบถ้วนมากขึ้น สามารถขยายต่อยอดไปได้เรื่อยๆ อีกทั้งในแง่วิชาชีพที่มีโอกาสเกิดการพัฒนาต่อยอดสิ่งที่สร้างสรรค์ต่อไปได้ มีโอกาสได้แสดงผลงาน ได้ฟังความคิดเห็น ได้รู้จักคนในแวดวงเดียวกัน สร้างเครือข่ายของตัวเองเพื่อการช่วยเหลือผลักดันกันต่อไป อีกทั้งการได้รับการตอบรับที่ดี

(3) ผลจากการตอบรับกิจกรรม พบว่าผู้เข้าเข้าร่วมได้รับสิ่งใหม่ๆ กลับไปเสมอ ได้เห็นแง่มุมมองอะไรที่ไม่เคยได้เห็นมาก่อน ทำให้มีความสุขและอยากดำเนินกิจการต่อไป

- (4) เกิดโอกาสทางการเรียนรู้ตลอดเวลา เข้าถึงcontentได้ง่าย ไม่จำกัดเวลาเหมือนราชการ
- (5) ด้วยความเป็นมิตรจึงดึงดูดคนได้มากกว่ากิจกรรมเดียวกันในมหาวิทยาลัย
- (6) การมีทุนทางสังคม มีเครือข่าย มีชื่อเสียง นำมาสู่การให้ บริจาค ยืม หนังสือ หรือลดราคาหนังสือ มีการมุ่งใจทางCSR การบริจาคหนังสือแล้วได้ลดหย่อนภาษี การให้หนังสือสำหรับทำประชาสัมพันธ์ (PR) จากองค์กรต่างๆ
- (8) มองถึงความเป็นไปได้ในการเพิ่มเครือข่ายชุมชน เช่น บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คอนโดมีเนียม คอมมูนิตี้อพาร์ทเมนต์ หรือการทำ HRD ขององค์กรตามบริษัทต่างๆ
- (9) การจับประเด็นPop Culture มากขึ้น ทำให้ภาพลักษณ์ของ The Reading Room เปิดกว้างและดูดีมากขึ้น ทำให้รู้สึกเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น

ภัยคุกคามขององค์กร (Threat)

- (1) การจดจำในชื่อ “The Reading Room” ว่าสถานที่แห่งนี้ไม่มีค่าใช้จ่าย
- (2) คนไทยไม่มีค่านิยมของการบริจาคในด้านที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม
- (3) ภาครัฐไม่จริงจังในการสนับสนุนห้องสมุดอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

การวาดฝัน (Dream)

- (1) อยากเป็นห้องสมุดที่เก็บข้อมูลทางด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยให้สมบูรณ์แบบที่สุดเท่าที่จะทำได้ (Art & Cultural Community Complex) และอยากให้มีหนังสือที่หลายหลายกว่านี้
- (2) อยากมีโปรเจกต์ด้านการอ่าน การพิมพ์ การแปลงาน การวิจัย ให้ได้มากที่สุด ในส่วนของงานวิจัยด้านศิลปะ อยากมี grant ทั้งการอุดหนุนทุนและการขอทุนให้นักวิจัยมาใช้ resource กับห้องสมุดของเรา เพื่อให้เกิดงานวิจัยทางด้านนี้มากขึ้น
- (3) อยากมีกิจกรรมที่หลากหลายขึ้น มีการร่วมมือกับองค์กรอื่นๆให้มากขึ้น
- (4) อยากมีพื้นที่ที่ใหญ่กว่านี้ อาจเป็นทั้งตึก มีหลายๆfunction สามารถทำกิจกรรมในหลายๆลักษณะได้ สร้าง complex ทางศิลปวัฒนธรรม เป็นศูนย์กลางเพื่อการเรียนรู้ อาจมีที่ที่รวมเอาองค์กรอื่นมาไว้ด้วยกัน สามารถช่วยเหลือกลุ่มคนที่มีกำลังทรัพย์น้อย เข้ามาแชร์ทรัพยากร
- (5) อยากได้พื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์ สร้างเรื่องราวให้กับห้องสมุด เชื่อมโยงชุมชนและพื้นที่ทางวัฒนธรรมได้
- (6) เป็นdestinationสำหรับบุคคลทั่วไป ผู้ที่สนใจ นักท่องเที่ยว ที่ช่วยสนับสนุนคนรุ่นใหม่ให้มีความสนใจในศิลปวัฒนธรรมมากขึ้น เป็นพื้นที่วัยรุ่นหนุ่มสาวต้องการเข้ามารวมตัวกัน
- (7) ต้องมีเงินเลี้ยงองค์กรด้วยตัวมันเอง มีความมั่นคงและยืดหยุ่นทางการเงิน
- (9) อยากให้คนนำ material และ content ของห้องสมุดไปใช้ประโยชน์ให้คุ้มกับการลงทุน

การออกแบบ (Design)

- (1) รวบรวมหนังสือและออกแบบกิจกรรมที่หลากหลายและตรงกลุ่มเป้าหมาย
- (2) เงินคือปัจจัยที่นำมาซึ่งการเพิ่มจำนวนทรัพยากรต่างๆ ได้แก่ หนังสือ และการพัฒนาโปรแกรม ทำให้สามารถจ้างพนักงานเพิ่มที่มีความสามารถทำงานเฉพาะทางได้ สามารถเพิ่มศักยภาพในการร่วมมือกับองค์กรต่างๆ และสามารถเข้าพื้นที่ขนาดใหญ่กว่านี้ได้
- (4) ใช้ความเชี่ยวชาญทุกสาขาของคนที่อยู่ในชุมชนให้เป็นประโยชน์
- (5) สามารถแปลง Content และ Connection ให้เป็น Value เช่น การรวบรวมกิจกรรมการบรรยายที่เป็นseries ให้เป็นหนังสือเพื่อโปรโมทและจำหน่าย
- (6) มี Community Center เป็นบอร์ดทางานหรือลงตารางงาน (Mailing List)
- (7) มีบริการให้เช่าสถานที่
- (8) ร่วมมือกับกิจการห้างร้านที่เกี่ยวข้องกับความสนใจเฉพาะทางนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นสำนักพิมพ์ ค่ายหนัง ค่ายเพลง โดยมีการหยิบยกประเด็นที่น่าสนใจผ่านการจัดกิจกรรมที่เจาะลึกให้แตกต่างจากการโปรโมททั่วไป
- (9) บริหารจัดการพื้นที่ให้เป็นระบบทั้งหนังสือและกิจกรรม โดยวางระบบพื้นฐานเพื่อที่จะให้คนเข้าถึงทรัพยากรที่มีอยู่ได้มากขึ้น จัดทำระบบการสืบค้นข้อมูล ระบบฐานข้อมูลและ Internet searching มีระบบยืมคืนที่เป็นกิจจะลักษณะ การสมัครสมาชิก การวิจารณ์หนังสือใหม่หรือหนังสือที่น่าสนใจ รวมเนื้อหาต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานกิจกรรม มีข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับงานนั้น ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ ลิงก์บทความที่เกี่ยวข้อง หนังสืออ่านเพิ่มเติม โดยให้ทั้งหมดอยู่ในที่แห่งเดียวกัน สามารถเป็นบทเรียนออนไลน์ให้คนกลับมาศึกษาค้นคว้าได้เรื่อยๆ นำไปสู่การเก็บข้อมูลเรื่องที่ลูกค้าสนใจ (CRM) เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการออกแบบกิจกรรมต่อไป
- (10) การเป็น Multipurpose Space สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่รองรับกิจกรรมที่หลากหลาย
- (11) ออกแบบสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิกในรูปแบบต่างๆที่เหมาะสม
- (12) ทหารายได้จากกิจกรรมคอร์สเรียน
- (13) ทหารายได้จากการเปิดพื้นที่กับคนอื่น ๆ ให้เข้ามาใช้พื้นที่และบริการสาธารณูปโภคต่างๆ โดยอาจนำรูปแบบ Co-working Space มาใช้
- (14) หาทุนด้วยวิธีการต่างๆ เช่น วางกรอบในสิ่งที่รัฐหรือเอกชนสนใจให้ทุนและสนับสนุน ได้แก่ การทำ CSR การขอลดหย่อนภาษีจากการบริจาค การสนับสนุนในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น สถานที่ การเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ส่วนกลางคอนโดมิเนียม

การดำเนินการ (Destiny)

ด้านผลประกอบการ

- (1) รายรับที่พอเหมาะอยู่ที่ประมาณ 45,000-50,000บาทต่อเดือน

- (2) เก็บค่าสมาชิกประมาณ 500-1,000 บาทต่อปี
- (3) เก็บค่าบำรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
- (4) เก็บค่าเช่าพื้นที่ 1,500-2,000 บาท แล้วยแต่กรณี
- (5) ค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อหนังสือ ประมาณ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน
ด้านพนักงาน

(1) ตำแหน่งที่ต้องการเพิ่มคือ ผู้จัดการบริหาร (admin) ผู้จัดการและประสานงาน การ PR หาทุน

- (2) เงินเดือนผู้จัดการที่เหมาะสมประมาณ 20,000-25,000 บาทต่อเดือน
- (3) เงินค่าจ้างพนักงานประสานงานกิจกรรม part time จ่ายเป็นครั้ง มีหน้าที่ดูแลการจัดโปรแกรม ทำ PR ทำเรื่องขอทุน

ด้านการบริหารหนังสือ

- (1) มีพนักงานที่ดี มีความรู้ ที่สามารถระบุผู้บริจาคหนังสือได้ รู้ว่าใคร องค์กร สำนักพิมพ์ สถาบัน ไตสามารถทำเรื่องขอของบริจาคได้
- (2) การบริจาคหนังสือใหม่ที่เป็นการทำ CSR ของสำนักพิมพ์ เป็นการประสานงานกันระหว่างองค์กรให้ส่งหนังสือใหม่ที่อยู่ในหมวดศิลปวัฒนธรรมให้
- (3) การระบาย Stock หนังสือเก่าของสำนักพิมพ์
- (4) การขายพื้นที่ผู้สนับสนุนขององค์กรต่างๆเป็นหนึ่งในการทำ CSR โดย The Reading Room เสนอพื้นที่โฆษณาให้ ผู้สนับสนุนสามารถนำไปใช้ในการ PR หรือการ Tie-in ผูกกับกิจกรรม ทั้งของห้องสมุดหรือของผู้สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เพื่อสร้าง Brand Awareness
- (5) ทำ Charity Box ของสำนักพิมพ์ที่สามารถให้ The Reading Room เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ โดยเป็นการทำ Box Set ในการบริจาคหนังสือทั่วประเทศ ให้คนที่สนใจซื้อ Box Set ให้อยู่ในห้องสมุดต่างๆ ซึ่งสำนักพิมพ์ส่วนมากจะมีหนังสือที่เป็น Dead Stock ที่สามารถบริจาคให้ได้ หรือขอซื้อได้ในราคาต่ำ
- (6) การเสนอเป็นโปรเจกต์ร่วมกับองค์กรบุฟฟา ให้เป็นตัวกลางในการกระจายหนังสือไปสู่ห้องสมุดที่ร่วมโครงการหรือพัฒนาไปสู่การแลกเปลี่ยนหนังสือระหว่างห้องสมุด ในกรณีที่มีหนังสือที่ไม่ตรงกับแก่นของ The Reading Room อาจนำหนังสือเหล่านั้น มาจัดทำกรบริจาคในเครือข่าย โดยให้ผู้ที่สนใจเลือกหนังสือหรือสิ่งของไปแล้วบริจาคเงิน เพื่อนำไปใช้ซื้อหนังสือที่เป็นแก่นจริงๆ เข้าห้องสมุด อาจจะทำกิจกรรมในรูปแบบการประมูลหนังสือ การทำโครงการ Charity เพื่อระดมทุนในช่วงเวลาครึ่งปีหรือหนึ่งปี การขายหนังสือเป็น set หรือการทำ Book Buffet
- (7) การใช้ Corp PR ที่จะช่วยให้คนรู้จักและให้ความร่วมมือมากขึ้น เช่น ดาราหรือคนมีชื่อเสียงทางสังคม ที่ต้องการ PR ตัวเอง ต้อง Keep in Touch กับคนเหล่านี้เพื่อให้เขามาเป็น

กระบอกเสียง

(8) เพิ่มประเภทหนังสือที่ยังขาด ได้แก่ นวนิยาย วรรณกรรมทั้งภาษาไทยและอังกฤษ หนังสือประเภท How to ด้านศิลปะหรือสอนพื้นฐานศิลปะ หนังสือ Text Book ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยที่เขียนโดยต่างประเทศ

(9) ใช้ทุนทางสังคมของตนเอง โดยแปลงให้เป็นสิ่งของหรือเงิน เช่น การเจรจาสำนักพิมพ์ส่งก๊อปปี้หนังสือให้

ด้านการบริหารกิจกรรม

(1) ทำการ Focus ที่ End User ว่าคือใคร จะสื่อสารอย่างไร ทำอย่างไรให้ผู้สนับสนุน รู้จักเรา และต้องทำให้เห็นว่าเรามีฐานของ End User เท่าไร พอรู้จักอุปนิสัยของ End User แล้วเจาะได้ถูกว่าจะสื่อสารอย่างไร จะออกแบบกิจกรรมยังไงให้เหมาะสม กับทั้งตัวเราและการขาย Sponsor

(2) เปิดคอร์สเรียน แต่ต้องปรับปรุงพื้นที่และเฟอร์นิเจอร์ให้สามารถรองรับกิจกรรม (มีพื้นที่เฉพาะ สกปรกได้ มีแสงสว่างที่พอเหมาะ มีที่เก็บล้าง มีที่เก็บของ) ตัวอย่างคอร์สเรียน เช่น ปั้นดิน แกะยางลบ ทำลูกประคบ หรือสอนอะไรก็ได้ที่เป็นความรู้ รับผู้เรียนไม่เกิน 10 คน

(3) ออกแบบกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น จัดคอนเสิร์ตการกุศล การประมูล การให้เข้าสถานที่จัดประชุมงานหรือทำงาน

(4) มีกิจกรรมวันธรรมดาหลัง 6 โมงเย็น 2 ครั้ง วันเสาร์-อาทิตย์ 1 ครั้ง เพื่อให้เดือนหนึ่งมีกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 12 ครั้ง

(5) การสร้าง Content จากกิจกรรมเช่น การดึง Content ไปทำหนังสือ ขึ้น Blog การมีหน้าโฆษณาขายใน Website

(6) ค่าเช่าสำหรับการจัด Event ครั้งวันอยู่ที่ 2,000-3,000 บาท ต้องแบ่งอัตราส่วนสำหรับพวก กลุ่มไม่แสวงหากำไร กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก ค่าเช่าไม่ต้องสูงมาก แต่ถ้าเป็นบริษัทใหญ่ให้เก็บในราคาที่สูงขึ้น

(7) สำนักพิมพ์จะมีหนังสือสำหรับการ PR ประมาณ 10-20 เล่มในแต่ละเดือน สามารถดึงส่วนนี้สำหรับการบริจาค โดยตอบแทนด้วยการช่วยแนะนำหนังสือ

(8) มี Organizer Function หรือ PR Function เพื่อทดแทนอัตราค่าเช่า เมื่อเทียบกับราคาการเช่าพื้นที่โรงแรมและ Co-working space

(9) มีกิจกรรมที่เป็น Series หลักๆ ไว้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง

ด้านการบริหารโครงการ

(1) ระบบสมาชิก เป็นในลักษณะปกติ คือ เข้ามาใช้งานธรรมดาไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่จะเก็บเงินในกรณีการยืมหนังสือและอุปกรณ์หรือใช้บริการที่มากกว่า สมาชิกอีกอีกรูปแบบคือระดับผู้อุปถัมภ์

(Patron) เช่น สมาชิกประเภทปกติจะได้ส่วนลดตามปกติ แต่สมาชิกระดับ Patron จะได้รับส่วนลดที่มากกว่า มีสิทธิพิเศษมากกว่า เช่น ได้เข้าไปชมงานนิทรรศการก่อนคนอื่น ได้เข้าไปพบศิลปิน ได้ซื้อของจากศิลปินก่อน มีชื่อไปอยู่ตามต่างๆ สามารถแบ่งได้หลายแบบ เช่นแบ่ง Patron เป็นอายุ แบ่งองค์กร ทั้งหมดนี้จำเป็นต้องมีฝ่ายขายที่เข้าไปหาลูกค้าโดยตรง

(2) การยืดเวลาเปิด-ปิดห้องสมุด และหา Function อื่นๆเข้ามาเสริม เช่น ตอนเช้าถึง 1ทุ่ม เปิดเป็นห้องสมุดปกติ แล้วทำความสะอาด 2 ทุ่มถึงเที่ยงคืนเปิดเป็น Pub เป็นต้น

(3) การกำหนดอัตราค่าเช่าที่ชัดเจน

(4) การนำกำไรมาบริหารหรือลงทุนต่อให้เป็นประโยชน์และเกิดมูลค่าที่เพิ่มขึ้น

(5) ในอนาคตถ้ามีการขยายพื้นที่ จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยใหม่ทั้งหมด ทั้งงบประมาณลงทุนที่เพิ่มขึ้น การเพิ่มพนักงาน การตั้งบอร์ดบริหาร การจัดการระบบฐานข้อมูล การทำระบบสมาชิก หาเงินทุนเสริม การหาเงินในลักษณะ Endowment สำหรับ Foundation เป็นต้น

4.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพผู้ใช้บริการห้องสมุด The Reading Room

การค้นพบ (Discovery)

จุดแข็งขององค์กร (Strength)

ด้านพื้นที่

- (1) เป็นพื้นที่ที่ยังคงรักษาแนวความคิดและมาตรฐานได้ดีมาก
- (2) พื้นที่แบบนี้มีน้อย ไม่เหมือนที่อื่นๆ เกินความคาดหมาย
- (3) ความไม่เป็นทางการ ขนาดเล็ก บรรยากาศอบอุ่น สบาย ไร้รูปแบบ
- (4) จัดกิจกรรมวันหยุดทำให้มาร่วมงานได้ ไม่เหมือนตามมหาวิทยาลัย

ด้านหนังสือ

(1) เส้นของการอ่านหนังสือแบบ analog เสริมสร้างจินตนาการ ฝึกสมองเชื่อมโยงเรื่องราวเข้าด้วยกัน ไม่ Focus ด้านเดียวเหมือนแบบ digital และไม่ใช้หนังสือทุกเล่มที่จะมีใน Internet นั้นทำให้หนังสือเป็นเล่มยังมีคุณค่าอยู่

(2) มีหนังสือหายากและสภาพสมบูรณ์

ด้านการเรียนรู้และกิจกรรม

(1) บรรยากาศแห่งการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เติมความรู้ เปิดมุมมองใหม่ๆ แสดงความคิดเห็น ไม่มีถูกมีผิด ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรม

(2) การข้ามสายของกิจกรรม (Crossover Event)

ด้านบุคคลากร

(1) เจ้าของห้องสมุด The Reading Room สร้างที่แห่งนี้ให้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต

(2)

จุดอ่อนขององค์กร (Weakness)

- (1) การพัฒนาต้องใช้ทุนสูง
- (2) การเดินทางที่ไม่สะดวก (สำหรับบางคน)
- (3) พื้นที่คับแคบ จุคนและหนังสือได้ไม่เท่าห้องสมุดใหญ่ๆ และเวลาฉายหนังถ้าคนเยอะจะมองไม่เห็นเพราะมีเสาบัง

โอกาสขององค์กร (Opportunity)

- (1) รูปแบบสถานที่ลักษณะนี้มีมีจำนวนน้อยในประเทศไทย
- (2) วัฒนธรรมมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา มีเกิดและตาย ไม่สิ้นสุด
- (3) มีเรื่องราวความรู้ความคิดที่ยังไม่ได้รับการนำเสนอ หรือเรื่องที่อยู่ตรงชายขอบ เรื่องที่ยอมรับไม่ได้ในสังคมบางเรื่อง

- (4) การอ่านแล้วได้คุยกัน ทำให้เกิดพื้นที่ทางความคิดใหม่ๆ

ภัยคุกคามขององค์กร (Threat)

- (1) ผู้สนับสนุนที่มีกำลังส่วนมากมีแต่เงินแต่ไม่เข้าใจถึงคุณค่า
- (2) คนไทยไม่ค่อยอ่านหนังสือ โดยเฉพาะเล่มใหญ่ๆ
- (3) คนอ่านหนังสือเป็นคนเดิม คนที่ไม่อ่านหนังสือก็คือไม่อ่าน
- (4) ปัจจุบันคนมีเวลาอยู่กับตัวหนังสือน้อยลง

การวาดฝัน (Dream)

- (1) เป็นห้องสมุดที่สมบูรณ์แบบใน Concept Private Library ให้มากที่สุดและรักษาสິงที่ดีไว้
- (2) สามารถค้นหาข้อมูลหนังสือจากเว็บไซต์ได้
- (3) เป็นห้องสมุดที่ไม่มีค่าใช้จ่าย มีจัดกิจกรรมอยู่เรื่อยๆ
- (4) อยากให้มีพื้นที่กว้างกว่านี้
- (5) อยากให้มีคนมาร่วมกิจกรรมมากขึ้น มีคนใหม่ๆ เข้ามาร่วมด้วย
- (6) กระจายรูปแบบและแนวคิดของ The Reading Room ไปที่อื่นๆ

การออกแบบ (Design)

- (1) การขยายสาขา มีความแตกต่างของเนื้อหาได้ แต่ต้องคงแนวความคิดเดิมไว้
- (2) มีระบบ Digital Archive
- (3) เก็บค่าใช้จ่ายบริการถ้าต้องมีการยืมหนังสือ และสาธารณูปโภคต่างๆ
- (4) เพิ่มกิจกรรมให้ครอบคลุมทุกแขนงของศิลปะ และบางเรื่องที่ยังไม่ได้พูดถึง เช่น ศาสนา มีกิจกรรมหลากหลาย เพื่อดึงคนหลายๆประเภทมาร่วมกิจกรรม นำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ที่กว้างมากขึ้นและการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นข้ามสาย

(5) หากคนหรือองค์กรจากต่างประเทศสนับสนุนด้านการเงิน

(6) ปรับปรุงการ PR โดยมีกิจกรรมขึ้น Facebook หรือ YouTube อยู่เป็นประจำทำให้เกิดการ reproduce ตัวเองไปได้หลายครั้ง คนที่ไม่ได้เข้ามาสามารถตามเข้าไปดูเนื้อหาสาระต่างๆ ได้ แล้วยังเป็นการรู้จักกับห้องสมุดไปในตัวด้วย

(7) เติมเต็มช่องว่างของประเภทหนังสือและเพิ่มความลึกของเนื้อหาเท่าที่สภาพอำนวย

การดำเนินการ (Destiny)

(1) สำหรับคนที่มาร่วมกิจกรรมถ้ามีเครื่องดีมีบริการที่ดี สำหรับคนที่มาใช้บริการธรรมดา มานั่งอ่านหนังสือ พักผ่อน มีอาหารบริการด้วยก็ดี จึงอาจมีการเก็บค่าบริการบ้าง คิดอัตราค่าเช่าพื้นที่ ขายน้ำ ขายเป็นของ ขายขนม แต่ไม่ต้องแพงมาก

(2) หาทุนให้เปล่าจากต่างประเทศ

(3) ไม่ควรเก็บเงิน เพราะจะผิดวัตถุประสงค์ของเจ้าของ และทำให้คนเข้าถึงหนังสือหรือกิจกรรมดีๆ น้อยลง

(4) กาแฟรสชาติดี น่าจะไปกันได้กับการอ่านหนังสือ

4.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเจ้าของกิจการในพื้นที่ใกล้เคียงกับห้องสมุด

The Reading Room

การค้นพบ (Discovery)

จุดแข็งขององค์กร (Strength)

(1) ทำเลโครงการ Westlane มีคนผ่านจำนวนมาก

(2) กิจกรรมในโครงการทั้งหมด ดูเป็นชุมชนทางศิลปะ (Community Art) บทถนนสีลม

(3) คุณค่าของการให้ของ The Reading Room มากกว่าขนาดของพื้นที่

จุดอ่อนขององค์กร (Weakness)

(1) ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่

(2) โครงการแต่ละโครงการต่างคนต่างอยู่

โอกาสขององค์กร (Opportunity)

(1) แต่ละกิจการได้ลูกค้าและคนรู้จักซึ่งกันและกัน เช่น โรงเรียนโยคะได้นักเรียน กับครุโยคะ จาก The Reading Room เป็นต้น นำไปสู่การแลกเปลี่ยนลูกค้ากัน เสริมโครงการกันให้ครบวงจร

(2) กิจกรรมในโครงการพร้อมจะเป็นพันธมิตร

(3) เจ้าของโครงการ Westlane นิสัยดี คิดค่าเช่าไม่แพง

(4) คนที่มา The Reading Room ดูมีจินตนาการ ดูมีความฝัน ดูมีจินตนาการ มีศิลปะ

ภัยคุกคามขององค์กร (Threat)

(1) คนในพื้นที่ไม่รู้จัก ไม่เข้าใจว่า The Reading Room คืออะไรและให้อะไรแก่เขา

(2) Lifestyleของคนในพื้นที่ ไม่เป็นผลดีต่อโครงการโดยรวม เพราะภาพลักษณ์เดิมยังไม่ดี หรือมีความเชื่อแบบเก่า

(3) เวลาต่างๆ ไม่มีคนเดิน เจียบ

(4) อยู่ในโซนสำนักงาน คนทำงานก็รีบกลับบ้านกัน

การวาดฝัน (Dream)

(1) เกิดการเชื่อมต่อระหว่างกิจการ ศิลปะ กายภาพ และจิตใจ (Body Mind & Soul)

(2) อยากเห็นความร่วมมือกันของทุกร้าน สร้างให้พื้นที่นี้คึกคัก ให้เป็น Talk of the Town

(3) อยากให้เกิดถนนศิลปะ (Art Street)

การออกแบบ (Design)

(1) การเชื่อมต่อระหว่างกิจการ

(2) ทำเพจรวมของโครงการ Westlane เพื่อโปรโมท ลงความเคลื่อนไหวของทุกร้าน

(3) ฝากแผ่นพับโฆษณาข่าวสารได้ทุกกิจการ

(4) ทุกกิจการช่วยกันสร้าง Activity

การดำเนินการ (Destiny)

(1) หากคนกลางเป็นตัวเชื่อมทุกกิจการไว้ด้วยกัน (เจ้าของโครงการ Westlane หรือตัวแทนของบางกิจการ)

(2) ทำให้ย่านนี้คึกคัก ทุกกิจการจะสามารถอยู่รอดได้

4.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเจ้าของกิจการห้องสมุด ร้านหนังสืออิสระ และกิจการที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุด

การสัมภาษณ์: วิวัฒน์ เลิศวิวัฒน์วงศา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 สิงหาคม 2557) ผู้ช่วยร้านหนังสืออิสระและห้องสมุด "ร้านหนังสือ" และผู้จัดโปรแกรมกิจกรรมกลุ่มFilm Sick

การค้นพบ (Discovery) ของ "ร้านหนังสือ"

จุดแข็งขององค์กร (Strength):

(1) วิธีการขายหนังสือโดยตรงกับผู้ที่ต้องการ

(2) การแชร์ทรัพยากร (หนังสือ และ ภาพยนตร์)

(3) ง่าย สะดวกในการติดต่อและการจัดการ

จุดอ่อนขององค์กร (Weakness)

(1) เป็นหนี้

(2) ขายไม่ค่อยได้ (รายได้หลักมาจากส่วนร้านกาแฟ)

โอกาสขององค์กร (Opportunity):

(1) มีหนังสือที่ไม่มีขายในท้องตลาด เกิดความแตกต่างจากร้านหนังสืออื่น

(2) มี connection เป็นจำนวนมาก ความเป็นไปได้ในการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

ภัยคุกคามขององค์กร (Threat)

(1) ความสนใจของคนในพื้นที่ด้านศิลปวัฒนธรรมมีน้อย

การวาดฝัน (Dream)

(1) อยากให้ชุมชนมีหนังสือดีๆอ่าน มีหนังหายากให้ดู มีหนังสือหายาก

(2) เป็นชุมชนหนังสือและหนังหายาก เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนของคนในชุมชนในจังหวัด

การออกแบบ (Design)

(1) สร้างพันธมิตรและเครือข่ายจากชุมชน เพื่อเพิ่มจำนวนทรัพยากร เกิดการสร้างกิจกรรมและการขยายเนื้อหา ทำให้เกิดโอกาสความเป็นไปได้ในการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

(2) การมีรายได้เสริมจากหลายๆทาง เช่น เปิดร้านกาแฟ รับจ้างจัดกิจกรรม เป็นต้น

การดำเนินการ (Destiny)

(1) เป็นตัวแทนของภูมิภาคในการจัดการกิจกรรม

การค้นพบ (Discovery) ของ The Reading Room

จุดแข็งขององค์กร (Strength):

(1) เป็นฐานที่มั่นในการปฏิบัติงานของกลุ่ม Film Sick

(2) สะดวกในการติดต่อและการจัดการกิจกรรมร่วมกัน

จุดอ่อนขององค์กร (Weakness)

(1) ยังไม่มีงบประมาณที่เพียงพอต่อการจัดกิจกรรม

(2) ขนาดพื้นที่ไม่เพียงพอต่อกิจกรรมขนาดใหญ่

โอกาสขององค์กร (Opportunity):

(1) จัดโปรแกรมหนังที่กว้างขวางมากขึ้น คนเข้าถึงและร่วมกิจกรรมมากขึ้น

(2) มี Connection กับองค์กรอื่นๆเป็นจำนวนมาก ทำให้มีศักยภาพในการจัดกิจกรรม

ภัยคุกคามขององค์กร (Threat)

(1) งบประมาณของผู้จัดงานขนาดเล็กที่มีจำกัด

การวาดฝัน (Dream)

(1) ดำเนินกิจการโดยไม่ต้องใช้เงินส่วนตัว อยากรู้ให้คนทำงานมีรายได้

(2) พื้นที่ที่มีการเติบโตมากกว่านี้

การออกแบบ (Design)

(1) มีการจัดการระบบสืบค้นหนังสือและเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

(2) การทำ Archive ทั้งหนังสือและภาพยนตร์

การดำเนินการ (Destiny)

- (1) มี Funding ที่เยอะขึ้น
- (2) ความเป็นพันธมิตรระหว่าง Film Virus กับ The Reading Room
- (3) มีส่วนของห้องสมุดภาพยนตร์ ช่วยต่อยอดให้กิจกรรมของกลุ่มและพื้นที่ได้

การสัมภาษณ์: วีรณัฐ โรจนประภา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 กรกฎาคม 2557) เจ้าของกิจการเพื่อสังคม “คิดใหม่” และ “บ้านอารีย์”

การค้นพบ (Discovery) ของ "บ้านอารีย์"

จุดแข็งขององค์กร (Strength):

- (1) แก่นของกิจการเพื่อสังคม ต้องเริ่มมาจากจิตใจอยากช่วยเหลือสังคมตรงจุดไหน
- (2) เห็นปัญหาที่มีอยู่จริง เชื่อมั่นในความคิด ทำในสิ่งดีๆ จะมีทางเดินของตนเอง จะมีช่องทางขยายไปตามธรรมชาติ
- (3) ยากแค้นแล้วพิสูจน์ว่าสามารถแก้ไขได้จริงจึงเป็นสิ่งที่คนต้องการ

จุดอ่อนขององค์กร (Weakness)

- (1) ถ้าเดินตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงจะเป็นภูมิคุ้มกันจุดอ่อน

โอกาสขององค์กร (Opportunity):

- (1) การตลาดแบบปากต่อปาก
- (2) เกิดการขยายของชุมชนแบบค่อยเป็นค่อยไป

ภัยคุกคามขององค์กร (Threat)

- (1) อย่าเอาหลักของทุนนิยมเป็นตัวตั้ง จะทำให้กิจการเพื่อสังคมไม่ได้ผล

การวาดฝัน (Dream)

- (1) เป็นหน้าที่ที่ต้องทำ ต้องช่วยแก้ปัญหาสังคม

การออกแบบ (Design)

- (1) วิธีคิดแบบเศรษฐกิจพอเพียง ทำตามความพร้อม (อย่าเดินตามวิถีทางทุนนิยม)

การดำเนินการ (Destiny)

- (1) ดำเนินกิจการอย่างยั่งยืนเพราะมีภูมิคุ้มกัน
- (2) กิจการเพื่อสังคมจะเติบโตตามความพร้อมและกำลังของตนเอง

การค้นพบ (Discovery) ของ The Reading Room

จุดแข็งขององค์กร (Strength):

- (1) เริ่มต้นด้วยใจ แล้วจะมีทางเดินของตนเอง
- (2) แก้ปัญหาความคิดความเชื่อ ที่คนยังขาดอยู่

จุดอ่อนขององค์กร (Weakness)

(1) ยังไม่สามารถแก้ปัญหาให้คนทุกกลุ่มได้ ควรหาหัวข้อหรือเนื้อหาที่ใกล้ชีวิตคนมากขึ้น

โอกาสขององค์กร (Opportunity):

(1) ปัญหาเรื่องความเชื่อ ความไม่รู้ เป็นปัญหาที่มีอยู่จริงและเป็นปัญหาสำคัญ เพียงแต่มันยังไม่ถึงเวลา ซึ่งทุกคนจะเริ่มเห็นถึงปัญหาแล้วต้องการแสวงหาความจริง

(2) ถ้าคนเติม Physical Need ก่อนเพื่อมาเป็น Social Need คือ "อยู่เพื่อกิน" แต่ถ้าเมื่อไร คนศึกษาความเป็นจริงของชีวิตของธรรมชาติและสังขารก่อน คือ "คนกินเพื่ออยู่" แล้วสิ่งนั้นจะมาเติมเต็ม Physical Need

ภัยคุกคามขององค์กร (Threat)

(1) อย่าเอาหลักของทุนนิยมเป็นตัวตั้ง จะทำให้กิจการเพื่อสังคมไม่ได้ผล

(2) ผู้สนใจศิลปวัฒนธรรมยังคงเป็นกลุ่มที่แคบ

การวาดฝัน (Dream)

(1) ต้องระบุปัญหาให้ชัดเจนว่าสิ่งที่ทำกำลังจะแก้ปัญหาเรื่องอะไร แล้วพัฒนาต่อจากจุดนี้

การออกแบบ (Design)

(1) สร้างประเด็นที่ใกล้ชีวิตคนมากขึ้น เช่น การแก้ความทุกข์โดยการให้ความรู้ผ่านงานศิลปะ มันก็จะได้กลุ่มคนอีกกว้างไกลขึ้นมากๆแล้วก็จะเป็ประโยชน์จริง พอเป็นประโยชน์จริงมันจะเกิดการตลาดแบบปากต่อปากเอง

(2) มีหน่วยธุรกิจอื่นที่คอยช่วยสนับสนุนด้านการเงิน ที่มาจากการแก้ปัญหาหรือสร้างขึ้นมาเพื่อความเหมาะสม ไม่อิงทุนนิยม

(3) การเป็นพันธมิตรระหว่างบ้านอารีย์กับ The Reading Room ในการจัดกิจกรรม

การดำเนินการ (Destiny)

(1) เกิดการเรียนรู้ การแสวงหาความจริงจากศิลปวัฒนธรรม

(2) การตลาดแบบปากต่อปาก

การสัมภาษณ์: ธนบูรณ์ สมบูรณ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 สิงหาคม 2557) เจ้าของกิจการเพื่อสังคม CreativeMOVE และPORTFOLIOS.NET

การค้นพบ (Discovery) ของ "CreativeMOVE"

จุดแข็งขององค์กร (Strength):

(1) เป็นSocial Innovation Agencyคือการเชื่อมต่อระหว่าง Online Community กับ Offline Community ให้เกิดImpact ทางด้านการพัฒนาเชิงสังคม

(2) มีอำนาจต่อรองและคัดเลือกลูกค้า เพราะด้วยประสบการณ์ ผลงาน และเป้าหมายที่ชัดเจนไม่เปลี่ยนแปลง

(3) ขาด skill การทำ Research และการเข้าใจเรื่องชุมชนต่อลูกค้า

(4) การทำงานแบบ Partner

จุดอ่อนขององค์กร (Weakness)

(1) การเติบโตแบบค่อยเป็นค่อยไป ลงมือทำตามกำลัง ทำให้ไม่มีจุดอ่อน

โอกาสขององค์กร (Opportunity):

(1) พลังด้านบวกของคนที่ต้องการทำสิ่งดีให้สังคม

(2) เห็นช่องว่างทางการตลาด

(2) Social Investor จะลงทุนใน Project มีแนวโน้มที่น่าจะเติบโต

ภัยคุกคามขององค์กร (Threat)

(1) การสื่อสารชุมชน (Online Community) ที่เปลี่ยนไปจาก Website และ Webboard มาเป็น Facebook ทำให้ต้องหาวิธีการจัดการโลก online และ offline ใหม่

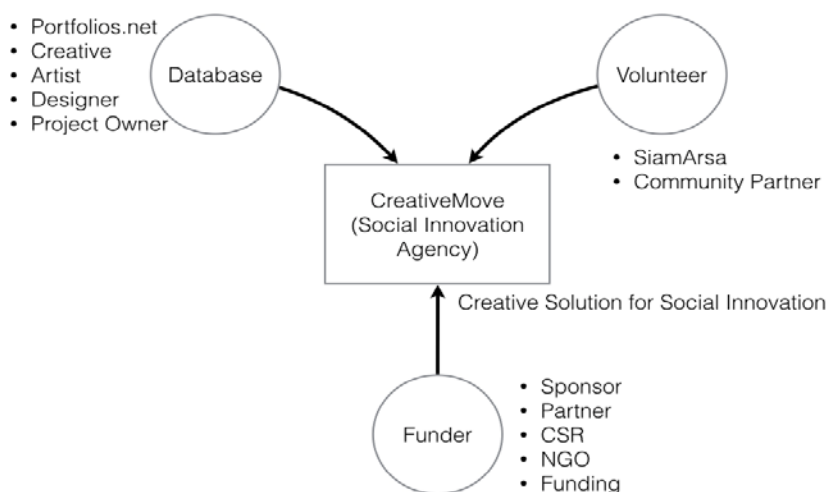
การวาดฝัน (Dream)

(1) “Creative, art & design can change the world”

การออกแบบ (Design)

(1) การอาศัย Connection System สร้างวงจรของ Creative Solution for Social Innovation ได้แก่ ส่วน Database ส่วน Volunteer และส่วน Funder

ภาพที่ 4.1: แสดงโครงสร้างองค์กร CreativeMOVE



การดำเนินการ (Destiny)

- (1) เกิดนวัตกรรมในการแก้ไขหรือพัฒนาสังคมในด้านต่างๆ ตอบสนองความต้องการของทุกฝ่าย ได้แก่ เจ้าของความคิด อาสาสมัคร และเจ้าของเงินทุน
- (2) ในฐานะกิจการเพื่อสังคม สามารถใช้เทคโนโลยีที่มีสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคม (Impact)

การค้นพบ (Discovery) ของThe Reading Room

จุดแข็งขององค์กร (Strength):

- (1) ต้องสร้างกิจกรรมให้เกิดความน่าสนใจ

จุดอ่อนขององค์กร (Weakness)

- (1) ยังไม่สามารถสร้างรายได้จาก Connection ได้
- (2) ชุมชนยังไม่เข้มแข็งพอ ที่จะสร้างผลงานหรือกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

โอกาสขององค์กร (Opportunity):

- (1) การบริหารCommunity คือทำให้คนรู้สึก Comfortable ทั้ง Onlineและ Offline
- (2) Platform แต่ละแบบมีลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกัน ต้องทำความเข้าใจและใช้ประโยชน์ให้ถูกจุด เช่น Facebookกับwebsite

ภัยคุกคามขององค์กร (Threat)

- (1) ปัญหาในการดึงคนจากโลก Onlineให้เข้ามาสู่โลกOffline เพื่อให้เกิดกิจกรรมที่ Impact ต่อสังคม
- (2) ความยากลำบากในการขายโครงการของห้องสมุดต่อผู้สนับสนุนทางการเงิน

การวาดฝัน (Dream)

- (1) หาเป้าหมายในการแก้ปัญหาและสร้างImpactในสังคม

การออกแบบ (Design)

- (1) สะสมและสร้างจำนวนผู้ใช้งานหรือชุมชน เพื่อใช้เป็นอำนาจต่อรองกับกลุ่มทุนที่อยากสนับสนุน ซึ่งต้องใช้เวลาและทำตามเป้าหมายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ
- (2) ทำในสิ่งที่ถนัด และหาคนช่วยในสิ่งอื่นจากชุมชน

การดำเนินการ (Destiny)

- (1) ถ้าThe Reading Roomสามารถบริหารจัดการด้านเนื้อหา ชุมชน และผู้ลงทุน ให้ตอบโจทย์ของกิจการห้องสมุดไปพร้อมกันได้แล้ว จะทำให้ห้องสมุดแห่งนี้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เพื่อสำรวจหาความต้องการ พฤติกรรม และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการห้องสมุด โดยใช้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการห้องสมุด The Reading Roomจำนวน 252 ตัวอย่าง เพื่อ

นำมาเสริมกับข้อมูลที่ได้จากกระบวนการทำสุนทรียสาธก โดยแบ่งข้อมูลดังนี้คือ

4.2.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

4.2.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด The Reading Room

4.2.3 ความคิดเห็นต่อบริการของห้องสมุด The Reading Room เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room

4.2.4 ข้อเสนอแนะ

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 252คน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	159	63.10
หญิง	93	36.90
รวม	252	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 63.1 และที่เหลือเป็นเพศหญิง มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9

ตารางที่ 4.2: อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	6	2.40
21-30 ปี	154	61.10
31-40 ปี	78	31
41-50 ปี	14	5.60
51 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	252	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลทั่วไปด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 61.10 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ถัดมาคือมีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.60 และที่เหลือมีอายุไม่เกิน 20 ปี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.40

ตารางที่ 4.3: ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	10	4
ปริญญาตรี	145	57.50
ปริญญาโท	91	36.10
ปริญญาเอก	2	0.80
รวม	252	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลทั่วไปด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาคือระดับปริญญาโท มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 36.10 ถัดมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และที่เหลือมีการศึกษาระดับปริญญาเอก มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 4.4: อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	57	22.60
อาจารย์ / นักวิชาการ	28	11.10
พนักงานบริษัท	60	23.80
รับราชการ	12	4.80
เจ้าของธุรกิจ	17	6.70
อิสระ	68	27
อื่น ๆ	10	4
รวม	252	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูลทั่วไปด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพอิสระ มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคือพนักงานพนักงานบริษัท มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 ถัดมาคืออาจารย์/นักวิชาการ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10 ถัดมาคืออาชีพเจ้าของธุรกิจ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 ถัดมาคืออาชีพข้าราชการ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 และที่เหลือคืออาชีพอื่น ๆ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 4.5: รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	40	15.90
10,001-20,000 บาท	78	31
20,001-30,000 บาท	68	27
30,001 บาทขึ้นไป	64	25.40
รวม	252	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงข้อมูลทั่วไปด้านรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ถัดมาคือรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.40 ที่เหลือมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 15.90

4.2.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด The Reading Room

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด The Reading Room ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 252 คน ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ การใช้งานห้องสมุด รู้จักห้องสมุดได้จากช่องทางใด เวลาที่สะดวกในการใช้บริการ และห้องสมุดแห่งนี้ช่วยแก้ปัญหาใดในสังคม โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบจำนวนและร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6: ความถี่ในการใช้บริการห้องสมุด The Reading Room

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	141	56
1 ครั้งต่อเดือน	59	23.40
2 ครั้งต่อเดือน	36	14.30
3 ครั้งต่อเดือน	6	2.40
มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน	10	4
รวม	252	100

จากตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด The Reading Room ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 ถัดมาคือ 2 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 ถัดมาคือมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และลำดับสุดท้ายคือ 3 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.40

ตารางที่ 4.7: ระยะเวลาที่ใช้บริการห้องสมุด The Reading Room ต่อ 1 ครั้ง

ระยะเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ชั่วโมง	18	7.10
1 – 2 ชั่วโมง	88	34.90
3 – 4 ชั่วโมง	98	38.90
นานกว่า 4 ชั่วโมง	48	19
รวม	252	100

จากตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด The Reading Room ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการห้องสมุด The Reading Room ต่อ 1 ครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เวลา 3-4 ชั่วโมง มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 38.90 รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมง มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 34.90 ถัดมาคือ นานกว่า 4 ชั่วโมง มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และลำดับสุดท้าย

คือ ไม่เกิน 1 ชั่วโมง มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10

ตารางที่ 4.8: การใช้งานห้องสมุด The Reading Room

การใช้งานห้องสมุด	จำนวน	ร้อยละ
ค้นคว้าหาความรู้จากหนังสือ	351	33.56
ร่วมกิจกรรมของห้องสมุด	348	33.27
นั่งอ่านหนังสือ	63	6.02
นั่งทำงาน	51	4.87
เป็นที่นัดหมาย	146	13.96
พักผ่อน	62	5.93
อื่นๆ	25	2.39
รวม	1,046	100

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้หลายข้อ

จากตารางที่ 4.8 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด The Reading Room ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการใช้งานห้องสมุด The Reading Room พบว่า ส่วนใหญ่ค้นคว้าหาความรู้จากหนังสือ มีจำนวน 351 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.56 รองลงมาคือร่วมกิจกรรมของห้องสมุด มีจำนวน 348 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.27 ถัดมาคือเป็นที่นัดหมาย มีจำนวน 146 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.96 ถัดมาคือนั่งอ่านหนังสือ มีจำนวน 63 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.02 ถัดมาคือพักผ่อน มีจำนวน 62 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.93 ถัดมาคือนั่งทำงาน มีจำนวน 51 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 4.87 และลำดับสุดท้ายคืออื่นๆ (ไม่ระบุกิจกรรม) มีจำนวน 25 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.39

ตารางที่ 4.9: รู้จักห้องสมุด The Reading Room ได้จากช่องทางใด

ประเภทช่องทาง	จำนวน	ร้อยละ
โซเชียลมีเดีย (Social media)	146	24.41
เว็บไซต์ (Web site)	91	15.22
จดหมายข่าว	124	20.73

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ): รู้จักห้องสมุด The Reading Roomได้จากช่องทางใด

ประเภทช่องทาง	จำนวน	ร้อยละ
สื่อสิ่งพิมพ์	45	7.52
รายการโทรทัศน์	28	4.68
มีผู้แนะนำ	144	24.08
อื่นๆ	20	3.34
รวม	598	100

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้หลายข้อ

จากตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด The Reading Room ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านรู้จักห้องสมุด The Reading Room ได้จากช่องทางใด พบว่าส่วนใหญ่รู้จักจากโซเชียลมีเดีย (Social Media) มีจำนวน 146 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.41 รองลงมาคือมีผู้แนะนำ มีจำนวน 144 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.08 ถัดมาคือจดหมายข่าว มีจำนวน 124 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.73 ถัดมาคือเว็บไซต์ (Web site) มีจำนวน 91 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.22 ถัดมาคือสื่อสิ่งพิมพ์ มีจำนวน 45 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.52 ถัดมาคือรายการโทรทัศน์ มีจำนวน 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.68 และลำดับสุดท้ายคืออื่นๆ (ไม่ระบุช่องทาง) มีจำนวน 20 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.34

ตารางที่ 4.10: เวลาที่สะดวกในการใช้บริการห้องสมุด The Reading Room

เวลาที่สะดวกในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงกลางวัน วันจันทร์-ศุกร์	30	5.74
ช่วงเย็น วันจันทร์-ศุกร์	67	12.81
ช่วงกลางวัน วันเสาร์-อาทิตย์	221	42.27
ช่วงเย็น วันเสาร์-อาทิตย์	205	39.20
รวม	523	100

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้หลายข้อ

จากตารางที่ 4.10 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด The Reading Room ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านเวลาที่สะดวกในการใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงกลางวัน วันเสาร์-

อาทิตย์ มีจำนวน 221 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 42.27 รองลงมาคือช่วงเย็น วันเสาร์-อาทิตย์ มีจำนวน 205 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 39.2 ถัดมาคือช่วงเย็น วันจันทร์-ศุกร์ มีจำนวน 67 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 12.81 และลำดับสุดท้ายคือช่วงกลางวัน วันจันทร์-ศุกร์ มีจำนวน 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.74

ตารางที่ 4.11: ห้องสมุด The Reading Room ช่วยแก้ปัญหาใดในสังคม

การแก้ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ช่วยให้คนอ่านหนังสือมากขึ้น	73	10.24
ช่วยสร้างชุมชนทางศิลปวัฒนธรรม	175	24.54
ช่วยในการแสวงหาความรู้เพื่อการพัฒนาความคิด	116	16.27
เป็นพื้นที่ที่พบปะสังสรรค์ของกลุ่มคนที่สนใจในสิ่งเดียวกัน	189	26.51
เป็นพื้นที่สาธารณะ (Open space / Public space) เปิดโอกาสให้คนได้แสดงออกทางความคิด ความเชื่อ และทัศนคติ	155	21.74
อื่นๆ	5	0.70
รวม	713	100

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้หลายข้อ

จากตารางที่ 4.11 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด The Reading Room ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการแก้ปัญหาในสังคม พบว่าส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นพื้นที่ที่พบปะสังสรรค์ของกลุ่มคนที่สนใจในสิ่งเดียวกัน มีจำนวน 189 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.51 รองลงมาคือช่วยสร้างชุมชนทางศิลปวัฒนธรรม มีจำนวน 175 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.54 ถัดมาคือเป็นพื้นที่สาธารณะ (Open space / Public space) เปิดโอกาสให้คนได้แสดงออกทางความคิด ความเชื่อ และทัศนคติ มีจำนวน 155 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 21.74 ถัดมาคือช่วยในการแสวงหาความรู้เพื่อการพัฒนาความคิด มีจำนวน 116 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 16.27 ถัดมาคือช่วยให้คนอ่านหนังสือมากขึ้น มีจำนวน 73 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 10.24 และลำดับสุดท้ายคืออื่นๆ มีจำนวน 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 0.7

4.2.3 ความคิดเห็นต่อบริการของห้องสมุด The Reading Room เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบริการของห้องสมุด The Reading Room เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room จากกลุ่มตัวอย่าง

ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 252 คน ตามแนวคิดสุนทรียสาธก ได้แก่ Discovery (สิ่งที่จำเป็นมากที่สุด) Dream (สิ่งที่อยากได้มากที่สุด) Design (สิ่งที่อยากมีที่สุด) และDestiny (สิ่งที่มีแล้วเกิดความยั่งยืน) โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปค่าเฉลี่ย (Mean) และการแปลค่าความหมาย ดังนี้

ตารางที่ 4.12: ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Roomด้านสิ่งที่จำเป็นมากที่สุด (Discovery)

ปัจจัยด้านสิ่งที่จำเป็นมากที่สุด (Discovery)	น้อยที่สุด→ มากที่สุด						ระดับการ	
	1	2	3	4	5	รวม	Mean	แปลผล
เป็นชุมชนทางความคิด (Intellectual Community)	0	0	28	95	129	252	4.40	สำคัญ มากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	0	0	11.1	37.7	51.2	100		
เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่เข้าถึงคน ทุกกลุ่ม	6	12	78	98	58	252	3.75	สำคัญ มาก
จำนวนร้อยละ (%)	2.4	4.8	31.0	38.9	23.0	100		
เป็นห้องสมุดเฉพาะทางด้าน ศิลปวัฒนธรรม	2	2	68	102	78	252	4	สำคัญ มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.8	0.8	27	40.5	31	100		
พื้นที่สามารถรองรับกิจกรรมได้ หลากหลาย	4	2	79	107	60	252	3.86	สำคัญ มาก
จำนวนร้อยละ (%)	1.6	0.8	31.3	42.5	23.8	100		
เป็นห้องสมุดที่มีบรรยากาศอบอุ่น สบายๆ ไม่เป็นทางการ	0	4	30	90	128	252	4.35	สำคัญ มากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	0	1.6	11.9	35.7	50.8	100		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ): ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Roomด้านสิ่ง
จำเป็นมากที่สุด (Discovery)

ปัจจัยด้านสิ่งจำเป็นมากที่สุด (Discovery)	น้อยที่สุด→ มากที่สุด						ระดับการ	
	1	2	3	4	5	รวม	Mean	แปลผล
การคัดเลือกหนังสือในห้องสมุดให้มีความน่าสนใจ	0	0	38	114	100	252	4.24	สำคัญมาก
จำนวนร้อยละ (%)	0	0	15.1	45.2	39.7	100		
การจัดกิจกรรมในห้องสมุดให้มีความน่าสนใจ	0	2	46	88	116	252	4.26	สำคัญมากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	0	0.8	18.3	34.9	46	100		
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรในห้องสมุดได้อย่างครบถ้วนและรวดเร็ว	2	4	69	117	60	252	3.90	สำคัญมาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.8	1.6	27.4	46.4	23.8	100		
ประสิทธิภาพในการประสานงานและดำเนินการจัดกิจกรรม	0	1	49	131	71	252	4.07	สำคัญมาก
จำนวนร้อยละ (%)	0	0.4	19.4	52	28.2	100		
การรักษาแนวคิดและมาตรฐานของห้องสมุด	0	6	32	110	104	252	4.23	สำคัญมาก
จำนวนร้อยละ (%)	0	2.4	12.7	43.7	41.3	100		

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ด้านสิ่งจำเป็นมากที่สุด (Discovery) เรียงลำดับดังนี้

1. การเป็นชุมชนทางความคิด (Intellectual Community) อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากที่สุด จำนวน 129คน ร้อยละ51.2 ค่าเฉลี่ย4.4
2. เป็นห้องสมุดที่มีบรรยากาศอบอุ่น สบายๆ ไม่เป็นทางการ อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากที่สุด

จำนวน 128 คน ร้อยละ 50.8 ค่าเฉลี่ย 4.35

3. การจัดกิจกรรมในห้องสมุดให้มีความน่าสนใจ อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากที่สุด จำนวน 116 คน ร้อยละ 46 ค่าเฉลี่ย 4.26

4. การคัดเลือกหนังสือในห้องสมุดให้มีความน่าสนใจ อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 114 คน ร้อยละ 45.2 ค่าเฉลี่ย 4.24

5. การรักษาแนวคิดและมาตรฐานของห้องสมุด อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 110 คน ร้อยละ 43.7 ค่าเฉลี่ย 4.23

6. ประสิทธิภาพในการประสานงานและดำเนินการจัดกิจกรรม อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 131 คน ร้อยละ 52 ค่าเฉลี่ย 4.07

7. เป็นห้องสมุดเฉพาะทางด้านศิลปวัฒนธรรม อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 102 คน ร้อยละ 40.5 ค่าเฉลี่ย 4

8. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรในห้องสมุดได้อย่างครบถ้วนและรวดเร็ว อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 117 คน ร้อยละ 46.4 ค่าเฉลี่ย 3.9

9. เป็นพื้นที่สามารถรองรับกิจกรรมได้หลากหลาย อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 107 คน ร้อยละ 42.5 ค่าเฉลี่ย 3.86

10. เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่เข้าถึงคนทุกกลุ่ม อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 98 คน ร้อยละ 38.9 ค่าเฉลี่ย 3.75

ตารางที่ 4.13: ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ด้านสิ่งที่อยากได้มากที่สุด (Dream)

ปัจจัยด้านสิ่งที่อยากได้มากที่สุด (Dream)	น้อยที่สุด → มากที่สุด						ระดับการ	
	1	2	3	4	5	รวม	Mean	แปลผล
เป็นศูนย์รวมด้านศิลปวัฒนธรรม (Art & Cultural Community Complex) ขนาดใหญ่	3	14	79	83	73	252	3.82	สำคัญ มาก
จำนวนร้อยละ (%)	1.2	5.6	31.3	32.9	29	100		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ): ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ด้าน
สิ่งที่ยากได้มากที่สุด (Dream)

ปัจจัยด้านสิ่งที่ยากได้มากที่สุด (Dream)	น้อยที่สุด→ มากที่สุด						ระดับการ	
	1	2	3	4	5	รวม	Mean	แปลผล
ช่วยในการขยายตัวทางความรู้และ ความคิด นำไปสู่การยกระดับ และ พัฒนาความรู้ของคนให้เท่าทันอยู่ เสมอ (Media literacy)	0	4	48	88	112	252	4.22	สำคัญ มากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	0	1.6	19.0	34.9	44.4	100		
ช่วยสนับสนุนกลุ่มคนด้านแวดวง ศิลปวัฒนธรรมให้รวมตัวกันจนเป็น ชุมชน (Community) เกิดการ สนับสนุนแบ่งปันทรัพยากรด้าน ต่างๆ การขยายความร่วมมือ และ พัฒนาศักยภาพไปร่วมกัน	0	2	32	100	118	252	4.32	สำคัญ มากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	0	0.8	12.7	39.7	46.8	100		
เป็นจุดหมาย (Destination) สำหรับ บุคคลทั่วไป ผู้ที่สนใจ นักท่องเที่ยว	0	14	82	98	58	252	3.79	สำคัญ มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0	5.6	32.5	38.9	23	100		

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนา
ห้องสมุด The Reading Room ด้านสิ่งที่ยากได้มากที่สุด (Dream) เรียงลำดับดังนี้

1. ช่วยสนับสนุนกลุ่มคนด้านแวดวงศิลปวัฒนธรรมให้รวมตัวกันจนเป็นชุมชน
(Community) เกิดการสนับสนุนแบ่งปันทรัพยากรด้านต่างๆ การขยายความร่วมมือ และพัฒนา
ศักยภาพไปร่วมกัน อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากที่สุด จำนวน 118คน ร้อยละ 46.8ค่าเฉลี่ย4.32
2. ช่วยในการขยายตัวทางความรู้และความคิด นำไปสู่การยกระดับ และพัฒนาความรู้ของ
คนให้เท่าทันอยู่เสมอ (Media literacy) อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากที่สุด จำนวน 112น ร้อยละ 44.4

ค่าเฉลี่ย 4.22

3. เป็นศูนย์รวมด้านศิลปวัฒนธรรม (Art & Cultural Community Complex) ขนาดใหญ่ อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 83คน ร้อยละ 32.9ค่าเฉลี่ย 3.82

4. เป็นจุดหมาย (Destination) สำหรับบุคคลทั่วไป ผู้ที่สนใจ นักท่องเที่ยว อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 98คน ร้อยละ 38.9ค่าเฉลี่ย 3.79

ตารางที่ 4.14: ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ด้านสิ่งที่อยากมีที่สุด (Design)

ปัจจัยด้านสิ่งที่อยากมีที่สุด (Design)	น้อยที่สุด → มากที่สุด						ระดับการ	
	1	2	3	4	5	รวม	Mean	แปลผล
ห้องสมุดมีพื้นที่และที่นั่งเพิ่มขึ้น	1	16	70	84	81	252	3.90	สำคัญ มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.4	6.3	27.8	33.3	32.1	100		
ห้องสมุดมีพนักงานดูแลเพิ่มขึ้น	2	22	125	70	32	252	3.43	สำคัญ ปานกลาง
จำนวนร้อยละ (%)	1	8.7	49.6	27.8	12.7	100		
ยืดเวลาการเปิด-ปิดห้องสมุด	1	16	81	79	75	252	3.83	สำคัญ ปานกลาง
จำนวนร้อยละ (%)	0.4	6.3	32.3	31.3	29.8	100		
มีหนังสือหลากหลายและจำนวนมาก ขึ้น	0	8	54	102	88	252	4.07	สำคัญ มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0	3.2	21.4	40.5	34.9	100		
มีกิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม ที่หลากหลายอย่างสม่ำเสมอ	2	6	26	97	121	252	4.30	สำคัญ มากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	0.8	2.4	10.3	38.5	48	100		
มีการเปิดอบรมหลักสูตรต่างๆให้แก่ ผู้สนใจ	2	20	63	101	66	252	3.82	สำคัญ มาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.8	7.9	25	40.1	26.2	100		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Roomด้านสิ่งที่ยากมีที่สุด (Design)

ปัจจัยด้านสิ่งที่ยากมีที่สุด (Design)	น้อยที่สุด→ มากที่สุด						ระดับการ	
	1	2	3	4	5	รวม	Mean	แปลผล
มีการให้เข้าสถานที่สำหรับจัดกิจกรรม จัดประชุม หรือทำงาน	5	28	76	89	54	252	3.63	สำคัญมาก
จำนวนร้อยละ (%)	2	11.1	30.2	35.3	21.4	100		
มีบริการเป็นที่ปรึกษาและรับจัดงานกิจกรรม	4	21	86	96	45	252	3.62	สำคัญมาก
จำนวนร้อยละ (%)	1.6	8.3	34.1	38.1	17.9	100		
มีอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ชา กาแฟ ขนมเค้ก จำหน่าย	7	28	84	84	49	252	3.55	สำคัญปานกลางและมาก
จำนวนร้อยละ (%)	2.8	11.1	33.3	33.3	19.4	100		
มีบริการถ่ายสำเนาหนังสือ เอกสาร และพิมพ์งาน	20	35	72	75	50	252	3.39	สำคัญมาก
จำนวนร้อยละ (%)	7.9	13.9	28.6	29.8	19.8	100		
มีบอร์ดสำหรับฝากข่าวสารและหางาน	9	24	95	76	48	252	3.51	สำคัญปานกลาง
จำนวนร้อยละ (%)	3.6	9.5	37.7	30.2	19	100		
มีระบบค้นหาข้อมูลหนังสือและเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง (Digital Archive)	5	4	56	102	85	252	4.02	สำคัญมาก
จำนวนร้อยละ (%)	2	1.6	22.2	40.5	33.7	100		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Roomด้านสิ่งที่ยากมีที่สุด (Design)

ปัจจัยด้านสิ่งที่ยากมีที่สุด (Design)	น้อยที่สุด→ มากที่สุด						ระดับการ	
	1	2	3	4	5	รวม	Mean	แปลผล
มี Web Site ของห้องสมุดที่มีเนื้อหาที่ครบถ้วน เช่น การวิจารณ์ และแนะนำหนังสือใหม่ การสืบค้นข้อมูล เป็นต้น	1	4	53	88	106	252	4.16	สำคัญมากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	0.4	1.6	21	34.9	42.1	100		
มีการนำข้อมูลกิจกรรมต่างๆมารวบรวมเป็นซีรี่ย์หนังสือจำหน่าย	1	14	74	92	71	252	3.86	สำคัญมาก
จำนวนร้อยละ (%)	0.4	5.6	29.4	36.5	28.2	100		
สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกห้องสมุด เช่น ยืมคืนหนังสือ ได้รับของที่ระลึก พิเศษจากวิทยากรแขกรับเชิญ	8	26	72	86	60	252	3.65	สำคัญมาก
จำนวนร้อยละ (%)	3.2	10.3	28.6	34.1	23.8	100		

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ด้านสิ่งที่ยากให้มากที่สุด (Design) เรียงลำดับดังนี้

1. มีกิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่หลากหลายอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากที่สุด จำนวน 121คน ร้อยละ 48ค่าเฉลี่ย4.3
2. มี Web Site ของห้องสมุดที่มีเนื้อหาที่ครบถ้วน เช่น การวิจารณ์ และแนะนำหนังสือใหม่ การสืบค้นข้อมูล เป็นต้น อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากที่สุด จำนวน 106คน ร้อยละ 42.1ค่าเฉลี่ย4.16
3. มีหนังสือหลากหลายและจำนวนมากขึ้น อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 102คน ร้อยละ 40.5ค่าเฉลี่ย4.07
4. มีระบบค้นหาข้อมูลหนังสือและเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง (Digital Archive) อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 102คน ร้อยละ 40.5ค่าเฉลี่ย4.02

5. ห้องสมุดมีพื้นที่และที่นั่งเพิ่มขึ้น อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากถึงมากที่สุดจำนวนใกล้เคียงกัน คือ มีจำนวน84คน ร้อยละ 33.3 และ81คน ร้อยละ32.1 ตามลำดับ ค่าเฉลี่ย3.9
6. มีการนำข้อมูลกิจกรรมต่างๆมารวบรวมเป็นซีรี่ย์หนังสือจำหน่าย อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 92คน ร้อยละ 36.5ค่าเฉลี่ย3.86
7. ยืดเวลาการเปิด-ปิดห้องสมุด อยู่ในเกณฑ์สำคัญปานกลาง จำนวน 81คน ร้อยละ 32.1 ค่าเฉลี่ย3.83
8. มีการเปิดอบรมหลักสูตรต่างๆให้แก่ผู้สนใจ อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 101คน ร้อยละ 40.1ค่าเฉลี่ย3.82
9. สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกห้องสมุด เช่น ยืมคืนหนังสือ ได้รับของที่ระลึกพิเศษจากวิทยากร แขกรับเชิญ อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากจำนวน 86คน ร้อยละ 34.1ค่าเฉลี่ย3.65
10. มีการให้เข้าสถานที่สำหรับจัดกิจกรรม จัดประชุม หรือทำงาน อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 89คน ร้อยละ 35.3ค่าเฉลี่ย3.63
11. มีบริการเป็นที่ปรึกษาและรับจัดงานกิจกรรม จัดประชุม หรือทำงาน อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก จำนวน 96คน ร้อยละ 38.1ค่าเฉลี่ย3.62
12. มีอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ชา กาแฟ ขนมเค้ก จำหน่าย อยู่ในเกณฑ์สำคัญปานกลางถึงมาก จำนวนเท่ากันคือ จำนวน 84คน ร้อยละ 33.3ค่าเฉลี่ย3.55
13. มีบอร์ดสำหรับฝากข่าวสารและหางาน อยู่ในเกณฑ์สำคัญปานกลาง จำนวน 95คน ร้อยละ 37.7ค่าเฉลี่ย3.51
14. ห้องสมุดมีพนักงานดูแลเพิ่มขึ้น อยู่ในเกณฑ์สำคัญปานกลาง จำนวน 125คน ร้อยละ 49.6ค่าเฉลี่ย3.43
15. มีบริการถ่ายสำเนาหนังสือ เอกสาร และพิมพ์งาน อยู่ในเกณฑ์สำคัญปานกลางถึงมาก จำนวนใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 72คน ร้อยละ 28.6และ75คน ร้อยละ 29.8ตามลำดับ ค่าเฉลี่ย3.39

ตารางที่ 4.15: ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ด้านสิ่งที่มีแล้วเกิดความยั่งยืน (Destiny)

ปัจจัยด้านสิ่งที่มีแล้วเกิดความยั่งยืน (Destiny)	น้อยที่สุด→ มากที่สุด						ระดับการ	
	1	2	3	4	5	รวม	Mean	แปลผล
การนำกำไรจากการบริหารห้องสมุดมาเป็นส่วนหนึ่งในการซื้อหนังสือและสนับสนุนกิจกรรมให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น เป็นการดำเนินกิจการในลักษณะของกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	4	16	41	91	100	252	4.05	สำคัญมากที่สุด
จำนวนร้อยละ (%)	1.6	6.3	16.3	36.1	39.7	100		

จากตารางที่ 4.15พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดThe Reading Roomด้านสิ่งที่มีแล้วเกิดความยั่งยืน (Destiny) ดังนี้

1. การนำกำไรจากการบริหารห้องสมุดมาเป็นส่วนหนึ่งในการซื้อหนังสือและสนับสนุนกิจกรรมให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น เป็นการดำเนินกิจการในลักษณะของกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากถึงมากที่สุด ในจำนวนใกล้เคียงกันคือ จำนวน91คน ร้อยละ 36.1 จำนวน 100คน ร้อยละ 39.7ตามลำดับ ค่าเฉลี่ย4.05

สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการของห้องสมุด The Reading Room จำนวน 252 ตัวอย่าง พบว่าผู้ใช้บริการห้องสมุด The Reading Room เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย21-40ปี มีการศึกษาทั้งระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ส่วนใหญ่มีอาชีพอิสระ พนักงาน พนักงานบริษัท และอาจารย์/นักวิชาการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท ใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน วันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงกลางวันและเย็น โดยใช้เวลาอยู่ในห้องสมุดประมาณ3-4 ชั่วโมง เพื่อค้นคว้าหาความรู้จากหนังสือ ร่วมกิจกรรมของห้องสมุด และใช้สถานที่นี้เป็นที่นัดหมาย ซึ่งส่วนมากรู้จักห้องสมุดแห่งนี้ผ่านทางช่องทางโซเชียลมีเดียหรือมีผู้แนะนำ

ส่วนที่สำคัญที่สุดคือการสะท้อนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อห้องสมุด The Reading

Room ว่าช่วยแก้ปัญหาได้ในสังคม พบว่าส่วนใหญ่เห็นว่า The Reading Room เป็นพื้นที่สำหรับพบปะสังสรรค์ของกลุ่มคนที่สนใจในสิ่งเดียวกัน รองลงมาคือช่วยสร้างชุมชนทางศิลปวัฒนธรรม ถัดมาคือเป็นพื้นที่สาธารณะ เปิดโอกาสให้คนได้แสดงออกทางความคิด ความเชื่อ และทัศนคติ ถัดมาคือช่วยในการแสวงหาความรู้เพื่อการพัฒนาความคิด ลำดับสุดท้ายคือการช่วยให้คนอ่านหนังสือมากขึ้น แสดงให้เห็นถึงจุดเด่นที่ห้องสมุด The Reading Room มี เป็นโอกาสในการนำจุดเด่นไปพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น แต่เป็นข้อสังเกตว่ากิจการยังไม่ประสบความสำเร็จด้านการช่วยให้คนอ่านหนังสือมากขึ้น ซึ่งต้องนำไปปรับปรุงต่อไป

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพมาออกแบบสอบถามความคิดเห็นต่อบริการของห้องสมุด The Reading Room เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room ด้านสิ่งที่จำเป็นมากที่สุด (Discovery) พบว่าการเป็นชุมชนทางความคิด (Intellectual Community) อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากที่สุด รองลงมาคือความเป็นห้องสมุดที่มีบรรยากาศอบอุ่น สบายๆ ไม่เป็นทางการ และการจัดกิจกรรมในห้องสมุดให้มีความน่าสนใจ อยู่ในลำดับใกล้เคียงกับการคัดเลือกหนังสือในห้องสมุดให้มีความน่าสนใจ

ทางด้านสิ่งที่อยากได้มากที่สุด (Dream) พบว่า ห้องสมุด The Reading Room ช่วยสนับสนุนกลุ่มคนด้านแวดวงศิลปวัฒนธรรมให้รวมตัวกันจนเป็นชุมชน (Community) เกิดการสนับสนุนแบ่งปันทรัพยากรด้านต่างๆ การขยายความร่วมมือ และพัฒนาศักยภาพไปร่วมกัน อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากที่สุด และมีส่วนช่วยในการขยายตัวทางความรู้และความคิด นำไปสู่การยกระดับและพัฒนาความรู้ของคนให้เท่าทันอยู่เสมอ (Media literacy)

ทางด้านสิ่งที่อยากให้มีที่สุด (Design) พบว่าผู้ใช้บริการต้องการให้ห้องสมุด The Reading Room มีกิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่หลากหลายอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากที่สุด รองลงมาคือมี เว็บไซต์ของห้องสมุดที่มีเนื้อหาที่ครบถ้วน เช่น การวิจารณ์ และแนะนำหนังสือใหม่ การสืบค้นข้อมูล เป็นต้น ถัดมาคือมีหนังสือหลากหลายและจำนวนมากขึ้นใกล้เคียงกับการมีระบบค้นหาข้อมูลหนังสือและเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง (Digital Archive)

ทางด้านสิ่งที่มิแล้วเกิดความยั่งยืน (Destiny) พบว่าผู้ใช้บริการเห็นด้วยกับการนำกำไรจากการบริหารห้องสมุดมาเป็นส่วนหนึ่งในการซื้อหนังสือและสนับสนุนกิจกรรมให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น เป็นการดำเนินกิจการในลักษณะของกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) อยู่ในเกณฑ์สำคัญมากถึงมากที่สุด

4.2.4 ข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

4.2.4.1 สิ่งที่ต้องการให้ The Reading Room มีเพิ่มเติม

- ควรให้บริการเครื่องตีพิมพ์ กาแฟ และเพิ่มความหลากหลายของชนิดเครื่องตีพิมพ์ เช่น

ประเภทของเปียร์ควรมีมากกว่าเพียงลิโธ เป็นต้น มีที่แลกเหรียญเวลาซื้อน้ำ

- มีกิจกรรมที่หลากหลายและ active มากขึ้น หรือจัดกิจกรรมหารายได้ ยินดีที่จะ
เสียเงิน

- พื้นที่รองรับคนมาร่วมกิจกรรมมากขึ้น ห้องน้ำเพิ่มขึ้น

- มีมุมแนะนำหนังสือ

- มีหนังสือภาษาไทยมากขึ้น ให้ยืมหนังสือและดีวีดีได้ บัตรสลิปคั่น/คอมพิวเตอร์

สลิปคั่น หาหนังสือที่ต้องการ/Workshop ต่างๆ

- มีโต๊ะเขียนหนังสือเพิ่มเติม แก้อั้วมีที่พิงหลัง

- มีโรงภาพยนตร์ และมีการจัดฉายภาพยนตร์มากขึ้น

- อยากให้มีการเปิดบริการเพิ่มในวันจันทร์และอังคาร

- อยากให้มีรายได้เพิ่มขึ้น มีทุนสนับสนุนแบบไม่มีเงื่อนไข เพราะเข้าใจว่ารายได้ส่วนใหญ่มาจากเงินสนับสนุนจากแหล่งทุนด้านศิลปะ ซึ่งมีน้อย

- มีห้องจัดสัมมนา ห้องคอมพิวเตอร์ มีหลายๆโซน โซนหนึ่งมีวิธีการตกแต่งห้อง

ต่างกัน

- มีการโปรโมทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และมีการแจ้งข่าวสารที่ฉับไวมากขึ้น

- มีพื้นที่ในอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์

- ทำอย่างไรให้อยู่ได้โดยไม่ปิด เพราะตอนนี้พื้นที่ทางเลือกก็วิชาการมันน้อยลงทุกที

- คงเป็นโมเดลในการอยู่รอดที่ต้องค้นให้พบ ทำให้คนมาอ่านหนังสือเยอะขึ้น เข้าใจ

ว่าคนส่วนใหญ่ที่ไปไปเพื่ออีเวนต์ ไม่ได้ไปเพื่ออ่าน อย่างไรก็ตาม คำว่าอ่านหนังสือในที่นี้ย่อมมีหลายมิติ ไม่ได้หมายถึงต้องไปนั่งเปิดอ่านหนังสือ

- โครงการความสัมพันธ์กับห้องสมุดอื่นๆ เช่น จัดกิจกรรมพาคนที่ชอบมา The Reading Room ไปเยี่ยมห้องสมุด Nelson Hays หรือหอสมุดจุฬา เพราะคนชอบอ่านหนังสือ ควรมีให้เลือกไปได้เยอะๆ

- ส่วนใหญ่มาที่นี่เพื่อร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับหนังสือเป็นส่วนใหญ่ ส่วนตัวพอใจมาก
เดินทางสะดวก สถานที่อบอุ่นดี

- อยากให้มีห้องสมุดแบบนี้อีกหลายๆที่ โดยเฉพาะที่ที่เดินทางได้สะดวก อยากไปให้
บ่อยขึ้น

4.2.4.2 สิ่งที่ต้องการให้ The Reading Room ปรับปรุงแก้ไข

- สถานที่กว้างขึ้น และอยากให้มีการแนะนำเรื่องการใช้อาคารใช้ห้องสมุด สัมครสมาชิก หรือ
การยืมในช่วงเวลาที่มีกิจกรรม

- อยากให้มีสปอนเซอร์สนับสนุนมากกว่านี้จะได้ relocate ไปอยู่ที่ใหญ่ๆ และมี

ทรัพยากรมากกว่านี้ อยากเห็น The Reading Room พัฒนาไปอยู่ระดับเดียวกับศูนย์มนุษยวิทยาสรีนธร

- เลือกรหัสกิจกรรมให้หลากหลายกว่านี้ เท่าที่เป็นอยู่ดูค่อนข้างเฉพาะกลุ่มมากไป
น้อยขนาดของพื้นที่ และควรเพิ่มหนังสือ

- คงรูปแบบห้องสมุดเฉพาะทาง และมีเวลาเปิด-ปิดชัดเจน คือเวลาที่สะดวก
สม่ำเสมอ เวลาที่ว่างแล้วมาเปิดก็บอกบน Facebook

- มีรายละเอียดการใช้ห้องสมุด

- เอาเสากลางห้องออก

- ห้องน้ำเก็บเสียง เพื่อคนปลดทุกข์หนัก

- แอร์เย็นเกินไป

- มีการสมัครสมาชิก และการหารายได้

- อยากให้เปิด 24 ชม.

- สายฉีดล้างกันในห้องน้ำรื้อมาหลายปีแล้ว สมควรซ่อม

- บางแห่งเน้นจัดกิจกรรมดึงดูดคนเข้า แต่กลับมากไปจนหนวกหู กลายเป็นไล่ขา

ประจำ

- สมดุลในการออกแบบให้ดี หากคนดูแลน่ารักๆ ใสๆ ฟรุ้งฟริ้งๆ

- อยากให้ปรับไฟให้สว่างกว่านี้

- หาเงินเก่งๆ เปิดสาขาต่างจังหวัด

บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย การประมวลข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของและบุคคลภายในกิจการ เจ้าของกิจการใกล้เคียงและที่มีลักษณะเกี่ยวข้อง และผู้ใช้บริการห้องสมุด The Reading Room รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการสุ่มทฤษฎีสามารถสรุปเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบธุรกิจของ โครงการปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room ดังนี้

5.1 รูปแบบการจัดตั้งกิจการ (Dream)

ชื่อกิจการ The Reading Room

วิสัยทัศน์ (Vision)

พื้นที่ชุมชนทางความคิด ความรู้และวัฒนธรรม (Intellectual Community) ที่สมบูรณ์แบบที่สุด

พันธกิจ (Mission)

1. เป็นห้องสมุดเอกชน (Private Library) ที่เก็บข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยที่สมบูรณ์แบบให้ได้มากที่สุด
2. สร้างเครือข่ายกับพันธมิตรเพื่อให้เกิดชุมชนทางความรู้ และการขยายเนื้อหาให้ครอบคลุมเปิดกว้างทางความคิด และมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
3. เป็นพื้นที่เปิด (Open Space) เพื่อสร้างโอกาสทางการเรียนรู้และการเข้าถึงความรู้แก่ประชาชนทุกระดับ ผ่านหนังสือ เนื้อหาและกิจกรรม
4. ดำเนินกิจการในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ตามหลักการ Triple Bottom Line กล่าวคือ การคำนึงถึงสังคมและชุมชน (Social) เป็นหลักรวมทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อม (Environment) และการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรอย่างเป็นธรรม (Economic)

5.2 วัตถุประสงค์ (Destiny)

- 5.2.1 สามารถแก้ปัญหาเรื่องความรู้ของผู้ใช้บริการและสนับสนุนให้เกิดการสร้างชุมชนทางความคิด ความรู้และวัฒนธรรม
- 5.2.2 ดำเนินกิจการห้องสมุดได้อย่างยั่งยืนด้วยรูปแบบกิจการเพื่อสังคม
- 5.2.3 พัฒนาสังคมให้เป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ เกิดการศึกษาตลอดชีวิตผ่านเนื้อหาด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (Social Development)

5.3 เป้าหมายขององค์กร

เป็นห้องสมุดทางศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ดำเนินกิจการในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม เพื่อสร้างพื้นที่ชุมชนทางความคิด ความรู้และวัฒนธรรม (Intellectual Community)

5.4 กลุ่มเป้าหมาย

แบ่งผู้บริโภคเป็น 2กลุ่ม คือ

(1) ชุมชน (People Communities)

- ผู้ใช้บริการทั่วไป ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย ศิลปิน ผู้ประกอบอาชีพที่ต้องใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเอง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อายุ 21-40 ปี
- ผู้จัดกิจกรรม ได้แก่ กลุ่มผู้ให้บริการทั่วไปที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์โครงการที่ดีสู่สังคม
- อาสาสมัคร ได้แก่ ผู้ใช้บริการทั่วไปที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมและโครงการต่างๆ
- องค์กรหรือบริษัท ที่ต้องการพัฒนาศักยภาพและความรู้แก่บุคลากรของตนเอง (HRD:

Human Resource Development) ในสายอาชีพต่างๆ

(2) กลุ่มทุน (Business Collaborations)

- องค์กรหรือบริษัท ที่เล็งเห็นถึงคุณประโยชน์ของโครงการต่างๆที่จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR: Corporate Social Responsibility) ด้วยการสนับสนุนปัจจัยทางการเงินหรือสิ่งของ ทั้งทางตรงและทางอ้อม
- องค์กรหรือกิจการที่มีความเกี่ยวข้องกัน ได้แก่ ห้องสมุดทั้งภาครัฐและเอกชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย ร้านหนังสือ สำนักพิมพ์ ที่พร้อมให้ความร่วมมือและสนับสนุนโครงการต่างๆ

5.5 ตราสินค้า

ภาพที่ 5.1: ตราสินค้า

The Reading Room 
Bangkok

- The Reading Room ถูกตั้งชื่อโดย นราวัลลภ ปฐมวัฒน์ ผู้เป็นเจ้าของโครงการ สื่อถึงความ เป็นห้องสมุดโดยตรงที่แสดงถึงการเป็นพื้นที่ทางความรู้และความคิด ตามวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ตั้งแต่ต้น

- รูปเก๋าสีส้ม คือเก๋าสีที่อยู่คู่กับ The Reading Room สมัยก่อนย้ายโครงการมาที่สีลมและ

ยังคงอยู่จนปัจจุบัน จึงเป็นสัญลักษณ์ที่ผู้ใช้บริการจดจำตราสินค้าได้ และสะท้อนถึงความเป็นตัวตนของห้องสมุดแห่งนี้

- การใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษ เพราะมีความเป็นสากล เป็นประโยชน์ในการสื่อสารกับองค์กรต่างชาติด้วยซึ่งต้องติดต่อกันด้วยตลอดเวลา อีกทั้งคำว่า “The Reading Room” เป็นศัพท์ที่เข้าใจง่ายและชัดเจนในตัวของมันเอง ซึ่งได้ป้องกันความสับสนโดยเติมคำว่า “Bangkok” ด้านล่างคำหลักเพื่อแสดงความชัดเจนว่าสถานที่แห่งนี้อยู่ที่กรุงเทพฯ ประเทศไทย

5.6 รูปแบบการดำเนินงานกิจการ (Business Model)

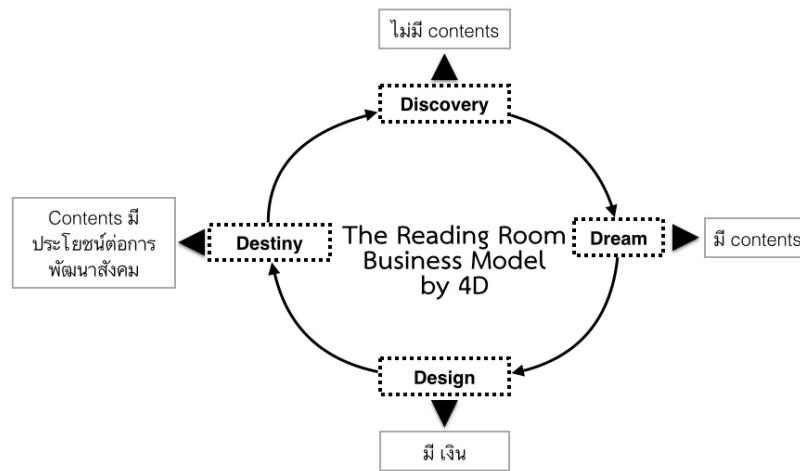
The Reading Room ลงทุนด้านเนื้อหา (Contents) คือการเพิ่มจำนวนหนังสือและโสตทัศนวัสดุที่เกี่ยวข้องให้ได้มากที่สุด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้งานและกิจกรรม จนเกิดรายได้จากการขายเนื้อหาด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ที่มากพอจะนำกลับมาเพิ่มจำนวนและพัฒนาเนื้อหาให้สูงขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ด้วยรูปแบบการดำเนินงานเพื่อสังคมภายใต้มูลนิธิส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะไทย ตามหลักการ Triple Bottom Line ภายใต้แนวความคิด “พื้นที่ชุมชนทางความคิด ความรู้ และวัฒนธรรม” (Intellectual Community) โดยเป็นตัวกลางในการประสาน 3 ส่วนหลัก คือ

(1) เนื้อหา (Contents) ในรูปแบบห้องสมุด คือการเปิดให้บริการหนังสือเกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ สุจิตร์นิทรรศการ หนังสือประวัติศาสตร์ศิลปะ ทฤษฎีศิลป์ นิติสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต่างๆ และการบริหารพื้นที่สำหรับชุมชนเพื่อแบ่งปันความรู้ ความคิดเห็น และประสบการณ์ ตลอดจนการจัดกิจกรรมต่างๆ ซึ่งทั้ง 2 ส่วนเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ (Learning Environment)

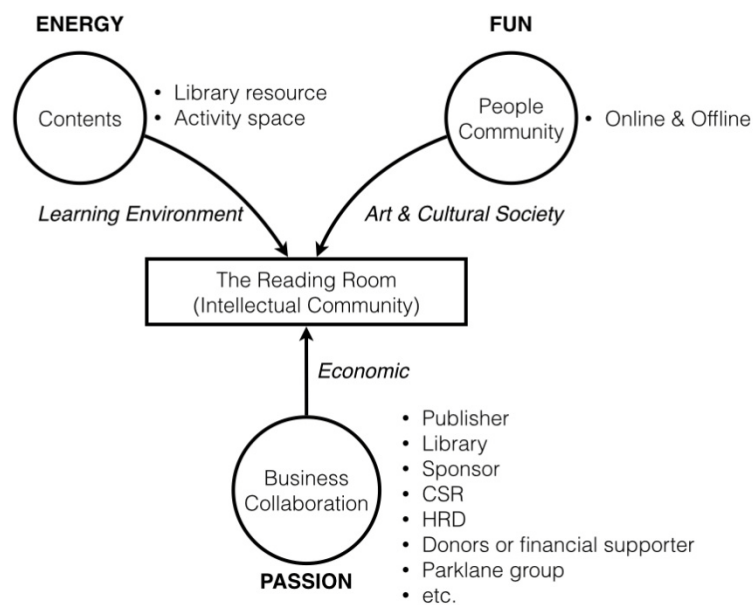
(2) คน (People) เป็นพื้นที่ที่เอื้อต่อการรวมตัวของกลุ่มคนหลากหลายอาชีพ ทำให้เกิดชุมชนของคนที่สนใจเรื่องเดียวกันหรือมีความสนใจที่ทับซ้อนกันอยู่ (Community) และสามารถขยายขอบเขตของชุมชนไปได้อย่างไม่สิ้นสุด เป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อชุมชนที่อยู่ในโลกออนไลน์ (online) ให้เกิดกิจกรรมในโลกออฟไลน์ (Offline) ซึ่งเป็นการบริหารส่วนสังคมและชุมชน (Social)

(3) ความร่วมมือทางธุรกิจ (Business Collaboration) เป็นส่วนของการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรอย่างเป็นธรรม (Economic) โดยอาศัยความร่วมมือหรือมีผลประโยชน์ร่วมกันกับองค์กรและเครือข่ายต่างๆ จากการออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับเนื้อหา (Contents) และคน (People) จนเกิดการเชื่อมต่อที่ครบวง ความเคลื่อนไหวทางสังคมศิลปวัฒนธรรม การสร้างงาน และการสร้างรายได้

ภาพที่ 5.2: สรุปรูปแบบการดำเนินงานกิจการของ The Reading Room



ภาพที่ 5.3: แสดง Contents Management Model ของกิจการ The Reading Room



5.7 โครงสร้างองค์กร

ห้องสมุด The Reading Room ดำเนินการโดยใช้รูปแบบองค์กรที่มีทีมงานในการปฏิบัติการ จำนวนไม่มาก เพื่อการบริหารองค์กรที่มีขนาดเล็กอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสะดวกต่อการตัดสินใจ โดยมี นราวัลลภ ปฐมวัฒน์ ดำรงตำแหน่ง Director โดยเพิ่มตำแหน่งงานประจำ คือ ผู้จัดการห้องสมุด และพนักงานชั่วคราว (Freelance) คือ ฝ่ายศิลป์ (Art & Graphic Designer) และพนักงานทำบัญชี (Accountant) ซึ่งบางครั้งอาจมีผู้ประสานงานหรือเจ้าของโปรเจก (Co-Project Manager) และ ผู้ช่วยโครงการ (Assistant) เข้ามาเป็นเป็นส่วนหนึ่งของทีมงานแล้วแต่กรณีไป ซึ่งเมื่อห้องสมุดมีการเติบโตในอนาคต อาจจำเป็นต้องมีการจ้างพนักงานเพิ่มเติม เพื่อให้รองรับกับขนาดขององค์กร

พนักงานประจำ (Full Time Employee)

Director (นราวัลลภ ปฐมวัฒน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มิถุนายน 2557)

มีหน้าที่วางแผนการทำงานทั้งหมดของห้องสมุด แบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

- ส่วนห้องสมุด เก็บรวบรวมหนังสือและเอกสารที่น่าสนใจ ทั้งจากการซื้อ เก็บรวบรวมจากที่ต่างๆ และการบริจาค รับผิดชอบการสัมภาษณ์ ดูแลทีมงาน กำหนดหน้าที่ และเงินเดือน
- ส่วนกิจกรรม ใช้ความชำนาญที่มี สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนหรือองค์กรต่างๆ ในแวดวงการศึกษาและศิลปะ เพื่อสร้างโอกาสให้เกิดกิจกรรม โดยวางกรอบและแนวความคิดของกิจกรรมในแต่ละเดือน ให้เกิดการสร้างสรรค์การใช้พื้นที่หรือโปรเจกใหม่ๆ อยู่เสมอ รวมถึงการประสานงานกิจกรรมต่างๆ ทั้งหมด

อีกทั้งทำหน้าที่แอดมินเว็บไซต์ ที่คอยวางแผน ควบคุมดูแล เนื้อหาบนเว็บไซต์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เป็นไปตามแผน โดยประสานงานให้ผู้จัดการห้องสมุดเข้าใจในแนวความคิดและนโยบาย เพื่อช่วยดูแลและป้อนเนื้อหาอีกทาง

ผู้จัดการห้องสมุด (Library Manager)

- มีหน้าที่บริหารการจัดการโดยรวม (Admin) ทั้งส่วนงานระบบหนังสือ ฐานข้อมูลและกิจกรรม ดูแลการประสานงาน การจัดโปรแกรมกับ Director, Co-project manager และทีมงาน
- มีความเป็นบรรณารักษ์ กล่าวคือ มีความเข้าใจในเนื้อหาของหนังสือที่มี และสามารถแนะนำข้อมูลหนังสือต่อผู้มาใช้บริการได้
- รับผิดชอบการทำตลาดและประชาสัมพันธ์ การทำเรื่องเสนอโปรเจกขอทุนและหาแหล่งทุน และสามารถสร้างโปรแกรมร่วมกับทาง Director ได้
- เป็นแอดมินเว็บไซต์ร่วมกับ Director มีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยบนเว็บไซต์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ ที่มีการเชื่อมต่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ตามแหล่งต่างๆ และรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับกลุ่มผู้ชมและเครือข่าย

พนักงานชั่วคราว (Freelance)

ฝ่ายศิลป์ (Art & Graphic Designer)

- มีหน้าที่ออกแบบและจัดวางภาพรวมของงานศิลป์ทั้งหมดบนเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย

พนักงานทำบัญชี (Accountant)

- มีหน้าที่ทำสรุปบัญชีค่าใช้จ่ายรายปีส่งให้แก่มูลนิธิส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะไทย

ภาพที่ 5.4: โครงสร้างขององค์กร The Reading Room



5.8 การบริหารด้านการตลาด

5.8.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Context Analysis)

จากขั้นตอนการสัมภาษณ์ (Discovery) สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis Summary: EFAS) โดยใช้เครื่องมือ PESTE เพื่อค้นหาโอกาส (Opportunities) และภาวะคุกคาม (Threats) ที่มีผลโดยตรงกับโครงการ ดังนี้

ตารางที่ 5.1: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Factor)

โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
<p>(1) ชุมชนทางความคิด (Intellectual Community) คือชุมชนของคนที่น่าสนใจเรื่องเดียวกันหรือมีความสนใจที่ทับซ้อนกันหรือคนข้ามสายอาชีพที่มาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ เพื่อค้นหาสิ่งใหม่ๆ ทำให้เกิดประเด็นที่ขยายขอบเขตและครบถ้วนมากขึ้นสามารถขยายต่อไปได้เรื่อยๆ อีกทั้งในแง่วิชาชีพที่มีโอกาสเกิดการพัฒนาต่อยอดสิ่งที่สร้างสรรค์ต่อไปได้ มีโอกาสได้แสดงผลงาน ได้ฟังความคิดเห็น ได้รู้จักกันในแวดวงเดียวกัน สร้างเครือข่ายของตัวเองเพื่อการช่วยเหลือผลักดันกันต่อไป ซึ่งเมื่อเกิดเครือข่ายแล้วจะทำให้เกิดโอกาสในการจัดกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง</p> <p>(2) สังคมยังขาดห้องสมุดเฉพาะทาง และพื้นที่เปิด (open space) ทางศิลปะและวัฒนธรรม</p> <p>(3) การปฏิรูปการศึกษาและวิสัยทัศน์การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยยึดหลักการจัดการศึกษาตลอดชีวิตและการพัฒนาสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้</p> <p>(4) กิจกรรมเพื่อสังคมที่เติบโตพร้อมการช่วยแก้ปัญหา เมื่อได้รับการแก้ไขหรือพิสูจน์ว่าเป็นประโยชน์จริงจะเกิดการตลาดแบบปากต่อปาก</p>	<p>(1) คนไทยไม่มีค่านิยมของการบริจาคในด้านที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนถึงความสนใจของคนไทยในด้านนี้ด้วย</p> <p>(2) คนสนใจและเข้าถึงประเด็นที่เป็นกระแสหลัก (Pop culture) หรือสิ่งใกล้ตัวได้ง่ายกว่าประเด็นยากๆหรือเฉพาะกลุ่มจริงๆ ซึ่งกลุ่มคนทางทางศิลปะและวัฒนธรรมค่อนข้างแคบมากในประเทศไทย</p>

ตารางที่ 5.2: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)

โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
<p>(1) สามารถอัปโหลดกิจกรรมบน YouTube ได้อย่างรวดเร็ว และเทคโนโลยี Live Streaming จะช่วยทำให้ถ่ายทอดเหตุการณ์กิจกรรมได้เป็นปัจจุบันและกว้างขวางมากขึ้น</p> <p>(2) โปรแกรมสำหรับจัดทำระบบข้อมูลห้องสมุด เช่น ดิวอี้ นำไปสู่ระบบการยืม-คืนหนังสือในอนาคต</p> <p>(3) ระบบอีบุ๊ก (e-Book) ที่แปลงหนังสือแบบเล่มให้อยู่ในรูปดิจิทัลไฟล์ (digital file) เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงเนื้อหา</p>	<p>(1) ปัจจุบันสามารถหาความรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตได้ง่ายและรวดเร็ว ทำให้หนังสือที่เป็นเล่มถูกลดบทบาทความสำคัญลงไป</p>

ตารางที่ 5.3: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
<p>(1) กิจกรรมเพื่อสังคมเป็นรูปแบบกิจการธุรกิจที่ได้รับความนิยมในระดับโลก</p> <p>(2) เกิดผู้สร้างชุมชนใหม่ๆ เช่น บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คอนโดมิเนียม คอมมูนิตี้ออลมองถึงความเป็นไปได้ในการเพิ่มเครือข่ายชุมชนหนังสือ</p> <p>(3) อัตราค่าเช่าไม่สูงเมื่อเทียบกับอัตราค่าเช่าพื้นที่โดยรอบหรือโครงการบ้านสีลม สังเกตได้จากมีหลายกิจการเมื่อหมดสัญญาที่ทางบ้านสีลมจะย้ายกิจการมาเช่าพื้นที่ Westlane แทน</p>	<p>(1) การจดจำว่า “The Reading Room” เป็นสถานที่ที่ไม่มีค่าใช้จ่าย</p> <p>(2) ด้วยหลักการของกิจการเพื่อสังคม อย่าเอาหลักของทุนนิยมเป็นตัวตั้งเพราะจะทำให้กิจการเพื่อสังคมไม่ได้ผล</p>

ตารางที่ 5.4: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านสภาวะแวดล้อมกายภาพ (Ecology Factor)

โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
<p>(1) ทำเลโครงการที่ตั้งคือWestlaneสีลม19ถูกมองว่าเป็นทำเลที่ดีในมุมมองผู้ประกอบการมีคนผ่านไปผ่านมาเยอะช่วงกลางวัน</p> <p>(2) กิจกรรมในโครงการทั้งหมด ดูเป็นชุมชนทางศิลปะ (Community Art) บทถนนสีลม สามารถเชื่อมต่อกันทางธุรกิจได้ เช่น การแลกเปลี่ยน การเสริมบริการในสิ่งที่ขาด เป็นต้น</p> <p>(3) กิจกรรมแต่ละโครงการอยู่ในลักษณะต่างคนต่างอยู่ยังไม่มีการร่วมมือกันอย่างจริงจัง แต่มีความอยากที่จะร่วมมือกันเพื่อช่วยให้พื้นที่โดยรอบมีความคึกคัก</p>	<p>(1) มุมมองของคนในพื้นที่ยังไม่ค่อยดี เวลาค่าๆ จะไม่มีคนเดิน ทำให้ชอยเจียบ เพราะอยู่ในเขตสำนักงานและเป็นชอยตัน คนทำงานรีบกลับบ้าน ไม่แวะหรือเที่ยวต่อ</p> <p>(2) คนในพื้นที่ไม่รู้จักและไม่เข้าใจว่าThe Reading Roomคืออะไรและให้อะไรแก่เขา</p> <p>(3) มีระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้าสุรศักดิ์พอสมควร</p> <p>(4) ต้องจอดรถริมถนน</p> <p>(5) ที่ตั้งอยู่ชั้น4ของอาคาร เป็นอุปสรรคสำหรับผู้สูงอายุและเด็ก</p>

ตารางที่ 5.5: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านนโยบาย (Politic Factor)

โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
<p>(1) สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ได้วางนโยบายและกลยุทธ์ในการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย ในรายงานแผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ.2553 – 2557 เพื่อกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การรับรู้และการเรียนรู้เรื่องกิจการเพื่อสังคม การพัฒนารูปแบบและเพิ่มขีดความสามารถ รวมไปถึงการพัฒนาช่องทางเข้าถึงแหล่งเงินทุนและทรัพยากรแก่กิจการเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ</p>	<p>(1) ภาครัฐของประเทศไทย มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุดเช่น โครงการกรุงเทพเมืองหนังสือโลก ห้องสมุดศิลปะหอศิลป์กรุงเทพ เป็นต้น แต่ยังคงขาดความชัดเจนในการบริหารและการสนับสนุน เป็นเพียงโครงการระยะสั้น ไม่มีการบูรณะการโครงการทั้งหมดอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน ซึ่งภาระทั้งหมดยังคงตกเป็นของเอกชนในการผลักดันและช่วยเหลือตัวเอง</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ): การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านนโยบาย (Politic Factor)

โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
<p>(2) กรมสรรพากรมีนโยบายทางภาษีเพื่อจูงใจให้ประชาชน และเอกชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนและส่งเสริมการอ่านอย่างทั่วถึง โดยการจัดการหนังสือหรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการอ่านให้แก่ หอสมุด ห้องสมุด หรือแหล่งหนังสืออื่น ๆ ที่ให้บริการแก่นักเรียน นักศึกษา และประชาชน รวมถึงห้องสมุดของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลเอง สามารถนำค่าใช้จ่ายไปลดหย่อนภาษีได้</p> <p>(3) นโยบายการทำCSR ของกิจการหรือองค์กรที่ต้องการสนับสนุนต่อองค์กรไม่แสวงผลกำไรหรือโครงการการกุศลต่างๆ เช่น การบริจาคหนังสือแล้วได้ลดหย่อนภาษี การบริจาคหนังสือสำหรับทำประชาสัมพันธ์ (PR) เป็นต้น</p> <p>(4) เจ้าของโครงการนิสยดี คิดค่าเช่าไม่แพง และมีความต้องการเห็นโครงการของตนเองเจริญ</p> <p>(5) แนวคิดอุทยานการเรียนรู้หรือห้องสมุดมีชีวิต (Living library) ของสำนักงานอุทยานการเรียนรู้ (สอร.) เป็น การกำหนดรูปแบบห้องสมุดที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับ ผู้ใช้บริการในยุคปัจจุบัน โดยต้องเป็นห้องสมุดที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรสารสนเทศให้ทันสมัยครบถ้วน สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้าง สังคมแห่งการเรียนรู้ และสร้างนิสัยรักการอ่านยั่งยืน สำหรับทุกเพศทุกวัย ด้วยบรรยากาศที่มีชีวิตชีวา มีการ ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการเรียนรู้ สามารถเข้าถึง สารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว มีบริการและกิจกรรมส่งเสริม การอ่าน และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต</p>	<p>(2) การควบคุมเนื้อหาและกิจกรรมจากทางคณะกรรมการความสงบแห่งชาติ (คสช.)</p>

5.8.2 การวิเคราะห์ผู้บริโภค (Consumer Analysis)

แบ่งผู้บริโภคเป็น 2กลุ่ม คือ ชุมชน และ กลุ่มทุน ดังนี้

ตารางที่ 5.6: การวิเคราะห์ผู้บริโภคประเภทชุมชน (People Communities)

โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
(1) ขาดแหล่งรวบรวมความรู้เฉพาะทางที่เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และทันสมัย	(1) หาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่สะดวกและ รวดเร็วกว่าห้องสมุด
(2) ขาดพื้นที่ในการทำกิจกรรมและแสดงออก	(2) ทศนคติที่ว่าห้องสมุดเป็นสถานที่ที่น่า เบื่อ ไม่มีสิ่งตอบสนองต่อความสนใจของ ตนเอง
(3) ขาดโอกาสในการสร้างเครือข่ายด้านอาชีพและ ข้ามสายอาชีพ	
(4) ต้องการพัฒนาศักยภาพและความรู้ของตนเองเพื่อ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและประกอบอาชีพ	

ตารางที่ 5.7: การวิเคราะห์ผู้บริโภคประเภทกลุ่มทุน (Business Collaborations)

โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
(1) ปัจจุบัน เมืองค์กรและบริษัทจำนวนมากหันมา ให้ความสำคัญกับ ความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมขององค์กร อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (CSR: Corporate Social Responsibility)	(1) ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ต้องทำอย่างต่อเนื่องและถูกต้อง ซึ่งหลาย กรณีการCSRเน้นไปที่ผลประโยชน์ทางการค้า เพียงอย่างเดียว
(2) การเข้าถึงข้อมูลและการพัฒนาคน จะทำให้เกิดผลดีต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวม ส่งผลดีต่อ โอกาสทางธุรกิจและความเจริญของชาติ	(2) การลงทุนด้านความรู้ เป็นการลงทุนใน ระยะเวลา จำเป็นต้องอาศัยกลุ่มทุนที่เข้าใจ และเห็นถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับต่อกิจการ เพื่อสังคมอย่างแท้จริง

5.8.3 การวิเคราะห์ผู้สนับสนุน (Collaborator Analysis)

แบ่งผู้สนับสนุนเป็น 2กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการธุรกิจในโครงการ Westlane และองค์กร

1. ประเภทผู้ประกอบการธุรกิจในโครงการ Westlane แบ่งเป็น 2ประเภท ดังนี้

1.1 ประเภทศิลปะ ได้แก่ Soul Space, P95 design consultant, Your Clef, Artery, Saxocity

1.2 ประเภทร้านอาหาร ได้แก่ Pasta House, มะก้าตาแดง, ตำอร้อย, Saxsushi, Medee@Silom, Lostrabacco

ตารางที่ 5.8: การวิเคราะห์ผู้สนับสนุน (Collaborator Analysis)

โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
<p>(1) การใช้แนวความคิด ศิลปะ กายภาพ และจิตใจ (Body mind & soul) เชื่อมโยงกิจการต่างๆในโครงการ Westlane เช่น การเชื่อมต่อระหว่างห้องสมุดศิลปะ สตูดิโอโยคะ โรงเรียนดนตรี และร้านอาหาร</p> <p>(2) อยากเห็นความร่วมมือกันของแต่ละร้าน เพราะแต่ละกิจการสามารถเกิดการร่วมมือ เติมสิ่งที่ขาดซึ่งกันและกันได้ เกิดการพัฒนาโครงการร่วมกันเพื่อสร้างความน่าสนใจบนพื้นที่ถนนสีลม</p> <p>(3) การได้ลูกค้าและการประชาสัมพันธ์จากแต่ละโครงการซึ่งกันและกัน</p>	<p>(1) ประเด็นที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง เช่น ความเท่าเทียมกันของระดับความร่วมมือระหว่างกิจการ ผลประโยชน์ที่ไม่ลงตัว หรือแต่ละกิจการมีมุมมองทัศนคติที่ไม่ตรงกัน</p> <p>(2) ความต่อเนื่องของโครงการที่ทำร่วมกันแต่ละกิจการ</p>

2. ประเภทองค์กรหรือกิจการ ได้แก่

2.1 องค์กรไม่แสวงหากำไร (NGO) เช่น Creative Time (New York), ArtHub Asia (China), 4A Centre for Contemporary Asian Art (Australia), lapis (Sweden), Clip Kino (Finland), Freedom House (USA), Amnesty International (Thailand), People's Empowerment Foundation (Thailand), Bangkok Art and Culture Centre, Thai Netizen Network, Thai Research Foundation, Community Act Network, Thai Art Archives, Gallery Ver, Mahidol University, Chulalongkorn University, Thai Art Archives, พิพิธภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น

2.2 องค์กรกิจการเพื่อสังคม เช่น Creativemove, บ้านอารีย์, หนังสือM2F เป็นต้น

2.3 องค์กรภาครัฐและองค์กรอิสระ เช่น สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม

แห่งชาติ (สกส.) สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สปร.) สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) โรงเรียนและมหาวิทยาลัย เป็นต้น

2.4 องค์กรธุรกิจเอกชน ได้แก่

- บริษัทที่มีนโยบายในการทำ HRD หรือ CSR
- บริษัทที่ต้องการบริจาคเพื่อการกุศลและสิทธิลดหย่อนภาษี

2.5 ร้านหนังสือ ได้แก่

- ร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพฯ เช่น ร้านBookmoby ร้านก๊องดิด ร้านหนังสือเดินทาง ร้านมะลิมะลิ ร้านริมขอบฟ้า ร้านศึกชิดสยาม ร้านสวนเงินมีมา ร้าน House of Common เป็นต้น ในต่างจังหวัด เช่น ร้านเชียงดาว (เชียงใหม่) ร้านฮานป็นนา (เชียงใหม่) ร้านเล่า (เชียงใหม่) ร้านกาลครั้งหนึ่ง (อุทัยธานี) ร้านน้ำพุเดย์ (บุรีรัมย์) ร้านบุค (ปัตตานี) ร้านฟอลาเดลเฟีย (อุบลราชธานี) ร้านเพื่อนนคร (นครราชสีมา) ร้านสุนทรภู่ (ระยอง) ร้านหนังสือ (ภูเก็ต) ร้านหมื่นทิพ (กำแพงเพชร) ร้านเอกาไลต์ (ลำปาง) ร้าน Booktopia (อุทัยธานี) เป็นต้น

- ร้านหนังสือขนาดใหญ่ เช่น ร้านB2S ร้าน Kinokuniya ร้าน Asiabook เป็นต้น

2.6 สำนักพิมพ์ และนักเขียนอิสระ

2.7 ห้องสมุด ได้แก่

- ห้องสมุดเอกชน เช่น ห้องสมุดมารวย ห้องสมุดเนลสันเฮย์ ห้องสมุดแสงอรุณ ห้องสมุดเกอเซ่ ห้องสมุดสถาบันฝรั่งเศส ห้องสมุดวิลเลียมวอร์เรน ห้องสมุด TCDC ห้องสมุดสยามสมาคม ห้องสมุดแจแปนฟานเดชั่น ห้องสมุดมิวเซียมสยาม ห้องสมุดสปาฟา ห้องสมุดอาศรมศิลป์ เป็นต้น

- ห้องสมุดรัฐ เช่น หอสมุดแห่งชาติ ห้องสมุดหอศิลป์กทม. ห้องสมุดศูนย์มนุษยวิทยา

- ห้องสมุดมหาวิทยาลัย เป็นต้น หอสมุดปริทัศน์.ธรรมศาสตร์ หอสมุดม.มศว. หอสมุดม.กรุงเทพกล้วยน้ำไทและรังสิต หอสมุดม.ศิลปากรวังท่าพระ หอสมุดป๋วย มธ.รังสิต หอสมุดกลางม.จุฬา และห้องสมุดตามคณะในมหาวิทยาลัยต่าง เป็นต้น

ตารางที่ 5.9: วิเคราะห์ผู้สนับสนุนประเภทประเภทองค์กรและกิจการ

ประเภท	โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
องค์กรไม่แสวงหากำไร	(1) มีสายสัมพันธ์และเครือข่ายที่ดี (2) โครงการส่วนมากจะตรงกับแนวความคิดของห้องสมุด (3) ทุนไหลเป่าจากต่างประเทศ	(1) โครงการส่วนมากไม่ก่อให้เกิดรายได้
องค์กรกิจการเพื่อสังคม	(1) การขยายและเชื่อมโยงเครือข่ายได้มากขึ้น เพราะองค์กรก่อตั้งโดยมีจุดประสงค์เดียวกัน คือการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม (2) อาศัยจุดเด่นของแต่ละองค์กรให้เกิดความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน	(1) ความไม่พร้อมในการร่วมมือ เช่นงบประมาณ และรูปแบบธุรกิจที่ไม่สอดคล้องกัน
องค์กรภาครัฐ	(1) การให้ทุน (2) การประชาสัมพันธ์	(1) ความล่าช้าในการประสานงาน (2) ขาดความต่อเนื่องในทางปฏิบัติ
องค์กรธุรกิจเอกชน	(1) การบริจาคหนังสือและอุปกรณ์ (2) การให้ทุนในลักษณะผู้สนับสนุน และนโยบายCSRขององค์กร (3) ความต้องการพัฒนาทรัพยากรบุคคลขององค์กร (HRD)	(1) ความเป็นธุรกิจที่มากเกินไปจะทำให้เสียสมดุลย์ของกิจการเพื่อสังคม
ร้านหนังสือ	(1) การจัดโครงการร่วมกัน (2) การรับซื้อหนังสือเก่า การบริจาคหรือล้างสต็อกหนังสือ	(1) ประเภทหนังสือไม่ตรงกับที่ห้องสมุดต้องการ
สำนักพิมพ์นักเขียนอิสระ	(1) การจัดโครงการร่วมกัน (2) การส่งหนังสือเก่า การบริจาคหรือล้างสต็อกหนังสือ	(1) ประเภทหนังสือไม่ตรงกับที่ห้องสมุดต้องการ
ห้องสมุด	(1) การจัดโครงการร่วมกัน (2) การเชื่อมฐานข้อมูลหนังสือขนาดใหญ่	(1) หนังสือเหมือนกัน

5.5.4 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น (Competitor Analysis)

จากจุดยืนของ The Reading Room ที่เป็นห้องสมุดเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความรู้ของสังคม จึงไม่จำเป็นต้องถือว่าห้องสมุดแห่งอื่นเป็นคู่แข่ง เพราะยังมีจำนวนห้องสมุดในรูปแบบต่างๆมากขึ้นเท่าใด ยิ่งส่งผลดีต่อการเข้าถึงทรัพยากรและพัฒนางานองค์ความรู้ของประชากรในประเทศไทย อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายห้องสมุดให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนมากยิ่งขึ้น

คู่แข่งจริงๆของห้องสมุด คือ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และอีบุ๊ก (e-book) ซึ่งเป็นผลให้ห้องสมุดหรือร้านหนังสือทั่วโลกต้องปรับตัวในยุคปัจจุบัน จึงวิเคราะห์คู่แข่งเปรียบเทียบการอ่านหนังสือในรูปแบบกระดาษกับรูปแบบอีบุ๊ก ดังนี้

ตารางที่ 5.10: วิเคราะห์คู่แข่งชั้นระหว่างหนังสือแบบเล่มกับข้อมูลในอินเทอร์เน็ตและอีบุ๊ก

โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
<p>(1) ยังมีคนส่วนมากมองว่าหนังสือในรูปแบบกระดาษยังคงจำเป็นอยู่ ด้วยเหตุผลทางอารมณ์ รูปแบบ และการสัมผัส</p> <p>(2) มีข้อมูลบางประเภทที่ยังจำเป็นต้องอยู่บนกระดาษ เช่น รูปภาพขนาดใหญ่</p> <p>(3) ในแง่ของการทดแทนเทคโนโลยี การอ่านด้วยกระดาษ หรือ Kindle สามารถตอบโจทย์ได้ดีกว่า การอ่านหนังสือบนจอคอมพิวเตอร์ และ e-book เพราะ Kindle จะให้แสงสะท้อนเข้าตาเหมือนการอ่านหนังสือบนกระดาษ และมีการใช้ e-ink ซึ่งเป็นมิตรต่อสายตา แต่การอ่านจาก tablet แสงจะเข้าตาโดยตรง ซึ่งการที่มีไฟกระพริบๆเข้าตาโดยตรง จะส่งผลกระทบต่อ การอ่าน และกวนจิตได้สำนึก ทำให้จิตโฟกัสข้อมูลไม่ได้ ส่งผลให้คนในปัจจุบันรับข้อมูลคลาดเคลื่อน</p>	<p>(1) การค้นหาข้อมูลรวดเร็ว สะดวก ไม่จำเป็นต้องเสียเวลาเดินทางไปห้องสมุด</p> <p>(2) ตอบสนองวิถีชีวิตที่รวดเร็วของคนในปัจจุบัน</p> <p>(3) ไม่เสียพื้นที่ในการเก็บ</p> <p>(4) ค่าบำรุงรักษาต่ำกว่า</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.10 (ต่อ): วิเคราะห์คู่แข่งชั้นระหว่างหนังสือแบบเล่มกับข้อมูลในอินเทอร์เน็ตและอีบุ๊ก

โอกาส (Opportunities)	ภาวะคุกคาม (Threats)
(4) การอ่านระดับunder the line คือผู้อ่านสามารถเข้าถึงตัวนักเขียน สามารถรู้ว่าผู้เขียนเขียนด้วยสภาพอะไรในขณะนั้นจำเป็นต้องอ่านบนกระดาษ ซึ่งการอ่านข้อมูลบนจอคอมพิวเตอร์หรือ tablet นั้นไม่สามารถทำให้เกิดสภาวะเช่นนั้นได้	

5.5.5 วิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร (Company Analysis)

จากขั้นตอนการสัมภาษณ์ (Discovery) สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (Internal Environment Analysis Summary: IFAS) ของโครงการ The Reading Room เพื่อค้นหาจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ขององค์กร โดยใช้เครื่องมือ 7P's Company ดังนี้

ตารางที่ 5.11: วิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร (Company Analysis)

หัวข้อ	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
ผลิตภัณฑ์ (Product)	(1) เป็นพื้นที่ชุมชนทางความคิด ความรู้และวัฒนธรรม (Intellectual Community) จากคนประเภทต่างๆ รองรับประเด็นได้หลากหลาย ไม่ตายตัว (Organic) สะท้อนผ่านการทำงานเชิงศิลปวัฒนธรรม เหตุการณ์ทางสังคม งานหนังสือและวรรณกรรม การเสวนา การฉายหนัง นำไปสู่การขับเคลื่อนทางศิลปวัฒนธรรม เกิดการผสมกันของกิจกรรม (Crossover Event)	(1) หนังสือยังมีจำนวนน้อยเกินไป ทำให้ไม่สามารถต่อยอดขยายเนื้อหาหรือสร้างโครงการได้กว้างเท่าที่ควร (2) หนังสือมีราคาสูง เป็นข้อจำกัดในการเพิ่มจำนวนหนังสือ (3) กิจกรรมบางประเภทเป็นประเด็นที่อ่อนไหว เช่น ประเด็นการเมือง ศาสนา ความเชื่อ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.11 (ต่อ): วิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร (Company Analysis)

หัวข้อ	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
	<p>(2) เป็นพื้นที่เปิดสำหรับทุกคน (open space) รองรับคนทุกกลุ่ม ทุกประเภท ทุกอาชีพ ทำให้คนที่ชอบหรือสนใจสิ่งๆ เหมือนๆ กันได้มาแลกเปลี่ยนและสร้างสรรค์กันบนพื้นที่ทั้งในโลกเสมือน (online) และโลกจริง (Offline)</p> <p>(3) มีทั้งส่วนการหาความรู้ด้วยตนเองและส่วนที่หาความรู้จากการแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น</p> <p>เกิดการสื่อสาร2ทาง</p> <p>(4) คุณค่าของหนังสือสูงกว่าปริมาณ หนังสือหายากและยังคงสภาพดี</p>	
ราคา (Price)	<p>(1) ไม่มีการเก็บค่าใช้จ่าย เปิดโอกาสให้คนทุกระดับสามารถเข้าถึง content ได้</p> <p>(2) คุณค่าของการให้มากกว่าขนาดของพื้นที่</p>	<p>(1) ปัญหาด้านการเงินที่ไม่คล่องตัวขาดแคลนเงินทุน</p> <p>(2) การพัฒนาต้องใช้ทุนสูง</p>
ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	<p>(1) โครงการWestlaneมีคนผ่านจำนวนมาก</p> <p>(2) สื่อสารผ่าน Facebook และเผยแพร่วิดีโอกิจกรรมผ่านYouTube</p>	<p>(1) ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่</p> <p>(2) การเดินทางที่ไม่สะดวกสำหรับทุกคน</p>
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	<p>(1) การตลาดแบบปากต่อปาก</p>	<p>(1) ใช้เวลานาน</p>
บุคคล (People)	<p>(1) เจ้าของสร้างที่ The Reading Roomเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต ทำด้วยใจ มีความสุขที่ได้ทำ เป็นกันเอง</p> <p>(2) การทำงานแบบpartner ช่วยให้คำแนะนำผู้จัดงาน</p>	<p>(1) ขาดพนักงานประจำ หรือพนักงานที่มีความสามารถในการจัดการ</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.11 (ต่อ): วิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร (Company Analysis)

หัวข้อ	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)	(1) มีลักษณะไม่เป็นทางการ บรรยากาศดี เป็นกันเอง ผ่อนคลาย มีความเป็นมิตร เข้าถึงง่าย เปิด-ปิดได้อย่างอิสระ เอื้อต่อการใช้งานของผู้ใช้บริการ คนทำงานประจำเข้ามาใช้บริการได้ (2) เส้นทางการอ่านหนังสือแบบเล่ม ช่วยเสริมสร้างจินตนาการ ฝึกสมองเชื่อมโยงเรื่องราวเข้าด้วยกัน ไม่โฟกัสด้านเดียวเหมือนแบบดิจิทัล และไม่ใช้หนังสือทุกเล่มที่จะมีใน internet นั้นทำให้หนังสือเป็นเล่มยังมีคุณค่า	(1) พื้นที่มีขนาดเล็ก เกิดข้อจำกัดเรื่องการรองรับกิจกรรมให้ได้หลากหลายประเภท จุดและหนังสือได้ไม่เท่าห้องสมุดใหญ่ๆ
กระบวนการ (Process)	(1) องค์กรเล็ก ตัดสินใจด้วยตัวคนเดียว ดำเนินการอย่างรวดเร็ว ไม่ซ้ำแบบภาครัฐ (2) ยึดคงแนวความคิดเดิมและรักษามาตรฐานได้โดยตลอด	(1) ขาดการทำฐานข้อมูล (Database)

5.9 การวิเคราะห์ SOAR

การวิเคราะห์ SOAR เป็นกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจที่ต่อยอดมาจากสุนทรียศาสตร์ เพื่อให้ The Reading Room สามารถนำผลการวิเคราะห์ขยายผลไปสู่สิ่งที่วาดฝันไว้ อีกทั้งทำให้องค์กรสามารถพัฒนาตำแหน่ง/สถานะของตนให้ไกลกว่าจุดเดิมที่เป็นอยู่ โดยจากการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ได้ผลสรุปออกมาดังนี้

จุดแข็งขององค์กร (Strength):

- (1) พื้นที่ชุมชนทางทางความคิด ความรู้และวัฒนธรรม (Intellectual Community) ในรูปแบบห้องสมุดศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยและพื้นที่สาธารณะ โดยเป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับชุมชนการอ่านหนังสือและทำกิจกรรม (Open Space Alternative Knowledge)
- (2) เกิดความสุขจากการให้ การเปิดโลกทัศน์ และการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นกับผู้ที่มาใช้งานห้องสมุดจนเกิดการต่อยอดจากเนื้อหาที่ได้รับ จากงานกิจกรรมกลับไปเสมอ
- (3) เป็นพื้นที่ทางความคิดที่เชื่อมต่อระหว่างโลกเสมือน (ออนไลน์-Online) และโลกจริง (ออฟไลน์-Offline) จึงทำให้รองรับกิจกรรมได้หลากหลายและอิสระ จึงมีคุณค่าต่อคนสูงมากเมื่อ

เทียบกับขนาดของพื้นที่

(4) หยิบประเด็นสังคมหรือกระแส ถ่ายทอดผ่านศิลปวัฒนธรรมและความรู้แขนงต่างๆ

(5) บรรยากาศดี สงบ อบอุ่น รู้สึกปลอดภัย สบายใจ มีความเป็นมิตร เอื้อต่อการพูดคุย นอกจากการอ่านหนังสือ เปิดโอกาสให้เกิดการมุมมองใหม่ๆ มีเสรีและประชาธิปไตย ไม่มีถูกมีผิด ไม่จำกัดผู้เข้าใช้บริการ ทุกคนมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่เปิดกว้างทางความคิด ได้ความรู้และเปิดมุมมอง มีอิสระในแบบที่ห้องสมุดอื่นไม่สามารถทำได้ เช่น การพูดคุย การสร้างสรรค์ ไม่เหมือนสถานที่ราชการ หรือมหาวิทยาลัยที่เป็นทางการ

(6) ตัดสินใจ และบริหารอย่างรวดเร็ว ไม่ชักช้า ร่วมงานและออกแบบกิจกรรมในลักษณะเป็น ผู้ช่วย (partner)

(7) จุดแข็งของที่ตั้งและกิจกรรมแต่ละกิจกรรม ที่สะท้อนภาพลักษณ์การเป็น ชุมชนศิลปะ (Community Art) บนถนนสีลมของโครงการ Westlane และบ้านสีลม

(8) ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่ที่ต่ำมาก เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่สีลมหรือโครงการบ้านสีลม ทำให้ได้เปรียบด้านต้นทุน

(9) รักษาแนวคิดและมาตรฐานมาโดยตลอด จนผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงความตั้งใจของเจ้าของที่ ทำห้องสมุดด้วยความรักจนเป็นกลายเป็นวิถีชีวิต

(10) เส้นหรือช่องว่างของความคิดในการอ่านหนังสือ ที่ทำให้หนังสือแบบเล่มเสริมสร้าง และเชื่อมโยงจินตนาการมากกว่าแบบดิจิทัล

(11) มีหนังสือแปลกๆ และหายากต่างจากห้องสมุดอื่น

โอกาสขององค์กร (Opportunity):

(1) เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และประสบการณ์ของคนทุกกลุ่มอย่างไม่จำกัด นำไปสู่ความเคลื่อนไหวทางความรู้

(2) การมีปฏิสัมพันธ์ และการโต้ตอบทางความคิดกับผู้ร่วมกิจกรรม นำไปสู่การตอบรับที่ดี เกิดความสุข ความภาคภูมิใจ จากทั้งวิทยากร ผู้เข้าร่วม และทีมงานผู้จัด ทำให้มีกำลังใจ จัดงานต่อไป

(3) เป็นที่รวมตัวของกลุ่มคนหลากหลายอาชีพ ทำให้เกิดชุมชนของคนที่สนใจเรื่องเดียวกัน หรือมีความสนใจที่ทับซ้อนกันอยู่ (Community) ทำให้เกิด Dialog ข้าม Discipline ในแง่ Formal กับ Informal เกิดการสร้างประเด็นและความร่วมมือใหม่ๆ กับองค์กรและเครือข่ายต่างๆ ทำให้กิจกรรมขยายไปได้ไกลและเกิดการเชื่อมต่อที่ครบวงมากขึ้น เกิดโอกาสการสร้างงานจากคนที่มาใช้ บริการและชุมชน (Connection)

(4) ประเทศไทยขาดแคลนห้องสมุดเฉพาะทางและพื้นที่สาธารณะที่ประชาชนทั่วไปสามารถ เข้าถึงได้ง่าย ที่เปิดโอกาสให้ทำกิจกรรมได้อิสระ ถ่ายทอดความรู้และข้อคิดเห็นแก่สาธารณะชน

(5) กิจกรรมที่จัดเป็น Series มีมากขึ้นทั้งปริมาณและความหลากหลาย สามารถรวมกลุ่มคน

ที่มีความชอบคล้ายกันมาพบกันในระยะยาว นำไปสู่การรวมกันระหว่างกลุ่มกิจกรรม

(6) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านโซเชียลมีเดีย ทำให้มีการแชร์ให้คนรับรู้มากยิ่งขึ้น มี influencer นำประเด็นจากกิจกรรมไปขยายต่อ ทำให้พื้นที่ตรงนี้เป็นเครือข่ายที่ไม่มีที่สิ้นสุด

(7) ความยืดหยุ่นของเวลาเปิด-ปิด เปิดโอกาสให้คนสามารถเข้ามาใช้บริการได้หลังเลิกงาน ต่างจากห้องสมุดของมหาวิทยาลัยหรือของรัฐ

(8) การร่วมมือในด้านต่างๆกับรัฐหรือเอกชน เช่น การระดม Stock ของสำนักพิมพ์ การโฆษณาเพื่อการ CSR ของแบรนด์ต่างๆ ในรูปแบบการขายพื้นที่โฆษณาเพื่อการ PR หรือผูกกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เพื่อสร้าง Brand Awareness การบริจาคลดหย่อนภาษี งบจัดซื้อหนังสือของหอสมุดแห่งชาติ การทำ Book Charity จากสมาชิกหรือเครือข่าย การแลกเปลี่ยนหนังสือที่ต้องการระหว่างเครือข่าย การขอทุนจากต่างประเทศ และการพัฒนาทรัพยากรบุคคลขององค์กร

(9) การใช้ดาราท้องถิ่นที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ทาง Intellectual ให้แก่ตนเอง เป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ (Corporate PR)

(10) การร่วมมือกันของทุกกิจการในโครงการ Westlane จะสร้างความน่าสนใจในพื้นที่ และสามารถเติมสิ่งที่ขาดของแต่ละกิจการได้ เช่น การช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์ การแลกเปลี่ยนลูกค้า การทำการตลาดร่วมกัน เป็นต้น

(11) เจ้าของโครงการ Westlane มีอัธยาศัยที่ดี เป็นมิตร และอยากเห็นโครงการพัฒนา

(12) ยังมีความต้องการหนังสือแบบเล่ม และไม่ใช้หนังสือทุกเล่มจะอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ทำให้ยังคงมีการผลิตหนังสือแบบเล่มอยู่

(13) การเปิดกว้างและการออกแบบกิจกรรมใหม่ๆ เช่น การออกแบบกิจกรรมตามช่วงเวลา หรือเทศกาล กิจกรรมที่ออกแบบจากรรณกรรม การจับประเด็นวัฒนธรรมที่มีชีวิต มีการเกิดการตาย ไม่ใช่วัฒนธรรมแช่แข็ง ทำให้เพิ่มจำนวนผู้เข้าใช้บริการที่มากขึ้นและหลากหลาย

(14) การใช้เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง Archive ที่เป็น ดิจิตอล หรือฐานข้อมูลจากที่ต่างๆ การเปลี่ยนหนังสือให้เป็น Digital file นำไปสู่การทำ Digital Archive ร่วมกับองค์กรห้องสมุดอื่นๆ หรือการทำ Archive กับศาสตร์อื่นๆ เช่น การทำ Archive ของหนังสือและภาพยนตร์ ซึ่งจะเป็นการช่วยต่อยอดให้กิจกรรมของกลุ่มและพื้นที่

(15) ปัญหาเรื่องความเชื่อ ความไม่รู้ เป็นปัญหาที่มีอยู่จริง และเป็นปัญหาสำคัญ ซึ่งทุกคนจะเริ่มเห็นถึงปัญหาแล้วต้องการแสวงหาความจริง

(16) การสร้างประเด็นที่ใกล้ชีวิตคนมากขึ้น เช่น การแก้ความทุกข์โดยการให้ความรู้ผ่านงานศิลปะ ทำให้ได้กลุ่มคนที่กว้างไกลขึ้น เมื่อคนเห็นว่าเป็นประโยชน์จริงจึงจะเกิดการตลาดแบบปากต่อปาก

(17) Social Investor จะลงทุนในโครงการมีแนวโน้มที่น่าจะเติบโต และเป็นประโยชน์ต่อ

สังคมและสิ่งแวดล้อม จึงเป็นโอกาสที่ The Reading Room จะสามารถแสดงให้เห็นถึงศักยภาพต่อผู้ลงทุนได้

แรงบันดาลใจขององค์กร (Aspiration):

(1) เป็นศูนย์รวมด้านศิลปวัฒนธรรม (Art & Cultural Community Complex) เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่เข้าถึงได้กับคนทุกกลุ่ม เป็นผู้นำด้านแวดวงศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งการเมืองสังคม หาเป้าหมายในการแก้ปัญหา และสร้างImpactในสังคม

(2) ภาพลักษณ์ของ The Reading Room ที่เปิดกว้างมากขึ้น ลดความเป็นวิชาการ และเพิ่มเนื้อหาที่เป็นวัฒนธรรมที่ผู้คนสนใจ ใช้วิธีการเจาะลึกและนำเสนอทุกๆแง่มุมของเนื้อหาต่างๆ รวมไปถึงการเชื่อมโยงประเภทหรือประเด็นของหนังสือให้มีช่องว่างน้อยที่สุด เพิ่มหัวข้อกิจกรรมที่ยังไม่ครบถ้วน เช่น ศาสนา การวิจารณ์ Fine Art เป็นต้น

(3) มีระบบยืม-คืนหนังสือ ระบบการสืบค้นข้อมูล มีการทำฐานข้อมูลหนังสือและกิจกรรมรวบรวมเนื้อหาทั้งหมดไว้ที่จุดเดียว

(4) สามารถพัฒนาความเป็นชุมชนมากไปได้ไกลกว่านี้ โดยมีพื้นที่กว้างเพียงพอที่รวมเอาองค์กรอื่นมาไว้ด้วยกัน อาจจะเป็นร้านหนังสือ ร้านกาแฟ เป็นต้น

(5) จ้างพนักงานดูแลห้องสมุดและคนจัดระบบด้วยเงินเดือนที่เหมาะสมแก่หน้าที่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในส่วนห้องสมุดและกิจกรรม

(6) เกิดการหาความรู้ด้วยตนเองและความรู้จากการแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น

(7) มีรายได้เพียงพอต่อการดำเนินงานและขยายกิจการ โดยมีวิธีการหารายได้เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นทางการเงิน และนำกำไรไปลงทุนให้เกิดมูลค่าต่อสังคม

(8) มีกิจกรรมหรือสัมมนาที่หลากหลายเพิ่มเพิ่มขึ้น มีความต่อเนื่องและยั่งยืน

(9) การนำทรัพยากรที่มีมาใช้งาน ต่อยอดให้เกิดประโยชน์ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งาน

(10) การเชื่อมโยงศิลปะหลายแขนง ศิลปะ กายภาพ และจิตใจ (Body Mind & Soul) กับกิจกรรมอื่นๆ ในโครงการ Westlane

(12) การขยายสาขาของThe Reading Roomโดยที่คงรูปแบบและแนวความคิดเดิมไว้ แต่จะมีเนื้อหาที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละสาขา

ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Results):

(1) การขยายตัวทางความรู้และความคิด นำไปสู่การยกระดับและพัฒนาความรู้ของคนให้เท่าทันอยู่เสมอ (Media literacy)

(2) ช่วยสนับสนุนกลุ่มคนด้านแวดวงศิลปะและวัฒนธรรมให้อยู่มารวมตัวกันจนเป็นชุมชนและขยายชุมชนออกไป จนเกิดการสนับสนุนแบ่งปันทรัพยากรด้านต่างๆ การขยายความร่วมมือ และ

พัฒนาศักยภาพไปพร้อมกัน

(3) เป็นจุดหมายสำหรับบุคคลทั่วไป ผู้ที่สนใจ นักท่องเที่ยว ช่วยสนับสนุนคนรุ่นใหม่ให้มีความสนใจในศิลปวัฒนธรรมและความรู้มากขึ้น

(4) การปรับเปลี่ยนทัศนคติของเจ้าของกิจการห้องสมุด ที่จำเป็นต้องเติบโต และมีความสุขกับสิ่งที่กำลังจะเปลี่ยนแปลง

(5) มี Business Unit อื่นๆ นอกจากห้องสมุด เพื่อหารายได้ โดยการแปลง Contents และ Connections ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

(6) มีหนังสือที่หลากหลายเพิ่มขึ้น เนื้อหาที่กว้างขึ้น มีหนังสือที่หลากหลาย และตรงกลุ่มเป้าหมาย จนสามารถนำไปสู่การหมุนเวียนหนังสือกับเครือข่ายต่างๆได้

(7) มีทีมงานที่มีคุณภาพ สัมพันธ์กับของเขตงานที่เพิ่มและกว้างขึ้น จนไปถึงการมีที่ปรึกษาทางด้านการหาทุน และการสร้างความสัมพันธ์กับเจ้าของทุน

(8) การเชื่อมต่อกันระหว่าง The Reading Room กับกิจการอื่นๆ ในโครงการ Westlane เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ตัวห้องสมุดเองจนไปถึงภาพรวมและผลประโยชน์ของกิจการทั้งโครงการ จนสามารถเป็น Talk of the Town บนพื้นที่สีลม 19 ได้

(9) เกิดการขยายของชุมชนแบบค่อยเป็นค่อยไปด้วยการตลาดแบบปากต่อปาก

(10) ดำเนินกิจการอย่างยั่งยืนเพราะมีภูมิคุ้มกันด้วยแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง คือทำตามความพร้อมขององค์กร

(11) สะสมจำนวนผู้ใช้งาน และการเชื่อมต่อเครือข่าย ได้มากพอ เพื่อใช้สำหรับการต่อรองกับกลุ่มทุนที่ต้องการสนับสนุนด้านต่างๆ

5.10 การออกแบบกลยุทธ์ด้วย Balance Scorecard (BSC)

เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการค้นพบ (Discovery) และความฝัน (Dream) มาทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือต่างๆ ด้วยเครื่องมือ SOAR แล้วนำสิ่งที่ได้ทั้งหมดมาออกแบบกลยุทธ์ (Design) ตามแนวทางของบาลานซ์สกอร์การ์ด (Balance Scorecard) ในเรื่องมุมมองทั้ง 4 ด้านคือ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต ดังนี้

มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)

The Reading Room มีวิธีการหารายได้ ดังนี้

(1) ค่าเช่าสถานที่

ให้บริการเช่าสถานที่ภายในห้องสมุดสำหรับจัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ จัดการประชุม งานฉายภาพยนตร์ งานเสวนา งานสัมมนา งานเวิร์กช็อป งานเปิดตัวหนังสือหรืองานศิลปะ งานสัมมนาของ

องค์กรหรือบริษัทเพื่อพัฒนาศักยภาพความรู้ของบุคลากร (HRD) เป็นต้น ความจุ 50 -70คน พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกจัดเตรียมไว้ ได้แก่ เครื่องฉายโปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต WIFI ความเร็วสูง โต๊ะและเก้าอี้ ชุดเครื่องเสียงไมโครโฟนและลำโพง

อีกทั้งมีโครงการพิเศษ สำหรับกลุ่มไม่แสวงหากำไร กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก นักเรียน นักศึกษาที่เป็นสมาชิก จะไม่คิดค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ โดยทางห้องสมุดจะมีโควต้าฟรีให้แก่ผู้ใช้บริการประเภทนี้ 4ครั้งต่อเดือน

(2) อาหาร เครื่องดื่ม

ด้านเครื่องดื่ม มีเครื่องดื่มเก็บไว้ในตู้เย็น ได้แก่ น้ำเปล่า Soft Drink ชา และเครื่องชงกาแฟ Nespresso and Dolce Gusto แบบCapsulesไว้บริการตนเอง โดยใส่เงินในตะกร้าตามราคาที่กำหนดหรือสามารถให้เกินราคาได้

ด้านอาหาร ผู้ใช้บริการสามารถสั่งอาหารจากร้านในโครงการ Westlane มารับประทานภายในห้องสมุดได้ โดยมีบริการส่งให้ถึงห้องสมุดในราคาเท่ากับร้านที่ร่วมเป็นพันธมิตร โดยมีบริการจัดชุดอาหารจากร้านอาหารดังกล่าวสำหรับงานกิจกรรมที่จัดที่ The Reading Room โดยจัดเป็น packageคู่ไปกับค่าเช่าสถานที่ ราคาขึ้นอยู่กับประเภทอาหารและจำนวนคนของลูกค้า

ตารางที่ 5.12: ตารางแสดงร้านอาหารที่เป็นพันธมิตร

ประเภทอาหาร	ชื่อร้าน
อาหารญี่ปุ่น	Saxsushi
อาหารอิตาลี	Lostrabacco
อาหารอีสาน	ตำอ้อย
อาหารฟิวชั่น	Pasta House
อาหารไทย	Medee@Silom
ขนม	มะก๋าดาดแดง

(3) รับจ้างออกแบบและจัดกิจกรรม

ทางทีมงาน The Reading Room มีประสบการณ์ด้านการสร้างเครือข่ายชุมชนและมีสายสัมพันธ์กับองค์กรต่างๆ เพื่อช่วยกันสร้างสรรค์โครงการหรือกิจกรรมที่มีคุณประโยชน์ต่อสังคมและศิลปวัฒนธรรมทั้งในระดับภายในประเทศและต่างประเทศ รับบริการออกแบบและจัดงานสัมมนาของ

องค์กรหรือบริษัทเพื่อพัฒนาศักยภาพความรู้ของบุคลากร (HRD) โดยมีค่าบริการสำหรับการเป็นที่ปรึกษาโครงการ การออกแบบและวางแผนโครงการ การหาทุน การบริหารทีมงาน การดำเนินโครงการ การติดตามและประเมินผล

(4) ค่าสมาชิก

The Reading Room เป็นห้องสมุดที่ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้งานปกติ แต่จะมีระบบสมาชิกห้องสมุดแบบรายปีเพื่อรับสิทธิประโยชน์ต่างๆ รายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 สมาชิกประเภท Regular

- สามารถยืมหนังสือและสื่อทัศนูปกรณ์ของห้องสมุดได้
- ส่วนลด 50% สำหรับการเช่าสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆ
- ส่วนลด 50% หรือไม่เสียค่าใช้จ่าย สำหรับกิจกรรมพิเศษที่ต้องมีค่าใช้จ่าย
- สิทธิพิเศษสำหรับการเข้าถึงคนสำคัญหรือดาราที่เข้าร่วมกิจกรรม
- สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตไวไฟของทางห้องสมุดได้

4.2 สมาชิกประเภท Premium

- สิทธิเบื้องต้นเหมือนสมาชิกประเภท Regular
- จะได้รับเลข IDประจำตัว สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลลูกค้าและหนังสือ บทความงานวิจัยที่เป็นdigital file หรือe-bookที่ถูกลิขสิทธิ์ของห้องสมุด The Reading Room
- รับสิทธิแลกซื้อเครื่องKindle สำหรับอ่านหนังสือดิจิทัลในราคาพิเศษ เป็นการทำโครงการร่วมกับร้านหนังสือB2S ผู้นำเข้าKindle
- รับสิทธิส่วนลดในการซื้อหนังสือดิจิทัลตลอดปี เป็นการทำโครงการร่วมกับสำนักพิมพ์และตัวแทนจำหน่าย

4.3 สมาชิกประเภทองค์กรหรือบริษัท

สำหรับองค์กรหรือบริษัทที่ต้องการมีส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล (HRD: Human Resource Development) ภายในบริษัท ทางห้องสมุดThe Reading Roomเสนอตัวเป็นตัวแทนพื้นที่การให้ความรู้และพัฒนาความรู้แก่บุคคล โดยจะจัดหาหนังสือ เนื้อหาและกิจกรรม ให้เหมาะสมกับองค์กรนั้นๆ โดยมีสิทธิเหมือนสมาชิกประเภท RegularและPremium แต่จะได้รับส่วนลดค่าสมาชิกตามจำนวนคนที่เพิ่มขึ้น

(5) พื้นที่โฆษณา

The Reading Room เสนอพื้นที่โฆษณาให้แก่องค์กรต่างๆ ที่มีโครงการทำการ PR เพื่อสร้าง Brand awareness แก่สินค้า การทำ CSR เพื่อประโยชน์แก่สังคม ทั้งในรูปของการลงทุนสร้างกิจกรรมร่วมกับทรัพยากรและชุมชนของ The Reading Room โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

5.1 การ Tie in ในกิจกรรมภายในและภายนอกห้องสมุด (The Reading Room

สัญญา) รวมไปถึงการวางตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ ในส่วนต่างๆของ The Reading Room และการปรากฏตราสินค้าบนกิจกรรมที่การถ่ายทอดผ่าน YouTube

5.2 การวางตราสินค้า (Advertiser banner) บน web site ของ The Reading Room

ทั้งนี้ The Reading Room มีโครงการบทความแนะนำหนังสือบนเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย มีการออกแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหนังสือหรือเนื้อหาอื่นๆ ทั้งงานเปิดตัวหนังสือ งานเสวนา งาน Book club เป็นต้น โดยกิจกรรมทั้งหมดจะถูกนำไปเผยแพร่ในรูปแบบรายการวิทยุ (Channel YouTube) และเพิ่มยอดอัตราการเข้าชมและทำการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้สนับสนุน

(6) ทุนอุปถัมภ์

The Reading Room อาศัยจุดแข็งในด้านการสร้างชุมชนเพื่อการพัฒนาและออกแบบโครงการต่างๆ โดยวางกรอบในสิ่งที่รัฐหรือเอกชนสนใจให้ทุนสนับสนุนในขอบเขตศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา ทั้งการให้ทุนแบบให้เปล่าหรือการบริจาคเพื่อการลดหย่อนภาษี ซึ่งการที่ The Reading Room เป็นห้องสมุดที่ดำเนินกิจการภายใต้มูลนิธิ จึงสามารถรับเงินบริจาคเพื่อการลดหย่อนภาษีได้ มีรายละเอียดดังนี้

6.1 บุคคลธรรมดา สามารถนำไปหักลดหย่อนเป็นจำนวน 2 เท่าของจำนวนเงินที่บุคคลธรรมดาได้จ่ายในการจัดหา หนังสือหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการอ่านให้แก่สถานศึกษาของทางราชการ สถานศึกษาขององค์การของรัฐบาล โรงเรียนเอกชน หรือสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แต่เมื่อรวมกับค่าใช้จ่ายเพื่อการสนับสนุนการศึกษาต้องไม่เกินร้อยละ 10 ของเงินได้พึงประเมิน หลังจากหักค่าใช้จ่ายและหักลดหย่อน

6.2 บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล สามารถนำไปยกเว้นเป็นจำนวน 2 เท่าของรายจ่าย ไม่ว่าจะจ่ายเป็นเงินหรือทรัพย์สิน แต่เมื่อรวมกับรายจ่ายที่จ่ายไปเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อสนับสนุนการศึกษาสำหรับโครงการที่กระทรวงศึกษาธิการให้ความเห็นชอบ และรายจ่ายที่จ่ายไปเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดสร้างและการบำรุงรักษาสนามเด็กเล่นสวนสาธารณะ หรือสนามกีฬาของเอกชนที่เปิดให้ประชาชน ใช้เป็นการทั่วไป โดยไม่เก็บค่าบริการใด ๆ หรือสนามเด็กเล่น สวนสาธารณะหรือสนามกีฬาของทางราชการแล้ว ต้องไม่เกินร้อยละ 10 ของกำไรสุทธิ ก่อนหักรายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะ หรือเพื่อ การ สาธารณประโยชน์ และรายจ่ายเพื่อการศึกษา หรือเพื่อการกีฬา ตามมาตรา 65 ตรี (3) แห่งประมวลรัษฎากร

หากบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล มีค่าใช้จ่ายในการจัดหาหนังสือหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการอ่าน สำหรับหอสมุดหรือ ห้องสมุดของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลเอง สามารถนำมาลดหย่อนได้เต็มจำนวนในส่วนที่ไม่เกินห้าหมื่นบาทในแต่ละรอบระยะเวลาบัญชี

(7) งานระดมทุน (Charity)

The Reading Room วางแผนจัดงานระดมทุนในรูปแบบต่างๆ เช่น งานกาล่าดินเนอร์ งานคอนเสิร์ต งานแสดงศิลปะและวัฒนธรรม เป็นต้น เพื่อระดมทุนนำมาจัดซื้อหนังสือให้ได้ตามเป้า สอดคล้องกับการขยายตัวของห้องสมุด โดยมีเป้าหมายที่กลุ่มพันธมิตร ด้านธุรกิจและการเงินทั้งไทยและต่างประเทศ ซึ่งมีเงินทุนและอัตราการบริจาคที่สูง เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD) สถาบันการเงิน และสมาคมต่างๆ หรือห้องสมุดที่ได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชน เช่น ห้องสมุดมารวย ห้องสมุดเนลสันเฮย์ และองค์กรที่สนับสนุนทางด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น Thai Art Archives พิพิธภัณฑสถานต่างๆ

(8) คอมมิชชั่นสินค้าฝากขาย

มีการจำหน่ายสินค้าที่มาจาก การต่อยอดเนื้อหาและกิจกรรมที่เกิดจากการสร้างสรรค์โดยเครือข่ายชุมชนทางศิลปวัฒนธรรม โดย The Reading Room เป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อระหว่างชุมชน ผู้ผลิต เจ้าของโครงการ กับภาคส่วนธุรกิจ เพื่อให้เกิดการพัฒนาวงการศิลปวัฒนธรรม เช่น

- การรวบรวมกิจกรรมการบรรยายที่เป็น Series ให้เป็นหนังสือเพื่อโปรโมทและจำหน่าย
- การพิมพ์หนังสือ การนำเนื้อหาจากงานที่จัดมารวมเล่ม เป็นสื่อหรือสิ่งของไว้จำหน่าย
- การฝากขายสินค้า ได้แก่ หนังสือ ของใช้ทำมือ (Handmade) งานศิลปะ

(9) คอร์สการเรียนรู้

มีการเปิดคอร์สการเรียนรู้ในหมวดศิลปวัฒนธรรม เช่น การปั้นดิน การแกะยางลบ สอนวาดภาพและระบายสี เป็นต้น รับผู้เรียนประมาณ 10-20 คน โดยมีอัตราส่วนการแบ่งรายได้ในรูปแบบต่างๆ ขึ้นอยู่กับรายละเอียด การตกลงกันระหว่างผู้สอนกับห้องสมุด และการจัดการของแต่ละกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป

(10) ขายหนังสือเก่า

The Reading Room ตั้งเป้าหมายที่จะซื้อหนังสือเล่มละ 2-3 ชุด และขายเป็นหนังสือเก่าเพื่อนำรายได้มาซื้อหนังสือใหม่หมุนเวียนในทุกๆ ปี ประเมินว่าจะสามารถขายหนังสือได้มูลค่าร้อยละ 30 ของมูลค่าหนังสือเดิม

มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)

(1) ทำการศึกษาและเข้าใจ End User ของ The Reading Room เพื่อจัดหาหนังสือให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารและออกแบบกิจกรรมให้เข้าถึง เจาะกลุ่มเป้าหมายและเป็นข้อมูลให้ ผู้สนับสนุนสนใจในการทำ Cooperated ต่อการร่วมมือทำโครงการร่วมกันระหว่าง End User กับ ผู้สนับสนุนทางการเงิน และการขายตราสินค้าบนเว็บไซต์หรือสิ่งของภายในห้องสมุด

(2) มีกระดานประกาศข่าวที่เชื่อมต่อกับฐานข้อมูลคนของห้องสมุด เพื่อให้เป็นพื้นที่ในการประกาศข่าวและรวบรวมกลุ่มคนประเภทต่างๆ ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายและขยายขอบเขตงานออกไป

ดังนี้คือ

(2.1) ผู้จัดการ องค์กร หรือผู้สร้างโครงการ นำเสนอโครงการ เพื่อหาคนที่สนใจร่วมทำงาน หรือ ประกาศรับสมัครงาน

(2.2) ผู้ต้องการหางาน นำประวัติและผลงานของตนเอง มานำเสนอ ซึ่งกระดานนี้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างชุมชนและเครือข่าย ให้ผู้ซื้อและผู้ขายได้พบกัน และเกิดความเคลื่อนไหวทางศิลปวัฒนธรรมและความรู้ โดยมี The Reading Room เป็นตัวกลางในการทำฐานข้อมูลลูกค้า บริหารชุมชน และประสานงานให้องค์กรหรือหน่วยงานที่ต้องการสนับสนุนทางการเงินแก่โครงการเหล่านี้รับรู้

โดยในระยะแรกจะทำเป็นกระดานข่าวที่ตั้งไว้ในห้องสมุด ให้คนเข้ามาใช้งานได้ อย่างอิสระ และทางห้องสมุดจะทำการลงบันทึกเป็นฐานข้อมูลกลางไว้ ถ้าโครงการประสบความสำเร็จในการขยายความร่วมมือของชุมชน ในระยะต่อมาก็จะนำกระดานข่าวย้ายไปลงในระบบเว็บไซต์ต่อไป

(3) รักษามาตรฐานในสิ่งที่ผู้ใช้บริการชื่นชอบ ซึ่งทาง The Reading Room แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจตรงจุดนี้มาโดยตลอด ทั้งในเรื่อง จุดยืนและทัศนคติของเจ้าของห้องสมุด บรรยากาศความเป็นกันเองของสถานที่ ความเข้มข้นของเนื้อหากิจกรรม ทั้งนี้การปรับเปลี่ยนสิ่งใดเพื่อการพัฒนาห้องสมุดต้องทำโดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้ใช้บริการเป็นหลัก

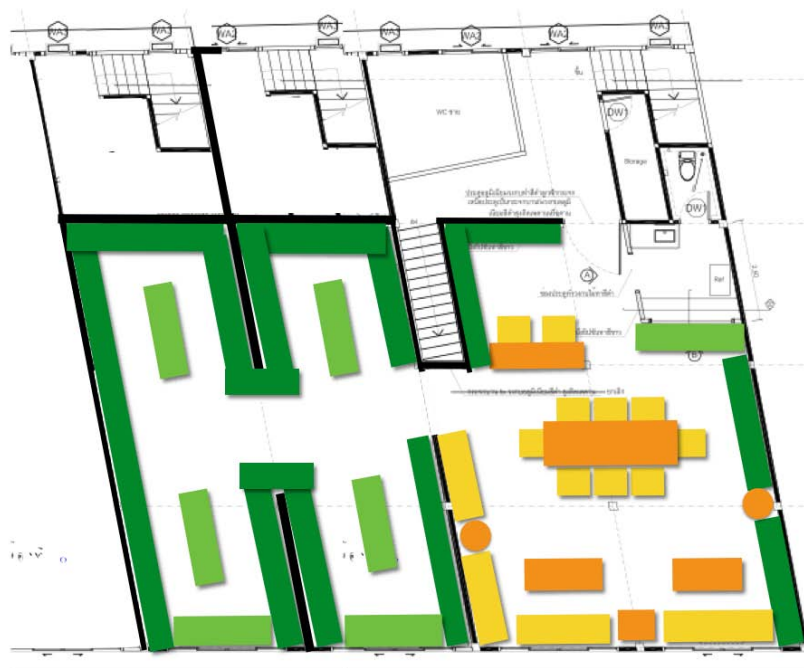
มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective)

1. การบริหารพื้นที่

ขยายพื้นที่เพื่อรองรับจำนวนหนังสือที่เพิ่มขึ้น ทำให้มีห้องเก็บหนังสือเป็นสัดส่วน และสามารถบริหารพื้นที่ส่วนกลางรองรับการเป็นพื้นที่อเนกประสงค์ (Multipurpose space) โดยเพิ่มพื้นที่จาก 82 ตารางเมตร เป็น 164 ตารางเมตร (รวมห้องน้ำ 1 ห้อง) โดยเช่าห้องด้านข้างเฉพาะชั้น 4 โครงการ Westlane ต่อไปอีก 2 ห้อง โดยจำเป็นต้องเหลือพื้นที่ด้านหลังอาคารสำหรับทางขึ้นชั้น ดาดฟ้าและบันไดหนีไฟ

การเช่าพื้นที่เฉพาะชั้นแบบนี้ส่งผลดีต่อผู้ประกอบการร้านอาหารด้านล่างที่ไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าเช่าพื้นที่ทุกชั้น อีกทั้งห้องสมุดยังได้ค่าเช่าในอัตราที่ต่ำกว่าการเช่าพื้นที่ทั้งอาคาร

ภาพที่ 5.5: แสดงที่แผนผังห้องสมุด The Reading Room ภายหลังปรับปรุงกิจการ



2. การบริหารพนักงาน

The Reading Room มีรูปแบบการบริหารงานที่มี Director คือ นราวัลลภ ปฐมวัฒน์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มิถุนายน 2557) ผู้ตัดสินใจและมีอำนาจสูงสุดในการดำเนินงาน แต่จากการที่ต้องปรับปรุงและพัฒนาห้องสมุดให้เป็นตามความฝันนั้น จำเป็นต้องจ้างพนักงานเพิ่มเติม โดยแต่ละตำแหน่งจะได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และขอบเขตการทำงานเป็นกรณีไป ซึ่งจำนวนผู้ร่วมงานจะมีจำนวนขึ้นอยู่กับขนาดของงานและการเติบโตขององค์กร ดังนี้

2.1 จ้างพนักงานประจำเพิ่มในตำแหน่ง ผู้จัดการห้องสมุด (Library Manager) ที่มีความสามารถ มีความรู้ในการบริหารห้องสมุด เข้าใจผู้ใช้บริการและยินดีให้บริการ มีความเข้าใจและสามารถจำแนก องค์กร สำนักพิมพ์ สถาบัน ต่างๆ เพื่อการบริหารองค์กรและชุมชนที่ต้องเกิดขึ้นในอนาคตตามวิสัยทัศน์ขององค์กร สามารถเชื่อมต่อ ประสานงาน และนำความคิดจาก นราวัลลภ ปฐมวัฒน์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มิถุนายน 2557) (Director) ไปขยายผลให้เป็นรูปธรรม จนไปถึงสามารถสร้างสรรค์และบริหารโครงการได้ด้วยตนเอง

2.2 จ้างพนักงานฝ่ายศิลป์ (Art & Graphic Designer) สำหรับงานออกแบบกราฟิกงานศิลป์บนเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย โปสเตอร์ แผ่นพับโครงการต่างๆ และสามารถจัดการปรับปรุงข้อมูลบนเว็บไซต์ได้ โดยประสานงานกับ Director และ Library Manager ในทุกๆงาน

2.3 จ้างพนักงานทำบัญชี (Accountant) สำหรับทำรายงานสรุปบัญชีค่าใช้จ่ายรายปีส่งให้แก่มูลนิธิส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะไทย

2.4 ด้านงานระบบทั้งในส่วนของคอมพิวเตอร์และฐานข้อมูล โดยจัดจ้างเป็นครั้งๆไป เพื่อวางระบบสำเร็จรูปให้พนักงานประจำห้องสมุดสามารถดำเนินงานได้ด้วยตนเอง

3.5 จ้างพนักงานชั่วคราวสำหรับงานสนับสนุนกิจกรรม โดยจัดจ้างเป็นครั้งๆไปตามลักษณะและขนาดของงาน

ถึงแม้จะมีผู้ร่วมทำงานที่เพิ่มขึ้น The Reading Room ยังคงรูปแบบการทำงานในแบบบรรยากาศเป็นกันเองระหว่างผู้ร่วมงาน ตัดสินใจได้รวดเร็ว ด้วยรูปแบบงานที่ใช้คนจำนวนน้อย ทำให้ในหลายครั้งผู้ร่วมงานจำเป็นต้องทำงานหลายหน้าที่ไปพร้อมๆกัน (Multitasking Skill) ถือเป็นภารกิจภาพ ผักผ่อนหน้าที่ ความคิดสร้างสรรค์ของตนเองออกมาอย่างเต็มที่ โดยไม่มีปิดกัน

3. การบริหารหนังสือ

3.1 ทำฐานข้อมูลหนังสือของ The Reading Room จำเป็นต้องมีการทำระบบฐานข้อมูลหนังสือเดิมให้เรียบร้อย และวางระบบเพื่อรองรับหนังสือใหม่ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยทำการเชื่อมต่อกับระบบฐานข้อมูลและการสืบค้นหนังสือบนเว็บไซต์ โดยในระยะเริ่มต้นจะใช้วิธีจ้างผู้ทำฐานข้อมูลโดยใช้โปรแกรม OpenBib ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย แล้วเมื่อทำฐานข้อมูลของหนังสือเดิมเสร็จจึงจะเปลี่ยนเป็นหน้าที่ของผู้จัดการห้องสมุดในระยะต่อไป

3.2 เพิ่มระบบการยืม-คืนหนังสือ ทั้งในรูปแบบปกติและอีบุ๊ก โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป 2EBOOK Library Software แบบ Unlimited edition เชื่อมต่อกับฐานข้อมูลเดิมและใหม่ของสมุด โดย The Reading Room จะเก็บรวบรวมหนังสือ บทความ งานวิจัย และเนื้อหาต่างๆ ไว้ในรูปแบบ

3.3 การเพิ่มจำนวนหนังสือ มีวิธีการดังนี้

วิธีที่ 1 ซื้อหนังสือให้มีจำนวนมากและครอบคลุมต่อความสนใจของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด โดยตั้งงบประมาณซื้อหนังสือในปีแรกจำนวน 4,000,000 บาท ทั้งหนังสือแบบเล่มและแบบดิจิทัล โดยจัดซื้อหนังสือแบบเล่มชุดละ 2-3 เล่ม เพื่อรองรับระบบการยืม-คืนหนังสือ

วิธีที่ 2 นำหนังสือที่มีหลายชุดขายเป็นหนังสือเก่า เพื่อนำรายได้มาซื้อหนังสือใหม่หมุนเวียนในทุกๆปี ประเมินว่าจะสามารถขายหนังสือได้มูลค่าร้อยละ 30 ของมูลค่าหนังสือเดิม

วิธีที่ 3 รายได้หลังหักค่าใช้จ่าย ร้อยละ 70 นำไปซื้อหนังสือที่ตรงกับความต้องการของห้องสมุดเพิ่มเติมนอกเหนือจากการบริจาคและโครงการเพิ่มจำนวนหนังสือต่างๆ ซึ่งจะปรับลดตามความเหมาะสมของรายได้หรือเก็บสะสมไว้เป็นทุนสำรองของห้องสมุดต่อไป

วิธีที่ 4 เสนอตัวเป็นตัวแทนพื้นที่การให้ความรู้และพัฒนาความรู้แก่บุคคล สำหรับองค์กรหรือบริษัทที่ต้องการมีส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล (HRD) ภายในบริษัท โดยจะจัดหาหนังสือ

เนื้อหาและกิจกรรม ให้เหมาะสมกับองค์กรนั้นๆ โดยจะดึงบริษัทเหล่านี้ให้เป็นลูกค้าแบบสมาชิก ประเภทองค์กรหรือบริษัท เพื่อรับสิทธิประโยชน์จากห้องสมุดอย่างเต็มที่

วิธีที่ 5 ประสานงานกับสำนักพิมพ์ในรูปแบบการบริจาคหนังสือ ไม่ว่าจะเป็นการทำ CSRของสำนักพิมพ์ การส่งมอบหนังสือใหม่ที่อยู่ในหมวดศิลปวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำไปออกแบบโครงการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติแต่ละสำนักพิมพ์จะมีอัตรา จำนวนหนังสือในลักษณะดังกล่าวที่ส่งให้ร้านหนังสือต่างๆจำนวน 10-20 เล่ม ของหนังสือออกใหม่เป็นปกติ

วิธีที่ 6 จัดทำโครงการCharity Box ร่วมกันระหว่างสำนักพิมพ์กับห้องสมุดทั่วประเทศ โดยThe Reading Roomเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ เป็นการทำให้Box Setในการบริจาคหนังสือทั่วประเทศ ให้คนที่สนใจซื้อBox Setส่งไปตามห้องสมุดต่างๆ ซึ่งทุกสำนักพิมพ์จะมีหนังสือที่เป็นDead Stockที่สามารถส่งมอบได้ หรือสามารถขอซื้อได้ในราคาถูก

วิธีที่ 7 จัดทำโครงการรับบริจาคหนังสือให้กับห้องสมุดทั่วประเทศ ให้แต่ละห้องสมุดเสนอความต้องการหนังสือที่เป็นแก่นของห้องสมุดของตนเอง โดยอาศัยหน่วยงานหรือองค์กรเป็นตัวกลางในการรวบรวมและกระจายหนังสือที่ตรงกับความต้องการไปสู่ห้องสมุดที่ร่วมโครงการ และในกรณีที่ห้องสมุดใดมีหนังสือที่ไม่ต้องการ เช่น The Reading Roomได้รับหนังสือที่ไม่ตรงกับความต้องการของตนเอง นอกจากการส่งหนังสือเหล่านั้นไปสู่ห้องสมุดอื่นโดยตรง อาจนำหนังสือเหล่านั้นมาจัดทำโครงการบริจาคภายในเครือข่าย โดยให้ผู้ที่สนใจสามารถเลือกหนังสือหรือสิ่งของแล้วบริจาคเงินเพื่อใช้เงินที่ได้ไปซื้อหนังสือที่เป็นความต้องการของตนเองจริง สามารถเป็นได้ทั้งกิจกรรมประมูล หนังสือโครงการการกุศล เพื่อการระดมทุนในระยะเวลาดำเนินการปีหรือหนึ่งปี การขายหนังสือเป็น box set หรือการทำ Book Buffet เป็นต้น

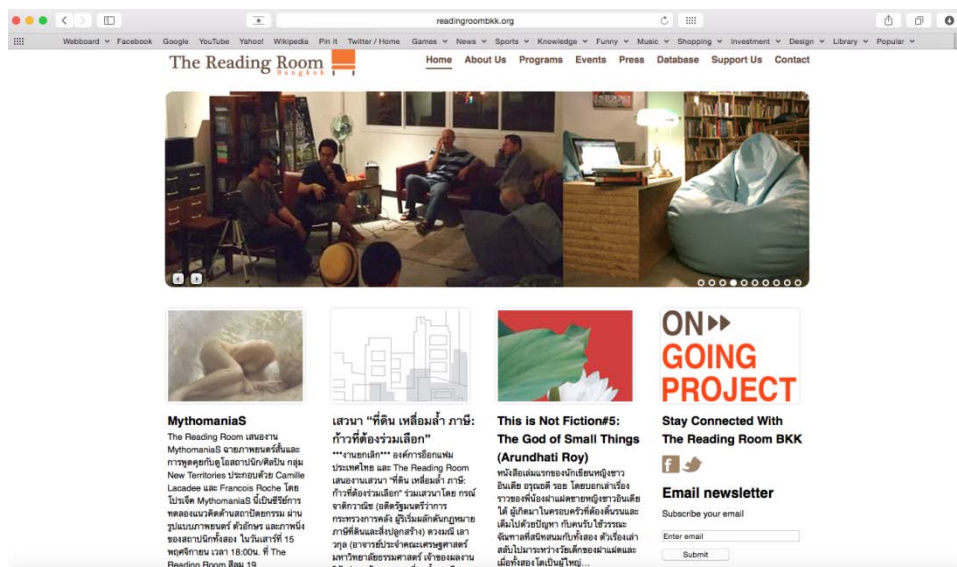
ซึ่งคาดการณ์ว่าโครงการเหล่านี้ถ้าดำเนินการไปได้ในระยะหนึ่ง จะช่วยทำให้หนังสือมีจำนวนเพิ่มขึ้น เนื้อหาครอบคลุมต่อความสนใจของผู้ใช้บริการ

4. การปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์

4.1 เว็บไซต์หลักของThe Reading Roomคือ <http://readingroombkk.org> ออกแบบให้มีหัวข้อที่นำเสนอข้อมูลทั้งหมดของห้องสมุด ซึ่งมีส่วนที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อรองรับความต้องการใช้งานที่เพิ่มขึ้น ได้แก่

- ระบบสืบค้นเว็บไซต์
- ระบบเชื่อมต่อevent channel (You tube, Facebook, Instagram)
- ระบบอีบุ๊ก 2EBOOK Library Software (Unlimited edition)
- ฐานข้อมูล (OpenBib)
- ออกแบบเว็บไซต์

ภาพที่ 5.6: หน้าเว็บไซต์ <http://readingroombkk.org>



4.2 มีเพจ Facebook ของ The Reading Room คือ <https://www.facebook.com/thereadingroombkk> ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โครงการ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตาม โดยมีการติดตามการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

ภาพที่ 5.7: หน้าเพจ Facebook <https://www.facebook.com/thereadingroombkk>



5. การบริหารกิจกรรม

จากการสำรวจผู้ใช้บริการ The Reading Room มีจุดเด่นอยู่ที่งานกิจกรรมด้านวิชาการ ซึ่งมีผู้ให้ความสนใจในวงจำกัด จึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในการสร้างงานกิจกรรมใหม่ เพื่อดึงผู้คนเข้าร่วมมากขึ้น ดังนี้

5.1 ออกแบบกิจกรรมที่ตรงฐาน End User โดยทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งผู้เคยใช้บริการและผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ วิธีการดังกล่าวเป็นสิ่งต้องทำเป็นเรื่องแรกในกลยุทธ์มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) วิธีการดังกล่าวจะช่วยระบุกลุ่มคนกลุ่มต่างๆ ได้โดยง่าย และเป็นประโยชน์การออกแบบกิจกรรมให้ตรงความสนใจ การขยายฐานผู้ใช้งาน การสร้างชุมชน จนสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการของการสนับสนุนทางการเงินจากองค์กรต่างๆ ที่ต้องการทราบถึงจำนวนกลุ่มเป้าหมาย

5.2 กิจกรรมต้องมีความหลากหลาย มีความต่อเนื่องสม่ำเสมอ เข้าถึงได้ทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งนี้จากการลงทุนเพิ่มหนังสือเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดโอกาสที่จะนำเนื้อหาเหล่านั้นมาออกแบบกิจกรรมได้กว้างขวาง และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น โดยขยายกิจกรรมไปในทุกศาสตร์ นำไปสู่การผสมกันของกิจกรรม (Crossover Event)

5.3 กระตุ้นให้เกิดการสร้างสรรค์กิจกรรมในเครือข่ายและชุมชน โดยมีโครงการพิเศษ สำหรับกลุ่มไม่แสวงหากำไร กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก นักเรียน นักศึกษา ที่เป็นสมาชิกจะไม่คิดค่าใช้จ่ายในการเข้าพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรม โดยทางห้องสมุดจะมีโควตาฟรีให้แก่ผู้ใช้บริการประเภทนี้ 4 ครั้งต่อเดือน

5.4 รายได้หลังหักค่าใช้จ่าย ร้อยละ 20 นำไปจัดเป็นทุนสำหรับนักศึกษาหรือองค์กรที่ต้องการสร้าง วิจัย และพัฒนาโครงการต่างๆ หรือนำไปพัฒนาโครงการของทางห้องสมุด ซึ่งปรับลดตามความเหมาะสมของรายได้หรือเก็บสะสมไว้เป็นทุนสำรองของห้องสมุดต่อไป

มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

(1) การเป็นกิจการเพื่อสังคม สำหรับ The Reading Room มีนโยบายในการนำกำไรมาบริหารหรือลงทุนต่อให้เกิดประโยชน์ และเกิดมูลค่าที่เพิ่มขึ้นแก่สังคม

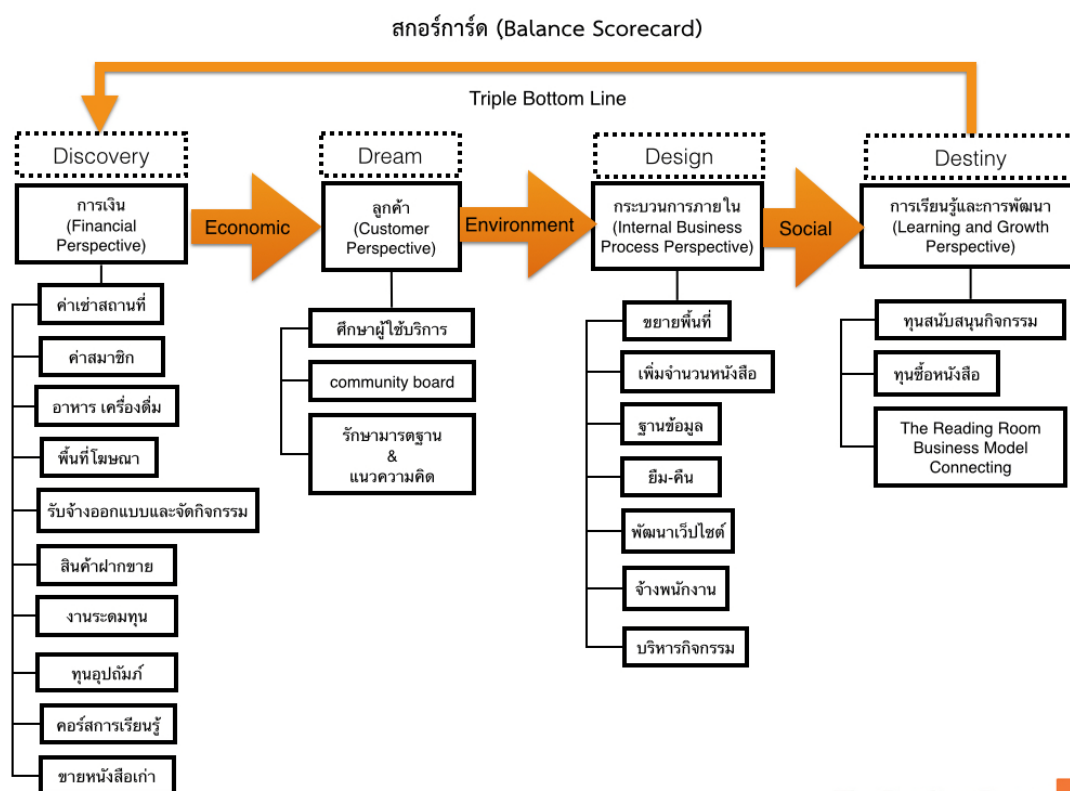
(1.1) รายได้หลังหักค่าใช้จ่าย ร้อยละ 70 นำไปซื้อหนังสือที่ตรงกับความต้องการของห้องสมุดเพิ่มเติมนอกเหนือจากการรับบริจาค และโครงการเพิ่มจำนวนหนังสือต่างๆ

(1.2) รายได้หลังหักค่าใช้จ่าย ร้อยละ 20 นำไปจัดเป็นทุนสำหรับนักศึกษาหรือองค์กรที่ต้องการสร้าง วิจัย และพัฒนาโครงการต่างๆ หรือนำไปพัฒนาโครงการของทางห้องสมุด เพื่อจูงใจให้ชุมชนและสมาชิกเกิดการสร้างสรรค์งานกิจกรรมด้วยตนเอง

ทั้งนี้งบประมาณดังกล่าวสามารถปรับลดตามความเหมาะสมของรายได้หรือเก็บสะสมไว้เป็นทุนสำรองของห้องสมุดต่อไป

(2) บริหารงาน เชื่อมต่อ และพัฒนา เนื้อหา (Contents) คน (People) และความร่วมมือทางธุรกิจ (Business collaboration) ให้เกิดเป็นพื้นที่ชุมชนทางความคิด ความรู้และวัฒนธรรม (Intellectual Community) ขนาดใหญ่

ภาพที่ 5.8: สรุปขั้นตอนการออกแบบกลยุทธ์ด้วย Balance Scorecard (BSC)



บทที่ 6 งบการเงิน

การวางแผนและบริหารด้านการเงิน เป็นจุดประสงค์หลักของการวิจัยที่จะทำให้ห้องสมุด The Reading Room มีความมั่นคงทางการเงินควบคู่ไปกับการดำเนินกิจการเพื่อสังคม ดังนั้นเพื่อให้กิจการสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดแผนในการบริหารด้านการเงินไว้ ดังนี้

6.1 วัตถุประสงค์ทางการด้านการเงิน

สำหรับการวิเคราะห์แผนการเงินของห้องสมุด The Reading Room มีสมมติฐานทางการเงิน ดังนี้

6.1.1 กิจการสามารถพึ่งพาตนเองได้ทางการเงิน และดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมีงบประมาณเพียงพอสำหรับรองรับการขยายตัวและการพัฒนาด้านต่างๆของกิจการ โดยไม่ประสบปัญหาทางการเงินอันมีผลต่อภาวะล้มละลาย ควบรวมกิจการ หรือการขายกิจการ เป็นต้น

6.1.2 เป็นองค์กรที่ดำเนินกิจการเพื่อสังคมโดยยึดหลัก Triple Bottom Line กล่าวคือ การสร้างผลตอบแทนให้แก่สังคมและชุมชน (Social) เป็นหลักรวมทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อม (Environment) และการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรอย่างเป็นธรรม (Economic)

6.1.3 มีการเติบโตของกิจการแบบค่อยเป็นค่อยไป ลงมือทำตามกำลัง ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นวิธีทำให้กิจการมีความมั่นคงและยั่งยืนทางการเงิน

6.2 การประมาณเงินลงทุน

ห้องสมุด The Reading Room ได้ดำเนินกิจการในลักษณะ องค์กรไม่แสวงหากำไร (Non-profit organization) มาเป็นระยะเวลา 5ปี (พ.ศ.2552 - 2557) ซึ่งผ่านการลงทุนในครั้งแรกด้วยเงินทุนส่วนตัวของเจ้าของกิจการและไม่มีผลกระทบทางการเงินหรือหนี้สินจากสินทรัพย์ใดๆ ส่งผลมาจนถึงปัจจุบัน

ด้วยเงินลงทุน 288,768 บาท เมื่อคำนวณหักค่าเสื่อมราคาของอาคาร 10 ปี ห้องสมุด The Reading Roomจะมีมูลค่าสินทรัพย์ในปัจจุบันจำนวน 144,384 บาท

ตารางที่ 6.1: ตารางแสดงเงินลงทุนในสินทรัพย์ของห้องสมุด ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2552 ถึงปี พ.ศ. 2557

ประเภทสินทรัพย์	จำนวน (บาท)
พื้นที่ภายใน(ตกแต่ง) 79 ตรม.	116,148
พื้นที่ห้องน้ำ 2.7 ตรม.	บริจาค
หนังสือ	บริจาค
ไฟส่องสว่าง	3,270
คอมไฟ	5,000
ชั้นหนังสืออะคริลิค	บริจาค
ชั้นหนังสือไม้	46,000
ชั้นหนังสือเหล็ก	4,000
เฟอร์นิเจอร์	บริจาค
ป้ายไฟ	4,500
เบาะนั่งพื้น	6,000
ค่าทำเว็บไซต์	10,000
เครื่องปรับอากาศ	47,600
ตู้เย็น	4,750
เครื่องคอมพิวเตอร์และปริ้นเตอร์	25,000
เครื่องเสียง	บริจาค
ลำโพง	6,500
โปรเจคเตอร์	10,000
รวมเงินลงทุน	288,768

ในปี พ.ศ. 2558 ห้องสมุด The Reading Room มีแผนการลงทุนเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงและพัฒนาตามแผนการที่ได้วางไว้ เพื่อเป็นกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ดังนี้

ตารางที่ 6.2: ตารางแสดงเงินลงทุนในสินทรัพย์ของห้องสมุด ปี พ.ศ. 2558

ประเภทสินทรัพย์	จำนวน (บาท)
มูลค่าทรัพย์สินปัจจุบัน (หลังหักค่าเสื่อมราคา)	144,384
ค่าพัฒนาระบบสืบค้นเว็บไซต์	15,000
ค่าพัฒนาระบบevent channel	10,000
ค่าออกแบบเว็บไซต์ (เพิ่มเติม)	5,000
ค่าจ้างทำระบบฐานข้อมูล	50,000
โปรแกรมฐานข้อมูล OpenBib	ไม่มีค่าใช้จ่าย
ขยายชั้นหนังสือ	75,000
เครื่องชงกาแฟ Nespresso & Dolce Gusto	15,000
โปรแกรมระบบอีบุ๊ก 2EBOOK Library Software (Unlimited edition)	150,000
ตกแต่งพื้นที่เพิ่มเติม	120,000
ระบบไฟฟ้าและไฟส่องสว่างเพิ่มเติม	12,000
เครื่องปรับอากาศเพิ่มเติม2เครื่อง	45,000
งบประมาณซื้อหนังสือ (ปีแรก)	4,000,000
รวมงบประมาณลงทุน	4,500,000

6.3 แหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนในการปรับปรุงกิจการ มีจำนวนทั้งสิ้น 4,500,000บาท ซึ่งมาจาก2ส่วน คือ

1. เงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น จำนวน 2,500,000 บาท ประกอบด้วยทุนจดทะเบียนหุ้นสามัญจำนวน 100,000หุ้น มูลค่าหุ้นละ 25บาท โดยมีบัญชีผู้ถือหุ้นจำนวน3คน (สำหรับกรณีที่กิจการจะปรับเปลี่ยนเป็นรูปบริษัทในอนาคต ตามเงื่อนไขการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทจำกัด)

ตารางที่ 6.3: ตารางแสดงสัดส่วนผู้ถือหุ้นห้องสมุด The Reading Room

ลำดับ	ผู้ถือหุ้น	สัดส่วนที่ถือหุ้น (ร้อยละ)	จำนวน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ (บาท)	มูลค่าหุ้นรวม (บาท)
1	นราวัลลภ ปฐมวัฒน์	60	60,000	25	1,500,000
2	ผู้ถือหุ้นรายที่ 1	20	20,000	25	500,000
3	ผู้ถือหุ้นรายที่ 2	20	20,000	25	500,000
	รวม	100	100,000		2,500,000

2. เงินกู้ยืมจากธนาคาร ซึ่งห้องสมุด The Reading Room จะทำการกู้ยืมเงินจากธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยยื่นขออนุมัติวงเงินกู้จากธนาคาร จำนวน 2,000,000บาท ในสินเชื่อประเภทวงเงินกู้ระยะยาว (Long Term Loan) โดยมีอัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าธนาคารรายย่อยขั้นต่ำประเภทต่ำสุด ร้อยละ 8 มีกำหนดระยะเวลาในการผ่อนชำระ 10 ปี

ดังนั้นจะทำให้ ห้องสมุด The Reading Room มีเงินทุนเป็นส่วนของผู้ถือหุ้น 2,500,000 บาท และมีเงินทุนกู้ยืมจากธนาคาร 2,000,000บาท รวมเป็น 4,500,000 บาท

6.4 งบประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ตารางที่ 6.4: ตารางแสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร สำหรับงวดรายปี

ค่าใช้จ่ายห้องสมุด ;	จำนวน (บาท)
ค่าเช่าพื้นที่	256,800
ค่าสาธารณูปโภค	79,200
ค่าอินเทอร์เน็ต	56,496
ค่าจดทะเบียนเว็บไซต์ (.org)	340
ค่าซ่อมบำรุง	36,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.4 (ต่อ): ตารางแสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร สำหรับงวดรายปี

ค่าใช้จ่ายห้องสมุด ;	จำนวน (บาท)
เบ็ดเตล็ด	36,000
ต้นทุนเครื่องพิมพ์	28,800
ค่าใช้จ่ายด้านบริหารงานบุคคล;	
เงินเดือนพนักงาน	588,000
ค่าพนักงานทำบัญชี	18,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ;	
ชำระเงินกู้ธนาคาร	360,000
รวมงบประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหารรายปี;	1,459,636
ค่าใช้จ่ายหลังหักค่าใช้จ่าย; (หมายเหตุ)	จำนวน (บาท)
ค่าซื้อหนังสือเข้าห้องสมุด	ร้อยละ 70 ของรายได้หลังหักค่าใช้จ่าย
ค่าบริหารกิจกรรม	ร้อยละ 20 ของรายได้หลังหักค่าใช้จ่าย
เงินทุนสำรอง	ร้อยละ 20 ของรายได้หลังหักค่าใช้จ่าย
ภาษี	ได้รับการยกเว้น
รวม	100%

หมายเหตุ: ค่าใช้จ่ายหลังหักค่าใช้จ่าย

- ค่าซื้อหนังสือเข้าห้องสมุด และค่าบริหารกิจกรรมจะปรับขึ้นลงตามรายได้ของห้องสมุดในแต่ละปี ในอัตราที่เหมาะสม
- เงินทุนสำรอง จะปรับขึ้นลงตามรายได้หลังหักค่าซื้อหนังสือเข้าห้องสมุดและค่าบริหารกิจกรรม เพื่อนำไปจ่ายคืนแก่ผู้ถือหุ้น และนำไปเป็นทุนสำหรับการบริหารเงินของปีถัดไป ในอัตราที่เหมาะสม
- ห้องสมุด The Reading Room ดำเนินกิจการโดยจดทะเบียนภายใต้มูลนิธิส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะไทย ซึ่งได้รับการยกเว้นการเสียภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม

รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายห้องสมุด

ค่าเช่าพื้นที่

เช่าอาคารพาณิชย์ ชั้น 4 โครงการ WESTLANE ซอยสีลม 19 กรุงเทพมหานคร ขยายพื้นที่โครงการเพิ่มเติมจาก 82 ตารางเมตร เป็น 164 ตารางเมตร (รวมห้องน้ำ 1 ห้อง) มีอัตราค่าเช่าปัจจุบัน 21,400 บาทต่อเดือน สัญญาเช่า 5 ปี และขึ้นอัตราค่าเช่าร้อยละ 3 ต่อสัญญาเช่าแต่ละครั้ง

ค่าสาธารณูปโภค

ประเมินว่าจะมีค่าน้ำประมาณ 600 บาทต่อเดือน และค่าไฟฟ้าประมาณ 6,000 บาทต่อเดือน จากผู้ใช้บริการ กิจกรรม และพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น

ค่าอินเทอร์เน็ต

มีค่าอินเทอร์เน็ตระบบ Fiber to the home (HTTP) ความเร็ว 50 Mbps จากผู้ให้บริการทรูอินเทอร์เน็ต 4,708 บาทต่อเดือน (รวม VAT 7%) เพื่อรองรับผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น

ค่าจดทะเบียนเว็บไซต์ (.org)

ค่าจดทะเบียนโดเมนเว็บไซต์ www.thereadingroombkk.org จำนวน 340 บาทต่อปี

ค่าซ่อมบำรุง

ประเมินว่าจะมีค่าซ่อมบำรุงประมาณ 3,000 บาทต่อเดือน เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการซ่อมแซมหนังสือ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ และดูแลระบบเว็บไซต์ ซึ่งจะกันไว้เป็นเงินสำรองในทุกๆ เดือน

เบ็ดเตล็ด

ประเมินว่าจะมีค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดประมาณ 3,000 บาทต่อเดือน เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการจ้างแม่บ้านทำความสะอาด ชื่อของใช้ภายในห้องสมุด เช่น จานกระดาษ แก้วกระดาษ กระดาษทิชชู เป็นต้น ซึ่งจะกันไว้เป็นเงินสำรองในทุกๆ เดือน

ต้นทุนเครื่องตีพิมพ์

ต้นทุนในการสำรองสินค้าคงคลังประเภทเครื่องตีพิมพ์ 2,400 บาทต่อเดือน ได้แก่ น้ำเปล่า ซอฟต์แวร์ ซา และกาแฟแบบแคปซูล (capsules)

การชำระเงินกู้

กิจการมีดอกเบี้ยเงินกู้ 13,333 บาทต่อเดือน รวมกำหนดชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยจำนวน 360,000 บาท ในแต่ละปี ตามสินเชื่อประเภทวงเงินกู้ระยะยาว (Long Term Loan) อัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าธนาคารรายย่อยชั้นดีประเภทต่ำสุด ร้อยละ 8 กำหนดระยะเวลาในการผ่อนชำระ 10 ปี

ค่าใช้จ่ายด้านบริหารงานบุคคล

เงินเดือนพนักงาน

ตารางที่ 6.5: ตารางแสดงอัตราเงินเดือน

ตำแหน่ง	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (บาท)
Director (นราวัลลภ ปฐมวัฒน์)	25,000
ผู้จัดการห้องสมุด (Library Manager)	20,000
ฝ่ายศิลป์ (ฟรีแลนซ์)	4,000
ค่าพนักงานทำบัญชี (ฟรีแลนซ์)	1,500
รวม	50,500

ค่าใช้จ่ายหลังหักค่าใช้จ่าย

ค่าซื้อหนังสือเข้าห้องสมุด

The Reading Room นำรายได้หลังหักค่าใช้จ่าย ร้อยละ 70 นำไปซื้อหนังสือที่ตรงกับความ ต้องการของห้องสมุดเพิ่มเติมนอกเหนือจากการรับบริจาคและโครงการเพิ่มจำนวนหนังสือต่างๆ ซึ่ง จะปรับลดตามความเหมาะสมของรายได้หรือเก็บสะสมไว้เป็นทุนสำรองของห้องสมุดต่อไป

ค่าบริหารกิจกรรม

The Reading Room นำรายได้หลังหักค่าใช้จ่าย ร้อยละ 20 นำไปจัดเป็นทุนสำหรับนักศึกษา หรือองค์กรที่ต้องการสร้าง วิจัย และพัฒนาโครงการต่างๆ หรือนำไปพัฒนาโครงการของทางห้องสมุด ซึ่งปรับลดตามความเหมาะสมของรายได้หรือเก็บสะสมไว้เป็นทุนสำรองของห้องสมุดต่อไป

เงินทุนสำรอง

The Reading Room นำรายได้หลังหักค่าซื้อหนังสือและค่าบริหารกิจกรรมประมาณร้อยละ 10 เก็บไว้เพื่อนำไปจ่ายคืนแก่ผู้ถือหุ้น เป็นทุนสำหรับการบริหารเงินของปีถัดไป เป็นเงินทุนสำรอง เงินฉุกเฉิน หรือการลงทุนหรือขยายโครงการในอนาคต

การเสียภาษี

The Reading Room จัดทะเบียนภายใต้มูลนิธิส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะไทย ซึ่งได้รับการ ยกเว้นการเสียภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 47(7)(ข) แห่ง ประมวลรัษฎากร ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 19) พ.ศ.2508และมาตรา 3(4)(ข) แห่ง พระราชกฤษฎีกา ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการ ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 239) พ.ศ. 2534ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกฤษฎีกาออกตามความ ในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 254) พ.ศ. 2535 รัฐมนตรีว่าการ

กระทรวงการคลัง (แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศกระทรวงการคลัง ว่าด้วยภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 572) ลงวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2557 ชื่อเดิมคือ มูลนิธิวิชิรพยาบาล

อย่างไรก็ตามทางห้องสมุดThe Reading Roomต้องทำการสรุปบัญชีค่าใช้จ่ายรายปีส่งให้แก่มูลนิธิส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะไทยในทุกๆการปิดยอดบัญชี

6.5 การประมาณรายได้

ห้องสมุดThe Reading Room ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม มีรูปแบบการหารายได้ดังนี้

ตารางที่ 6.6: ตารางแสดงงบประมาณรายได้ สำหรับงวดรายปี

ประเภทของรายได้ ;	รายได้ (บาท)
ค่าเช่าสถานที่	168,000
อาหารและเครื่องดื่ม	42,000
รับจ้างออกแบบและบริหารกิจกรรม	420,000
ค่าสมาชิก (Regular และ Premium)	64,000
ค่าสมาชิก (องค์กรหรือบริษัท)	492,100
พื้นที่โฆษณา	288,000
ทุนอุปถัมภ์	240,000
งานระดมทุน (Charity)	200,000
คอมมิชชั่นสินค้าฝากขาย	24,000
คอร์สการเรียนรู้	405,000
ขายหนังสือเก่า (หมายเหตุ)	1,200,000
รวมรายได้	2,343,100

หมายเหตุ: รายได้จากการขายหนังสือเก่าเป็นรายได้ของปีถัดไป จึงไม่รวมกับรายได้ในปีแรก

รายละเอียดการประมาณรายได้

ค่าเช่าสถานที่

ห้องสมุด The Reading Room ให้บริการเช่าสถานที่ภายในห้องสมุดสำหรับจัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ จัดการประชุม งานฉายภาพยนตร์ งานเสวนา งานสัมมนา งานเวิร์กช็อป งานเปิดตัวหนังสือหรืองานศิลปะ งานสัมมนาขององค์กรหรือบริษัทเพื่อพัฒนาศักยภาพความรู้ของบุคลากร(HRD) เป็นต้น ความจุ 50 -70คน พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกจัดเตรียมไว้ ได้แก่ เครื่องฉายโปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ตWIFI ความเร็วสูง โต๊ะและเก้าอี้ ชุดเครื่องเสียงไมโครโฟนและลำโพง โดยมีค่าบริการดังนี้

ตารางที่ 6.7: ตารางแสดงรายได้ประเภทค่าเช่าสถานที่

ประเภทการเช่า	ค่าเช่า (บาท/6ชม.)
ทั่วไป	3,500
สมาชิก	1,750
* โครงการพิเศษ (หมายเหตุ)	ไม่คิดค่าใช้จ่าย (โควต้า 4ครั้ง/เดือน)

(หมายเหตุ) * โครงการพิเศษ สำหรับกลุ่มไม่แสวงหากำไร กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก นักเรียนนักศึกษา ที่เป็นสมาชิก จะไม่คิดค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ โดยทางห้องสมุดจะมีโควต้าฟรีให้แก่ผู้ใช้บริการประเภทนี้ 4ครั้งต่อเดือน

ประมาณการว่าจะมีผู้เช่าสถานที่แบบทั่วไป 3ครั้งต่อเดือน มีรายได้ 10,500 บาทต่อเดือน และผู้เช่าสถานที่แบบสมาชิก 2ครั้งต่อเดือน มีรายได้ 3,500บาทต่อเดือน นอกนั้นจะเป็นการให้โควต้าแก่สมาชิกแบบไม่คิดค่าใช้จ่าย รวมมีรายได้จากค่าเช่าสถานที่ 14,000 บาทต่อเดือน

อาหารและเครื่องดื่ม

ด้านเครื่องดื่ม มีเครื่องดื่มเก็บไว้ในตู้เย็น ได้แก่ น้ำเปล่า Soft Drink ชา และเครื่องชงกาแฟ Nespresso and Dolce Gusto แบบ Capsulesไว้บริการตนเอง โดยใส่เงินในตะกร้าตามราคาที่กำหนดหรือสามารถให้เกินราคาได้

ประมาณการว่าจะมีผู้ใช้บริการ200คนต่อเดือน ซึ่งคาดว่าจะมีผู้ใช้จ่ายในส่วนของเครื่องดื่มประมาณ ร้อยละ40ของจำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละเดือน มีรายได้ 4,400บาทต่อเดือน และมีกำไรประมาณ 2,000บาทต่อเดือน

ด้านอาหาร ผู้ใช้บริการสามารถสั่งอาหารจากร้านในโครงการ Westlane มารับประทานภายในห้องสมุดได้ โดยมีบริการส่งให้ถึงห้องสมุดในราคาเท่ากับร้านที่ร่วมเป็นพันธมิตร โดยมีบริการจัดชุดอาหารจากร้านอาหารดังกล่าวสำหรับงานกิจกรรมที่จัดที่ The Reading Room โดยจัดเป็น

package คู่ไปกับค่าเช่าสถานที่ ราคาขึ้นอยู่กับประเภทอาหารและจำนวนคนของลูกค้า โดย The Reading Room มีอัตราส่วนแบ่ง ร้อยละ 5 ของกำไรจากการขายอาหาร

ประมาณการว่าจะสามารถขายอาหารได้ประมาณ 200 ชุดต่อเดือน อ้างอิงจากเฉลี่ยจำนวนกิจกรรม 4-5 ครั้งต่อเดือน ครั้งละ 30-50 คน คิดราคาแบบเป็นหัว เฉลี่ยหัวละ 150 บาท (รวมอาหารและเครื่องดื่ม) เมื่อคิดจากส่วนแบ่งร้อยละ 5 จากยอดขาย จะมีรายได้ 1,500 บาทต่อเดือน

ประมาณการว่าจะมีรายได้จากอาหารและเครื่องดื่ม 3,500 บาทต่อเดือน

รับจ้างออกแบบและบริหารกิจกรรม

ทางทีมงาน The Reading Room มีประสบการณ์ด้านการสร้างเครือข่ายชุมชนและมีสายสัมพันธ์กับองค์กรต่างๆ เพื่อช่วยกันสร้างสรรค์โครงการหรือกิจกรรมที่มีคุณประโยชน์ต่อสังคมและศิลปวัฒนธรรมทั้งในระดับภายในประเทศและต่างประเทศ รับบริการออกแบบและจัดงานสัมมนาขององค์กรหรือบริษัทเพื่อพัฒนาศักยภาพความรู้ของบุคลากร (HRD) โดยมีค่าบริการสำหรับการเป็นที่ปรึกษาโครงการ การออกแบบและวางแผนโครงการ การหาทุน การบริหารทีมงาน การดำเนินโครงการ การติดตามและประเมินผล

The Reading Room คิดค่าบริการโครงการละ 5,000-10,000 บาทขึ้นอยู่กับขนาดของงาน การประสานงานเครือข่าย และงบประมาณ ประมาณการว่าจะมีผู้จ้างงานขนาดเล็กประมาณ 3 ครั้งต่อเดือน และงานขนาดใหญ่ 2 ครั้งต่อเดือน เฉลี่ยมีรายได้ 35,000 บาทต่อเดือน

ค่าสมาชิก

The Reading Room เป็นห้องสมุดที่ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้งานปกติ แต่จะมีระบบสมาชิกห้องสมุดแบบรายปีเพื่อรับสิทธิประโยชน์ต่างๆ รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.8: ตารางแสดงอัตราค่าสมาชิกและรายได้ที่ได้รับต่อปี

ประเภท	ราคา (บาท/ปี)	จำนวน (คน)	จำนวน (องค์กรหรือบริษัท)	รายได้ (บาท)
Regular	500	30	-	15,000
Premium	700	70	-	49,000
องค์กรหรือบริษัทมีสมาชิก 2 คน ขึ้นไป (ลด 10%)	1,260	220	110	138,600

(ตารางมีต่อ)

ขตารางที่ 6.8 (ต่อ): ตารางแสดงอัตราค่าสมาชิกและรายได้ที่ได้รับต่อปี

ประเภท	ราคา (บาท/ปี)	จำนวน (คน)	จำนวน (องค์กรหรือบริษัท)	รายได้ (บาท)
องค์กรหรือบริษัทมีสมาชิกเกิน 5 คน ขึ้นไป (ลด 15%)	2,800	325	65	182,000
องค์กรหรือบริษัทมีสมาชิกเกิน 10 คนขึ้นไป (ลด 20%)	4,900	350	35	171,500
รวม		995	210	556,100

รายละเอียดค่าสมาชิก

สมาชิกประเภท Regular

- สามารถยืมหนังสือและสื่อทัศนูปกรณ์ของห้องสมุดได้
- ส่วนลด 50% สำหรับการเข้าสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆ
- ส่วนลด 50% หรือไม่เสียค่าใช้จ่าย สำหรับกิจกรรมพิเศษที่ต้องมีค่าใช้จ่าย
- สิทธิพิเศษสำหรับการเข้าถึงคนสำคัญหรือดาราที่เข้าร่วมกิจกรรม
- สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตไวไฟของทางห้องสมุดได้

สมาชิกประเภท Premium

- สิทธิเบื้องต้นเหมือนสมาชิกประเภท Regular
- จะได้รับเลข IDประจำตัว สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลลูกค้าและหนังสือ บทความ งานวิจัยที่เป็นdigital file หรือe-bookที่ถูกลิขสิทธิ์ของห้องสมุด The Reading Room
- รับสิทธิแลกซื้อเครื่องKindle สำหรับอ่านหนังสือดิจิทัลในราคาพิเศษ เป็นการทำโครงการร่วมกันกับร้านหนังสือB2S ผู้นำเข้าKindle
- รับสิทธิส่วนลดในการซื้อหนังสือดิจิทัลตลอดปี เป็นการทำโครงการร่วมกันกับสำนักพิมพ์และตัวแทนจำหน่าย

ประมาณการว่าจะมีสมาชิกประเภท Regular ประมาณ 30 คนต่อปี และสมาชิกประเภท Premium ประมาณ 70 คนต่อปี มีรายได้เดือนละ 5,333บาทต่อเดือน

สมาชิกประเภทองค์กรหรือบริษัท

สำหรับองค์กรหรือบริษัทที่ต้องการมีส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล (HRD: Human Resource Development) ภายในบริษัท ทางห้องสมุดThe Reading Roomเสนอตัวเป็นตัวแทนพื้นที่การให้

ความรู้และพัฒนาความรู้แก่บุคคล โดยจะจัดหาหนังสือ เนื้อหาและกิจกรรม ให้เหมาะสมกับองค์กร นั้นๆ โดยมีสิทธิเหมือนสมาชิกประเภท RegularและPremium แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. องค์กรหรือบริษัทที่มีสมาชิก2คน ค่าสมาชิกแบบเหมาราคา 1,260 บาทต่อปี ลดจากราคาเต็มร้อยละ 10
2. องค์กรหรือบริษัทที่มีสมาชิก5คน ค่าสมาชิกแบบเหมาราคา 2,800บาทต่อปี ลดจากราคาเต็มร้อยละ 15
3. องค์กรหรือบริษัทที่มีสมาชิกเกิน10คนขึ้นไป ค่าสมาชิกแบบเหมาราคา 4,900บาทต่อปี ลดจากราคาเต็มร้อยละ 20

ในปีแรกจะเริ่มทำการหาสมาชิกประเภทองค์กรหรือบริษัท โดยตั้งเป้าไว้เขตพื้นที่สีลมและสาทร ซึ่งเป็นพื้นที่รอบห้องสมุดและมีบริษัทเป็นจำนวนมาก โดยมีจำนวนถึง 4,195 บริษัท จากการสำรวจทางเว็บไซต์ <http://www.yellowpages.co.th> ตั้งเป้าในการหาสมาชิกปีแรกให้ได้ร้อยละ5 ของจำนวนบริษัททั้งหมด จำนวน210 บริษัท โดยมีสมาชิกแบบ2คน 110บริษัทต่อปี แบบ5คน65บริษัทต่อปี และแบบ 10คน35บริษัทต่อปี และขยายจำนวนสมาชิกในพื้นที่อื่นๆทุกปี

พื้นที่โฆษณา

The Reading Room เสนอพื้นที่โฆษณาให้แก่องค์กรต่างๆ ที่มีโครงการทำการ PR เพื่อสร้าง Brand awareness แก่สินค้า การทำ CSR เพื่อประโยชน์แก่สังคม ทั้งในรูปของการลงทุนสร้างกิจกรรมร่วมกันกับทรัพยากรและชุมชนของ The Reading Room โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 6.9: ตารางแสดงรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณา

ประเภท	ราคา (บาท/เดือน)	จำนวน (ครั้ง)	รายได้ (บาท)
โฆษณาสนับสนุนกิจกรรม	2,500	8	20,000
โฆษณาบนเว็บไซต์ (แบนเนอร์)	1,000	4	4,000
รวม			24,000

ทั้งนี้ The Reading Room มีโครงการบทความแนะนำหนังสือบนเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย มีการออกแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหนังสือหรือเนื้อหาอื่นๆ ทั้งงานเปิดตัวหนังสือ งานเสวนา งาน Book club เป็นต้น โดยกิจกรรมทั้งหมดจะถูกนำไปเผยแพร่ในรูปแบบรายการวิทยุทูป (Channel YouTube) และเพิ่มยอดอัตราการรับชมและทำการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้สนับสนุน

ประมาณการว่าจะมีโฆษณาสนับสนุนกิจกรรม 8 ครั้งต่อเดือน (เฉลี่ยจากกิจกรรมที่จัดของห้องสมุดจำนวน 4 ครั้งต่อเดือน จะมีผู้สนับสนุน 2 ราย) มีรายได้ 20,000 บาทต่อเดือน และโฆษณานบนเว็บไซต์ (แบนเนอร์) 4 ตัว มีรายได้ 4,000 บาทต่อเดือน รวมมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณา 24,000 บาทต่อเดือน

ทุนอุปถัมภ์

The Reading Room อาศัยจุดแข็งในด้านการสร้างชุมชนเพื่อการพัฒนาและออกแบบโครงการต่างๆ โดยวางกรอบในสิ่งที่รัฐหรือเอกชนสนใจให้ทุนสนับสนุนในขอบเขตศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา ทั้งการให้ทุนแบบให้เปล่าหรือการบริจาคเพื่อการลดหย่อนภาษี ซึ่งการที่ The Reading Room เป็นห้องสมุดที่ดำเนินกิจการภายใต้มูลนิธิ จึงสามารถรับเงินบริจาคเพื่อการลดหย่อนภาษีได้ ประมาณการว่าจะมียอดรายได้จากการบริจาค 20,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 6.10: ตารางแสดงการลดหย่อนภาษี

ประเภท	การลดหย่อนภาษี
บุคคลธรรมดา	หักลดหย่อนภาษีเป็นจำนวน 2 เท่าของจำนวนเงินที่บุคคลธรรมดาได้จ่าย ทั้งการจ่ายเป็นเงินหรือทรัพย์สิน <i>หมายเหตุ:</i> สามารถลดหย่อนภาษีได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของเงินได้พึงประเมินหลังจากหักค่าใช้จ่ายและหักลดหย่อน
บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล	หักลดหย่อนภาษีเป็นจำนวน 2 เท่าของรายจ่าย ทั้งการจ่ายเป็นเงินหรือทรัพย์สิน <i>หมายเหตุ:</i> สามารถลดหย่อนภาษีได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของกำไรสุทธิ ก่อนหักรายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะ

งานระดมทุน (Charity)

The Reading Room วางแผนจัดงานระดมทุนในรูปแบบต่างๆ เช่น งานกาล่าดินเนอร์ งานคอนเสิร์ต งานแสดงศิลปะและวัฒนธรรม เป็นต้น เพื่อระดมทุนนำมาจัดซื้อหนังสือให้ได้ตามเป้า สอดคล้องกับการขยายตัวของห้องสมุด โดยมีเป้าหมายที่กลุ่มพันธมิตร ด้านธุรกิจและการเงินทั้งไทยและต่างประเทศ ซึ่งมีเงินทุนและอัตราการบริจาคที่สูง เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD) สถาบันการเงิน และสมาคมต่างๆ หรือห้องสมุดที่ได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชน เช่น ห้องสมุดมารวย ห้องสมุดเนลสัน

เฮย์ และองค์กรที่สนับสนุนทางด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น Thai Art Archives พิพิธภัณฑ์ต่างๆ

ตารางที่ 6.11: ตารางแสดงรายได้จากงานระดมทุนในกรณีต่างๆ

ประเภท	ราคา (บาท/เดือน)	จำนวน (ครั้ง)	รายได้ (บาท)
Best Case	100,000	3	300,000
Most Likely Case	100,000	2	200,000
Worse Case	100,000	1	100,000

ทั้งนี้การจัดงานระดมทุนจำเป็นต้องวางแผนและใช้ทรัพยากรเป็นจำนวนมาก การจัดงานแต่ละครั้งจึงจำเป็นต้องดูสภาพเศรษฐกิจโดยรวมและสภาพแวดล้อมในขณะนั้น จึงแบ่งจำนวนการจัดงานตามสถานการณ์ที่ผลประกอบการของห้องสมุด The Reading Room ดังนี้คือ

คอมมิชชั่นสินค้าฝากขาย

มีการจำหน่ายสินค้าที่มาจาก การต่อยอดเนื้อหาและกิจกรรมที่เกิดจากการสร้างสรรค์โดยเครือข่ายชุมชนทางศิลปวัฒนธรรม โดย The Reading Room เป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อระหว่างชุมชน ผู้ผลิต เจ้าของโครงการ กับภาคส่วนธุรกิจ เพื่อให้เกิดการพัฒนาวงการศิลปวัฒนธรรม

The Reading Room คิดส่วนแบ่งจากยอดขายร้อยละ 5 ประเมินการว่าจะมีรายได้จากคอมมิชชั่นสินค้าฝากขายเดือนละ 2,000 บาท

คอร์สการเรียนรู้

มีการเปิดคอร์สการเรียนรู้ในหมวดศิลปวัฒนธรรม เช่น การปั้นดิน การแกะยางลบ สอนวาดภาพและระบายสี เป็นต้น รับผู้เรียนประมาณ 10-20 คน โดยมีอัตราส่วนการแบ่งรายได้ในรูปแบบต่างๆ ขึ้นอยู่กับรายละเอียด การตกลงกันระหว่างผู้สอนกับห้องสมุด และการจัดการของแต่ละกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป

คอร์สการเรียนรู้ในตลาดทั่วไปจะมีราคาอยู่ที่ประมาณ 500-2500 บาทต่อคน ขึ้นอยู่กับรูปแบบของเนื้อหา ประเมินการว่าคอร์สการเรียนรู้ที่จะจัดในห้องสมุด The Reading Room ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1,500 บาทต่อคน จัดกิจกรรมเดือนละ 6 ครั้ง คาดการว่าจะมีบุคคลทั่วไปสมัครเรียน 10 คนต่อครั้งและสมาชิก 5 คนต่อครั้ง (มีส่วนลด 50% สำหรับสมาชิก) เฉลี่ยเงินส่วนแบ่งรายได้ประมาณ 33,750 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 6.12: ตารางแสดงรายได้จากคอร์สการเรียนรู้ต่อเดือน

ประเภท	ราคาเฉลี่ย (บาท)	จำนวน (ครั้ง)	บุคคลทั่วไป (คน)	สมาชิก (คน)	รายได้ต่อเดือน (บาท)
ส่วนแบ่งร้อยละ30 จากยอดขาย	1,500	6	10	5	33,750

ขายหนังสือเก่า

The Reading Room ตั้งเป้าหมายที่จะซื้อหนังสือเล่มละ 2-3 ชุด และขายเป็นหนังสือเก่าเพื่อนำรายได้มาซื้อหนังสือใหม่หมุนเวียนในทุกๆปี ประเมินว่าจะสามารถขายหนังสือได้มูลค่าร้อยละ 30 ของมูลค่าหนังสือเดิม

6.6 สมมติฐานผลตอบแทนของกิจการในสถานการณ์ต่างๆ

ผู้วิจัยได้ตระหนักว่าในการดำเนินกิจการนั้น อาจประสบปัญหาด้านภาวะเศรษฐกิจต่างๆ ซึ่งส่งผลให้ผลประกอบการของกิจการนั้นแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานด้านการเงินไว้ 3 สถานการณ์ ได้แก่

1. สถานการณ์ที่ผลประกอบการดีเยี่ยม เทียบจากการมีรายได้ 125% ของรายได้ทั้งหมด (Best Case)
2. สถานการณ์ที่ผลประกอบการปกติ เทียบจากการมีรายได้ 100% ของรายได้ทั้งหมด (Most Likely Case)
3. สถานการณ์ที่ผลประกอบการปกติ เทียบจากการมีรายได้ 75% ของรายได้ทั้งหมด (Worst Case)

จากสมมติฐานทั้ง 3 สถานการณ์สามารถเปรียบเทียบผลประกอบการได้ดังนี้

ตารางที่ 6.13: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนโดยประมาณ เปรียบเทียบในสถานการณ์การเงินที่ต่างกัน
งวดวันที่ 1มกราคม 2558 ถึง วันที่ 31ธันวาคม 2558

ประเภท	Best Case 125%	Most Likely Case 100%	Worst Case 75%
รายได้ ;			
ค่าเช่าสถานที่	210,000	168,000	126,000
อาหารและเครื่องดื่ม	52,500	42,000	31,500
รับจ้างออกแบบและบริหารกิจกรรม	525,000	420,000	315,000
ค่าสมาชิก (Regular และ Premium)	80,000	64,000	48,000
ค่าสมาชิก (องค์กรหรือบริษัท)	615,125	492,100	369,075
พื้นที่โฆษณา	360,000	288,000	216,000
ทุนอุปถัมภ์	300,000	240,000	180,000
งานระดมทุน (Charity)	300,000	200,000	100,000
คอมมิชชั่นสินค้าฝากขาย	30,000	24,000	18,000
คอร์สการเรียนรู้	506,250	405,000	303,750
ขายหนังสือเก่า (หมายเหตุ1)	-	-	-
รวมรายได้	2,978,875	2,343,100	1,707,325
รายจ่าย ;			
ค่าใช้จ่ายห้องสมุด ;			
ค่าเช่าพื้นที่	256,800	256,800	256,800
ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟและค่าน้ำ)	79,200	79,200	79,200
ค่าอินเทอร์เน็ต	56,496	56,496	56,496
ค่าจดทะเบียนเว็บไซต์ (.org)	340	340	340

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.13 (ต่อ): ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนโดยประมาณ เปรียบเทียบในสถานการณ์การเงินที่ต่างกัน งวดวันที่ 1 มกราคม 2558 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2558

ประเภท	Best Case	Most Likely Case	Worst Case
	125%	100%	75%
ค่าซ่อมบำรุง	36,000	36,000	36,000
เบ็ดเตล็ด	36,000	36,000	36,000
ต้นทุนเครื่องตี๋ม	28,800	28,800	28,800
ค่าใช้จ่ายด้านบริหารงานบุคคล;			
เงินเดือนพนักงาน	588,000	588,000	588,000
ค่าพนักงานทำบัญชี	18,000	18,000	18,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ;			
ชำระเงินกู้ธนาคาร	360,000	360,000	360,000
ค่าใช้จ่ายหลังหักค่าใช้จ่าย (หมายเหตุ 2)			
ค่าซื้อหนังสือเข้าห้องสมุด	-	-	-
ค่าบริหารกิจกรรม	-	-	-
เงินทุนสำรอง (หมายเหตุ 3)	-	-	-
รวมค่าใช้จ่าย ;	1,459,636	1,459,636	1,459,636
กำไรก่อนหักภาษี (EBIT)	1,519,239	883,464	247,689
ภาษี (ได้รับการยกเว้น)	-	-	-
กำไรสุทธิ (Net Income)	1,519,239	883,464	247,689

หมายเหตุ 1: รายได้จากการขายหนังสือเก่า เป็นรายได้ของปีถัดไป จึงไม่รวมกับรายได้ในปีแรก

หมายเหตุ 2: ค่าใช้จ่ายหลังหักค่าใช้จ่าย ได้แก่ ค่าซื้อหนังสือเข้าห้องสมุด และค่าบริหารกิจกรรมเป็นรายจ่ายของปีถัดไป จึงไม่รวมกับรายจ่ายในปีแรก

หมายเหตุ 3: เงินทุนสำรอง คือเงินสะสมของกำไรสุทธิในปีแรก เพื่อนำไปทบในปีถัดไป

ตารางที่ 6.14: แสดงสถานการณ์ทางการเงินแบบดีเยี่ยม (Best Case) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (รายได้โตร้อยละ40ต่อปี ค่าใช้จ่ายโตร้อยละ40ต่อปี)
สำหรับปี 2558-2567

ปีที่	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปี พ.ศ.	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
เงินลงทุน	-4,644,384										
กระแสเงินสดรับ											
ค่าเช่าสถานที่		210,000	294,000	411,600	576,240	806,736	1,129,430.40	1,581,202.56	2,213,683.58	3,099,157.02	4,338,819.82
อาหาร, เครื่องดื่ม		52,500	73,500	102,900	144,060	201,684	282,357.60	395,300.64	553,420.90	774,789.25	1,084,704.96
รับจ้างออกแบบ บริหารกิจกรรม		525,000	735,000	1,029,000	1,440,600	2,016,840	2,823,576	3,953,006.40	5,534,208.96	7,747,892.54	10,847,049.56
ค่าสมาชิก		695,125	973,175	1,362,445	1,907,423	2,670,392.20	3,738,549.08	5,233,968.71	7,327,556.20	10,258,578.68	14,362,010.15
พื้นที่โฆษณา		360,000	504,000	705,600	987,840	1,382,976	1,936,166	2,710,632.96	3,794,886.14	5,312,840.60	7,437,976.84
ทุนอุปถัมภ์		300,000	420,000	588,000	823,200	1,152,480	1,613,472	2,258,860.80	3,162,405.12	4,427,367.17	6,198,314.04
งานระดมทุน		300,000	420,000	588,000	823,200	1,152,480	1,613,472	2,258,860.80	3,162,405.12	4,427,367.17	6,198,314.04
สินค้าฝากขาย		30,000	42,000	58,800	82,320	115,248	161,347.20	225,886.08	316,240.51	442,736.72	619,831.40
คอร์สการเรียนรู้		506,250	708,750	992,250	1,389,150	1,944,810	2,722,734	3,811,827.60	5,336,558.64	7,471,182.10	10,459,654.93
ขายหนังสือเก่า		-	1,200,000	1,159,040.19	1,282,793.65	1,484,878.82	1,912,809.63	2,505,783.93	3,456,021.60	4,758,112.34	6,686,205.66
รวมกระแสเงินสดรับ		2,978,875	5,370,425	6,997,635.19	9,456,826.65	12,928,525.02	17,933,914.31	24,935,330.48	34,857,386.77	48,720,023.59	68,232,881.40

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.14 (ต่อ): แสดงสถานการณ์ทางการเงินแบบดีเยี่ยม (Best Case) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (รายได้โตร้อยละ40ต่อปี ค่าใช้จ่ายโตร้อยละ40ต่อปี)
สำหรับปี 2558-2567

ปีที่	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปี พ.ศ.	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
กระแสเงินสดจ่าย											
ด้านห้องสมุด ;											
ค่าเช่าพื้นที่		-256,800	-256,800	-256,800	-256,800	-256,800	-264,504	-264,504	-264,504	-264,504	-264,504
ค่าอินเตอร์เน็ต		-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496
จดทะเบียนเว็บไซต์		-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340
ค่าสาธารณูปโภค		-79,200	-110,880	-155,232	-217,324.80	-304,254.72	-425,956.61	-596,339.25	-834,874.95	-1,168,824.93	-1,636,354.91
ค่าซ่อมบำรุง		-36,000	-50,400	-70,560	-98,784	-138,297.60	-193,616.64	-271,063.30	-379,488.61	-531,284.06	-743,797.68
เบ็ดเตล็ด		-36,000	-50,400	-70,560	-98,784	-138,297.60	-193,616.64	-271,063.30	-379,488.61	-531,284.06	-743,797.68
ต้นทุนเครื่องตีพิมพ์		-28,800	-40,320	-56,448	-79,027.20	-110,638.08	-154,893.31	-216,850.64	-303,590.89	-425,027.25	-595,038.15
ด้านบริหารงานบุคคล ;											
เงินเดือนพนักงาน		-588,000	-823,200	-1,152,480	-1,613,472	-2,258,860.80	-3,162,405.12	-4,427,367.17	-6,198,314.04	-8,677,639.65	-12,148,695.51
ค่าพนักงานทำบัญชี		-18,000	-25,200	-35,280	-49,392	-69,148	-96,808.32	-135,531.65	-189,744.31	-265,642.03	-371,898.84
อื่นๆ ;											
ชำระเงินกู้ธนาคาร		-360,000	-344,000	-328,000	-312,000	-296,000	-280,000	-264,000	-248,000	-232,000	-216,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.14 (ต่อ): แสดงสถานการณ์ทางการเงินแบบดีเยี่ยม (Best Case) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (รายได้โตร้อยละ40ต่อปี ค่าใช้จ่ายโตร้อยละ40ต่อปี)
สำหรับปี 2558-2567

ปีที่	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปี พ.ศ.	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
หลังหักค่าใช้จ่าย;											
ซื้อหนังสือ (70%)		-	-1,063,467.30	-1,571,551.73	-1,956,410.88	-2,911,314.87	-3,889,390.61	-5,673,242.82	-7,796,324.09	-11,185,090.07	-15,530,306.06
บริหารกิจกรรม (20%)		-	-303,847.80	-449,014.78	-558,974.54	-831,804.25	-1,111,254.46	-1,620,926.52	-2,227,521.17	-3,195,740.02	-4,437,230.30
เงินทุนสำรอง (10%)		1,519,239	877,758.80	774,306.17	1,643,635.83	1,813,153.19	3,103,987.53	3,843,436.50	5,954,854.84	7,805,321.43	11,520,885.89
รวมกระแสเงินสดจ่าย		-1,459,636	-3,125,351.10	-4,202,762.51	-5,297,805.41	-7,372,252.72	-9,829,281.71	-13,797,724.64	-18,878,686.67	-26,533,872.07	-36,744,459.14
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้ (EBIT)		1,519,239	2,245,073.90	2,794,872.68	4,159,021.24	5,556,272.30	8,104,632.60	11,137,605.84	15,978,700.10	22,186,151.52	31,488,422.26
เสียภาษี		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Income)		1,519,239	2,245,073.90	2,794,872.68	4,159,021.24	5,556,272.30	8,104,632.60	11,137,605.84	15,978,700.10	22,186,151.52	31,488,422.26
Payback Period	3.35										
Discount Rate	7.50%										
NPV	51,832,425.05										
IRR	67%										

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period): 3ปี 5เดือน

ตารางที่ 6.15: แสดงสถานการณ์ทางการเงินแบบปกติ (Most Likely Case) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (รายได้โตร้อยละ25ต่อปี ค่าใช้จ่ายโตร้อยละ25ต่อปี) สำหรับปี 2558-2567

ปีที่	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปี พ.ศ.	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
เงินลงทุน	-4,644,384										
กระแสเงินสดรับ											
ค่าเช่าสถานที่		168,000	210,000	262,500	328,125	410,156.25	512,695.31	640,869.14	801,086.43	1,001,358.03	1,251,697.54
อาหาร, เครื่องดื่ม		42,000	52,500	65,625	82,031.25	102,539.06	128,173.83	160,217.29	200,271.61	250,339.51	312,924.39
รับจ้างออกแบบ บริหารกิจกรรม		420,000	525,000	656,250	820,312.50	1,025,390.63	1,281,738.28	1,602,172.85	2,002,716.06	2,503,395.08	3,129,243.85
ค่าสมาชิก		556,100	695,125	868,906.25	1,086,132.81	1,357,666.02	1,697,082.52	2,121,353.15	2,651,691.44	3,314,614.30	4,143,267.87
พื้นที่โฆษณา		288,000	360,000	450,000	562,500	703,125	878,906.25	1,098,632.81	1,373,291.02	1,716,613.77	2,145,767.21
ทุนอุปถัมภ์		240,000	300,000	375,000	468,750	585,937.50	732,421.88	915,527.34	1,144,409.18	1,430,511.47	1,788,139.34
งานระดมทุน		200,000	250,000	312,500	390,625	488,281.25	610,351.56	762,939.45	953,674.32	1,192,092.90	1,490,116.12
สินค้าฝากขาย		24,000	30,000	37,500	46,875	58,593.75	73,242.19	91,552.73	114,440.92	143,051.15	178,813.93
คอร์สการเรียนรู้		405,000	506,250	632,812.50	791,015.63	988,769.53	1,235,961.91	1,544,952.39	1,931,190.49	2,413,988.11	3,017,485.14
ขายหนังสือเก่า		-	1,200,000	1,025,527.44	1,073,529.70	1,022,916.99	1,204,452.29	1,288,654.12	1,625,625.04	1,881,794.73	2,428,819.28
รวมกระแสเงินสดรับ		2,343,100	4,128,875	4,686,621.19	5,649,896.89	6,743,375.97	8,355,026.02	10,226,871.29	12,798,396.49	15,847,759.05	19,886,274.67

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.15 (ต่อ): แสดงสถานการณ์ทางการเงินแบบปกติ (Most Likely Case) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (รายได้โตร้อยละ25ต่อปี ค่าใช้จ่ายโตร้อยละ25ต่อปี)
สำหรับปี 2558-2567

ปีที่	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปี พ.ศ.	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
กระแสเงินสดจ่าย											
ด้านห้องสมุด ;											
ค่าเช่าพื้นที่		-256,800	-256,800	-256,800	-256,800	-256,800	-264,504	-264,504	-264,504	-264,504	-264,504
ค่าอินเตอร์เน็ต		-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496
จดทะเบียนเว็บไซต์		-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340
ค่าสาธารณูปโภค		-79,200	-99,000	-123,750	-154,687.50	-193,359.38	-241,699.22	-302,124.02	-377,655.03	-472,068.79	-590,085.98
ค่าซ่อมบำรุง		-36,000	-45,000	-56,250	-70,312.50	-87,890.63	-109,863.28	-137,329.10	-171,661.38	-214,576.72	-268,220.90
เบ็ดเตล็ด		-36,000	-45,000	-56,250	-70,312.50	-87,890.63	-109,863.28	-137,329.10	-171,661.38	-214,576.72	-268,220.90
ต้นทุนเครื่องตีพิมพ์		-28,800	-36,000	-45,000	-56,250	-70,312.50	-87,890.63	-109,863.28	-137,329.10	-171,661.38	-214,576.72
ด้านบริหารงานบุคคล ;											
เงินเดือนพนักงาน		-588,000	-735,000	-918,750	-1,148,437.50	-1,435,546.88	-1,794,433.59	-2,243,041.99	-2,803,802.49	-3,504,753.11	-4,380,941.39
ค่าพนักงานทำบัญชี		-18,000	-22,500	-28,125	-35,156.25	-43,945.31	-54,931.64	-68,664.55	-85,830.69	-107,288.36	-134,110.45
อื่นๆ ;											
ชำระเงินกู้ธนาคาร		-360,000	-344,000	-328,000	-312,000	-296,000	-280,000	-264,000	-248,000	-232,000	-216,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.15 (ต่อ): แสดงสถานการณ์ทางการเงินแบบปกติ (Most Likely Case) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (รายได้โตร้อยละ25ต่อปี ค่าใช้จ่ายโตร้อยละ25ต่อปี)
สำหรับปี 2558-2567

ปีที่	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปี พ.ศ.	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
หลังหักค่าใช้จ่าย;											
ซื้อหนังสือ (70%)		-	-618,424.80	-1,185,534.98	-904,820.65	-1,628,034.66	-1,485,125.07	-2,411,890.51	-2,479,524.01	-3,705,209.89	-4,091,956.87
บริหารกิจกรรม (20%)		-	-176,692.80	-338,724.28	-258,520.19	-465,152.76	-424,321.45	-689,111.57	-708,435.43	-1,058,631.40	-1,169,130.54
เงินทุนสำรอง (10%)		883,464	898,503.80	-231,658.33	1,162,422.97	28,419.81	1,536,111.35	441,175.07	2,105,197.55	1,081,811.39	2,970,603.51
รวมกระแสเงินสดจ่าย		-1,459,636	-2,435,253.60	-3,394,020.26	-3,324,133.09	-4,621,768.73	-4,909,468.15	-6,684,694.13	-7,505,239.50	-10,002,106.37	-11,654,583.76
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้ (EBIT)		883,464	1,693,621.40	1,292,600.93	2,325,763.80	2,121,607.24	3,445,557.87	3,542,177.15	5,293,156.99	5,845,652.68	8,231,690.92
เสียภาษี		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Income)		883,464	1,693,621.40	1,292,600.93	2,325,763.80	2,121,607.24	3,445,557.87	3,542,177.15	5,293,156.99	5,845,652.68	8,231,690.92
Payback Period	6.10										
Discount Rate	7.50%										
NPV	15,145,431.96										
IRR	40%										

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period): 6ปี 2เดือน

ตารางที่ 6.16: ตารางแสดงสถานการณ์ทางการเงินตกต่ำ (Worst Case) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (รายได้ร้อยละ5ต่อปี ค่าใช้จ่ายร้อยละ5ต่อปี) สำหรับปี 2558-2567

ปีที่	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปี พ.ศ.	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
เงินลงทุน	-4,644,384										
กระแสเงินสดรับ											
ค่าเช่าสถานที่		126,000	132,300	138,915	145,860.75	153,153.79	160,811.48	168,852.05	177,294.65	186,159.39	195,467.36
อาหาร, เครื่องดื่ม		31,500	33,075	34,728.75	36,465.19	38,288.45	40,202.87	42,213.01	44,323.66	46,539.85	48,866.84
รับจ้างออกแบบ บริหารกิจกรรม		315,000	330,750	347,287.50	364,651.88	382,884.47	402,028.69	422,130.13	443,236.63	465,398.46	488,668.39
ค่าสมาชิก		417,075	585,558.75	828,900.19	1,180,737.27	1,689,842.64	2,426,934.11	3,494,549.86	5,041,367.46	7,282,966.49	10,531,934.26
พื้นที่โฆษณา		216,000	226,800	238,140	250,047	262,549.35	275,676.82	289,460.66	303,933.69	319,130.38	335,086.89
ทุนอุปถัมภ์		180,000	189,000	198,450	208,372.50	218,791.13	229,730.68	241,217.22	253,278.08	265,941.98	279,239.08
งานระดมทุน		100,000	145,000	210,250	304,862.50	442,050.63	640,973.41	929,411.44	1,347,646.59	1,954,087.55	2,833,426.95
สินค้าฝากขาย		18,000	18,900	19,845	20,837.25	21,879.11	22,973.07	24,121.72	25,327.81	26,594.20	27,923.91
คอร์สการเรียนรู้อ		303,750	318,937.50	334,884.38	351,628.59	369,210.02	387,670.52	407,054.05	427,406.75	448,777.09	471,215.95
ขายหนังสือเก่า		-	1,200,000	892,014.69	896,110.68	657,177.50	738,851.00	567,747.64	738,743.02	666,755.09	984,839.77
รวมกระแสเงินสดรับ		1,707,325	3,156,867.50	3,176,572.32	3,616,681.63	3,964,276.63	4,842,004.57	5,759,038.17	7,425,769.05	9,418,771.81	12,597,352.45

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.16 (ต่อ): ตารางแสดงสถานการณ์ทางการเงินตกต่ำ (Worst Case) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (รายได้โตร้อยละ5ต่อปี ค่าใช้จ่ายโตร้อยละ5ต่อปี)
สำหรับปี 2558-2567

ปีที่	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปี พ.ศ.	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
กระแสเงินสดจ่าย											
ด้านห้องสมุด ;											
ค่าเช่าพื้นที่		-256,800	-256,800	-256,800	-256,800	-256,800	-264,504	-264,504	-264,504	-264,504	-264,504
ค่าอินเตอร์เน็ต		-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496	-56,496
จดทะเบียนเว็บไซต์		-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340	-340
ค่าสาธารณูปโภค		-79,200	-99,000	-123,750	-154,687.50	-193,359.38	-241,699.22	-302,124.02	-377,655.03	-472,068.79	-590,085.98
ค่าซ่อมบำรุง		-36,000	-45,000	-56,250	-70,312.50	-87,890.63	-109,863.28	-137,329.10	-171,661.38	-214,576.72	-268,220.90
เบ็ดเตล็ด		-36,000	-45,000	-56,250	-70,312.50	-87,890.63	-109,863.28	-137,329.10	-171,661.38	-214,576.72	-268,220.90
ต้นทุนเครื่องตีพิมพ์		-28,800	-36,000	-45,000	-56,250	-70,312.50	-87,890.63	-109,863.28	-137,329.10	-171,661.38	-214,576.72
ด้านบริหารงานบุคคล ;											
เงินเดือนพนักงาน		-588,000	-735,000	-918,750	-1,148,437.50	-1,435,546.88	-1,794,433.59	-2,243,041.99	-2,803,802.49	-3,504,753.11	-4,380,941.39
ค่าพนักงานทำบัญชี		-18,000	-22,500	-28,125	-35,156.25	-43,945.31	-54,931.64	-68,664.55	-85,830.69	-107,288.36	-134,110.45
อื่นๆ ;											
ชำระเงินกู้ธนาคาร		-360,000	-344,000	-328,000	-312,000	-296,000	-280,000	-264,000	-248,000	-232,000	-216,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.16 (ต่อ): ตารางแสดงสถานการณ์ทางการเงินตกต่ำ (Worst Case) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (รายได้โตร้อยละ5ต่อปี ค่าใช้จ่ายโตร้อยละ5ต่อปี) สำหรับปี 2558-2567

ปีที่	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปี พ.ศ.	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
หลังหักค่าใช้จ่าย;											
ซื้อหนังสือ (70%)		-	-173,382.30	-905,667.98	-99,666.74	-929,422.50	-168,506.47	-1,137,732.23	-498,783.27	-1,727,037.35	-1,372,021.10
ค่าบริการกิจกรรม (20%)		-	-49,537.80	-258,762.28	-28,476.21	-265,549.29	-48,144.71	-325,066.35	-142,509.51	-493,439.24	-392,006.03
เงินทุนสำรอง (10%)		247,689	1,070,891.30	1,022,049.21	1,199,603.48	954,248.26	1,408,680.58	750,251.05	1,825,903.43	260,446.44	2,675,801.85
รวมกระแสเงินสดจ่าย		-1,459,636	-1,863,056.10	-3,034,191.26	-2,288,935.20	-3,723,553.10	-3,216,672.81	-5,046,490.63	-4,958,572.84	-7,458,741.67	-8,157,523.48
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้ (EBIT)		247,689	1,293,811.40	142,381.06	1,327,746.43	240,723.53	1,625,331.76	712,547.53	2,467,196.21	1,960,030.14	4,439,828.97
เสียภาษี		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Income)		247,689	1,293,811.40	142,381.06	1,327,746.43	240,723.53	1,625,331.76	712,547.53	2,467,196.21	1,960,030.14	4,439,828.97
Payback Period	9.40										
Discount Rate	7.50%										
NPV	3,743,824.89										
IRR	21%										

ระยะเวลากลับคืนทุน (Payback Period): 9ปี 5เดือน

6.7 สรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

ตารางที่ 6.17: สรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ ในระยะเวลา10ปี

Description	Best Case 125%	Most Likely Case 100%	Worst Case 75%
รายได้	68,232,881.40	19,886,274.67	12,597,352.45
กำไรสุทธิ	31,488,422.26	8,231,690.92	4,439,828.97
กระแสเงินสดสุทธิ	31,488,422.26	8,231,690.92	4,439,828.97
Payback Period	3ปี 5เดือน	6ปี 2เดือน	9ปี 5เดือน
NPV	51,832,425.05	15,145,431.96	3,743,824.89
IRR	67%	40%	21%

1. สถานการณ์ที่ผลประกอบการดีเยี่ยม เทียบจากการมีรายได้ 125% ของรายได้ทั้งหมด รายได้ร้อยละ40ต่อปี และมีค่าใช้จ่ายร้อยละ40ต่อปี (Best Case) แสดงว่ากิจการมีสภาพคล่องทางการเงินสูง ได้รับผลตอบแทนที่ดีมาก อีกทั้งยังเห็นได้ว่ากิจการจะมีรายได้ 68,232,881.40 บาท มีกำไรสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดสุทธิ 31,488,422.26 บาท เพราะได้รับการยกเว้นภาษี มีมูลค่าเงิน ณ ปัจจุบันของโครงการ เท่ากับ51,832,425.05 บาท ในปีที่ 10ของการดำเนินงาน ซึ่งทำให้คืนทุนภายในระยะเวลา 3ปี 5เดือน จึงสรุปได้ว่ากิจการนั้นน่าจะลงทุนสอดคล้องกับค่าIRRที่มีค่าอยู่ที่ 67%

2. สถานการณ์ที่ผลประกอบการเป็นปกติ เทียบจากการมีรายได้ 100% ของรายได้ทั้งหมด รายได้ร้อยละ25ต่อปี และมีค่าใช้จ่ายร้อยละ25ต่อปี (Most Likely Case) แสดงว่ากิจการมีสภาพคล่องทางการเงินสูง ได้รับผลตอบแทนที่ดีมาก อีกทั้งยังเห็นได้ว่ากิจการจะมีรายได้ 19,886,274.67 บาท มีกำไรสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดสุทธิ 8,231,690.92 บาท เพราะได้รับการยกเว้นภาษี มีมูลค่าเงิน ณ ปัจจุบันของโครงการ เท่ากับ15,145,431.96 บาท ในปีที่ 10ของการดำเนินงาน ซึ่งทำให้คืนทุนภายในระยะเวลา 6ปี 2เดือน จึงสรุปได้ว่ากิจการนั้นยังน่าจะลงทุนสอดคล้องกับค่าIRRที่มีค่าอยู่ที่ 40%

3. สถานการณ์ที่ผลประกอบการตกต่ำ เทียบจากการมีรายได้ 75% ของรายได้ทั้งหมด รายได้ร้อยละ5ต่อปี และมีค่าใช้จ่ายร้อยละ5ต่อปี (Worst Case) แสดงว่ากิจการมีสภาพคล่องทางการเงินปานกลาง ได้รับผลตอบแทนปานกลาง อีกทั้งยังเห็นได้ว่ากิจการจะมีรายได้

12,597,352.45 บาท มีกำไรสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดสุทธิ 5,800,976.67 บาท เพราะได้รับการยกเว้นภาษี มีมูลค่าเงิน ณ ปัจจุบันของโครงการ เท่ากับ 4,439,828.97 บาท ในปีที่ 10 ของการดำเนินกิจการ ซึ่งทำให้คืนทุนภายในระยะเวลา 9 ปี 5 เดือน จึงสรุปได้ว่ากิจการยังน่าลงทุนแต่กิจการอาจจะไม่สามารถเติบโตได้ตามเป้าหมายที่วาดฝันไว้ (Dream) สอดคล้องกับค่า IRR ที่มีค่าอยู่ที่ 21%



บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 สรุปสถานการณ์ของกิจการ

บทสรุปจากการดำเนินการสุนทรียสาธก

การนำทฤษฎีสุนทรียสาธกเข้ามาใช้ในการจัดการห้องสมุด The Reading Room ทำให้เกิดการค้นพบ (Discovery) ว่าภายใต้ข้อจำกัดต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา การตั้งคำถามและการคิดแง่บวก ทำให้เกิดการค้นพบแง่มุมที่น่าสนใจ จนสามารถนำไปประยุกต์เพื่อกำหนดแนวทางการแก้ปัญหาและปรับปรุงกิจการในระยะต่อไปได้ ซึ่งเมื่อย้อนกลับมาดูที่ผลลัพธ์ (Outcome) คือการดำเนินกิจการห้องสมุดในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ภายใต้แนวความคิด (Dream) “พื้นที่ชุมชนทางความคิด ความรู้และวัฒนธรรม (Intellectual Community)” ด้วยรูปแบบการดำเนินกิจการ (Business Model) และการบริหารเนื้อหา (Contents Management Model) ของ The Reading Room สามารถตอบโจทย์ของหลักการ Triple Bottom Line (Destiny) คือการสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ (Learning Environment) ด้วยการลงทุนด้านเนื้อหา (Contents) ในรูปแบบหนังสือให้ได้มากที่สุด โดยมีทั้งแบบเล่มปกติและแบบดิจิทัล เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้งานและกิจกรรมให้มากที่สุด ซึ่งเป็นการบริหารส่วนสังคมและชุมชน (Social & Community) จนเกิดรายได้จากการขยายเนื้อหาด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ที่มากพอจะนำกลับมาเพิ่มจำนวนและพัฒนาเนื้อหาให้สูงขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด (Economic) ผ่านความร่วมมือทางธุรกิจ (Business Collaboration)

บทสรุปการวางแผนกลยุทธ์

ในส่วนของกรอบกลยุทธ์ด้วย Balance Scorecard (Design) เริ่มตั้งแต่มุมมองด้านการเงินที่ค้นหาวิธีการหารายได้แบบต่างๆ (Discovery) ที่เพียงพอต่อการดำเนินกิจการ โดยรายได้ดังกล่าวจะถูกนำมาใช้ในการเพิ่มจำนวนและพัฒนาเนื้อหาให้ได้มากที่สุดเพื่อมุ่งไปให้ได้ตามที่ฝันไว้ (Dream) มุมมองด้านลูกค้าจึงเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของห้องสมุด เนื่องจากขนาดทางกายภาพที่จำกัด การจะไปให้ถึงฝันที่ใหญ่ จำเป็นต้องบริหารจัดการลูกค้าให้เกิดเป็นชุมชนและการสร้างพันธมิตร เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาต่อยอดกิจกรรมจากเนื้อหาที่มี โดยผ่านมุมมองกระบวนการภายใน (Design) ที่จะต้องจัดการให้ห้องสมุดแห่งนี้มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็น Intellectual Community จนไปถึงมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Destiny) ที่ The Reading Room จะนำรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายไปซื้อหนังสือเพิ่มและสนับสนุนการสร้างกิจกรรมของชุมชน ซึ่งอัตราส่วนแบ่งรายได้จะแปรผันตามผลประกอบการในปีนั้น

ด้วยกระบวนการออกแบบและวางแผนงานมาทั้งหมด คาดการณ์ว่ากิจการห้องสมุด The Reading Room จะสามารถดำเนินกิจการให้อยู่รอดและเจริญเติบโตไปพร้อมกับการขยายตัวของ

ชุมชนอย่างยั่งยืนและเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างคุณประโยชน์ต่อสังคม

7.2 แนวทางการแก้ไขและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะและแนวทางที่จะศึกษาต่อไปของ The Reading Room

7.2.1 จากการนำทฤษฎีสุนทรียสาธกเข้ามาใช้ในจัดการและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room เริ่มต้นจำเป็นต้องสร้างความเข้าใจถึงวิธีการและผลที่จะได้รับต่อเจ้าของโครงการและผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อปรับมุมมองทัศนคติ เพราะโดยปกติคนจะคิดแต่ด้านลบ จุดอ่อน หรือภัยคุกคามมากกว่าจะคิดด้านบวก ผู้วิจัยจึงต้องอธิบายให้ทราบถึง “การมองข้ามเรื่องลบเพื่อก้าวกระโดดไปเรื่องที่ดีด้วยพลังของเรื่องบวก” พร้อมชี้ให้เห็นว่าที่ผ่านมาสาเหตุที่ทำให้ห้องสมุด The Reading Room ไม่เกิดการพัฒนาหรือไม่สามารถเติบโตเป็นเพราะยังทำการค้นพบถึงทางรอดที่ยังไม่เพียงพอ ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นว่า ยังมีวิธีการและแง่มุมต่างๆ มากมายในการจัดการต่อห้องสมุดแห่งนี้ที่ยังไม่ถูกค้นพบ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการนำมาวางแผนกลยุทธ์

7.2.2 ทฤษฎีสุนทรียสาธกสามารถใช้ร่วมกับทฤษฎีอื่นๆ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์กิจการแล้วเข้าใจภาพรวมจากหลากหลายมุมมองมากยิ่งขึ้น จนไปถึงการออกแบบกลยุทธ์ และการออกแบบการเงินที่สอดคล้องกัน

7.2.3 จากผลการศึกษาทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า การที่ The Reading Room จะไปให้ถึงตามวิสัยทัศน์ (Vision) หรือความฝัน (Deam) ที่ตั้งไว้ จำเป็นต้องดำเนินการอย่างใดบ้างทั้งในเรื่องของกลยุทธ์และการเงิน แต่ด้วยในปัจจุบันสภาพแวดล้อมปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว การนำผลการศึกษา มาปรับใช้จริงอาจจำเป็นต้องเลือกหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ณ ขณะนั้นด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรอื่นๆ

ทฤษฎีสุนทรียสาธกสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับโครงการที่ใกล้เคียงกัน เช่น กิจการเพื่อสังคม ธุรกิจ SME หรือ Startup ซึ่งมักจะมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรหรือสภาพแวดล้อม เมื่อนำไปใช้ศึกษาโครงการประเภทเดียวกันแล้วอาจช่วยให้เห็นความคล้ายคลึงกันของปัญหา การก้าวข้ามปัญหารวมทั้งแนวทางปฏิบัติที่ใช้ร่วมกันได้ หรือเกิดองค์ความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ขึ้นมา โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ องค์กรนั้นจำเป็นต้องกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) ที่ชัดเจน จึงจะสามารถนำสุนทรียสาธกไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

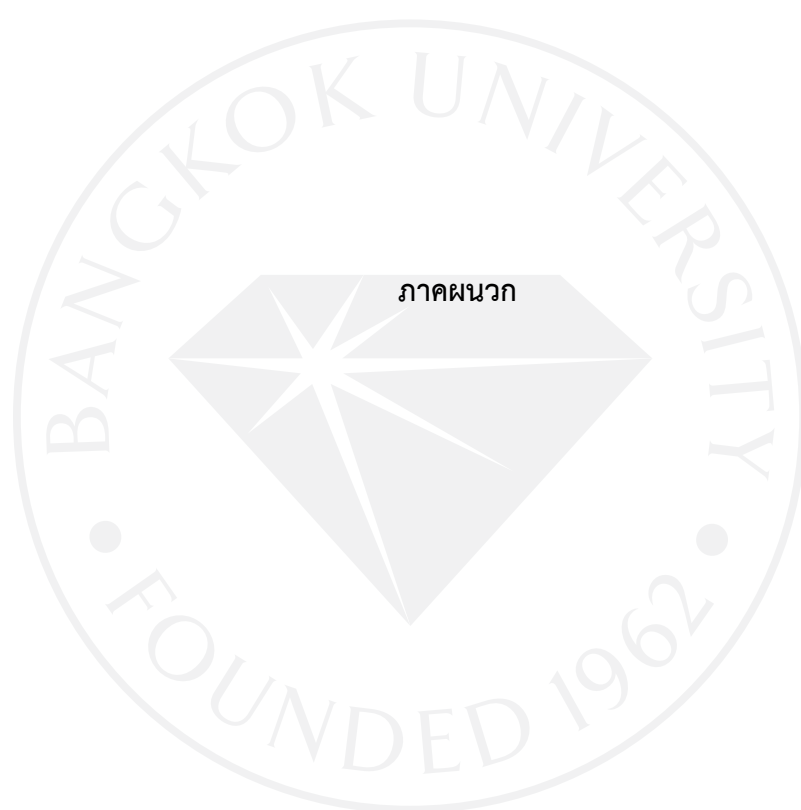
บรรณานุกรม

- กฤตยา ชูสกุล. (2555). *ห้องสมุดมีชีวิต (Living library)*. สืบค้นจาก <http://choosakul.blogspot.com/2012/09/living-library.html>.
- คณะกรรมการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม. (2553). *แผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม (พ.ศ. 2553- พ.ศ.2557) (แผนแม่บท)*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม.
- ชลภัศร์ วงษ์ประเสริฐ. (2551). ทิศทางการพัฒนาสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ตามกรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่10. *วารสารห้องสมุด*, 52(2), 1-8.
- ชุติมา สัจจานันท์ และสุนทรี ศุภวงศ์. (2529). *บรรณานุกรมการอ่าน*. กรุงเทพฯ: สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). “ห้องสมุด” พจนานุกรมแปล ไทย-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. สืบค้นจาก <http://rirs3.royin.go.th/dictionary.asp>.
- วัฒนชัย วินิจจะกุล. (2554). “ห้องสมุดมีชีวิต” รูปแบบอุทยานการเรียนรู้. ใน *การสัมมนา TK Forum 2011*. กรุงเทพฯ: สำนักงานอุทยานการเรียนรู้.
- วีรณัฐ วิจารณ์ประภา. (2556). *คิดใหม่ Change the world*. กรุงเทพฯ: พิมพ์สุภา.
- วิทยากร เชียงกุล. (2552). ประเทศที่ประชาชนไม่ชอบอ่านหนังสือไม่มีทางไปสู่ใครเขาได้. *วารสารห้องสมุด*, 52(2), 63-66.
- ธนสรณ์ ฐันนทา. (2552). *Balanced Scorecard คืออะไร*. สืบค้นจาก <http://www.gotoknow.org/post/31796>.
- ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม. (2552). *โครงการสร้างเสริมองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม Social Enterprise (รายงานผลการวิจัย)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2549). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2551). *การสำรวจการอ่านหนังสือของประชากร พ.ศ. 2551*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). *การสำรวจการอ่านหนังสือของประชากร พ.ศ. 2556*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

- สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน (สสค.). (2555). *สสค. จับมือนักวิชาการ เปิด 100 หนังสือดีเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนไทย*. สืบค้นจาก <http://www.qlf.or.th/Home/Contents/541>.
- สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.). (2554). *ความหมายของกิจการเพื่อสังคม*. สืบค้นจาก <http://www.tseo.or.th/about/social-enterprise/means>
- สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2549). *แนวทางการจัดการห้องสมุดโรงเรียนให้มีชีวิต (เอกสารแนวทางการดำเนินงาน)*. กรุงเทพฯ: สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักเลขาธิการรัฐมนตรี. (2545). *คอลัมน์อาหารสมอง: เกร็ดความรู้ทางการบริหาร*. *วารสาร สคส.สาร*, 1(11), 7-8.
- อนิชา รุ่งรังสีมา. (2552). *การวางแผนกลยุทธ์โดยใช้สุนทรียศาสตร์ (APPRECIATIVE INQUIRY) กรณีศึกษารานกาแพชาริตี*. โครงการศึกษาด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต, วิทยาลัย บัณฑิตศึกษากิจการ.
- อัจฉริยะ อุปการกุล. (2554). *SOAR VS. SWOT Analysis*. สืบค้นจาก <http://www.gotoknow.org/posts/441791>.
- อุทัยวรรณ กาญจนกามล. (2552). *กุญแจแห่งความรู้สุนทรียปรัชญา ไขสู่การพัฒนาความร่วมมือ*. สืบค้นจาก <http://www.scribd.com/doc/14353614/Appreciative-Inquiry-สุนทรียปรัชญา> ศิลปะแห่งการตั้งคำถามเพื่อเสริมสร้างพลังชุมชน.
- Alderfer, C.P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(2), 142-175.
- Cooperrider, D. L., & Whitney, D. (1999). *Appreciative inquiry: Collaborating for change*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Communications.
- Cooperrider, D. L., & Whitney, D. (2001). A positive revolution in change: appreciative Inquiry. *Public administration and public policy*, 87, 611-630.
- Cooperrider, D., Whitney, D., & Stavros, J. M. (2003). *Appreciative inquiry handbook*. Bedford Heights, OH: Lakeshore.
- Frank, B., & Ronald, F. (2005). *Appreciative Inquiry: A positive approach to building cooperative capacity*. Chagrin Falls, OH: Taos Institute.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategy management system. *Harvard Business Review*, Jan.-Feb., 75-85.
- Kotler, P. (1999). *Kotler on marketing*. NJ: Mackays of Chatham.

- Kotler., P., & Keller, K.L. (2003). *Marketing management*. NJ: Prentice-Hall.
- Kotker, P., & Scheff, J. (1997). *Standing room only*. Boston: Harvard Harvard Business School.
- Stavros. J., & Hinrichs, G. (2007). SOARing to high and engaging performance: An appreciative approach to strategy. *AI Practitioner, August*, 4-9.
- Stavos, J. M., & Hinrichs, G. (2009). *The thin book of SOAR: Building strengths-bases strategy*. OR: Thin book.
- Whitney, D., & Trosten, B. A. (2003). *The power of appreciative inquiry: a practical guide to positive change*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler.





ภาคผนวก ก

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธก(Appreciative Inquiry)ในการศึกษาและวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานของห้องสมุดThe Reading Room ให้สามารถดำเนินกิจการในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม(Social Enterprise)ภายใต้วิสัยทัศน์ “พื้นที่ชุมชนทางความคิด ความรู้และวัฒนธรรม (Intellectual Community)” ซึ่งแต่เดิมถูกก่อตั้งเพื่อแก้ไขปัญหาการอ่านหนังสือ แต่จากการศึกษาพบว่าห้องสมุดแห่งนี้ยังมีศักยภาพในการ เป็นพื้นที่สาธารณะที่เปิดโอกาสให้คนได้แสดงออกทางความคิด ความเชื่อ และทัศนคติ ช่วยในการแสวงหาความรู้เพื่อการพัฒนาความคิดและสร้างชุมชนทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำไปออกแบบกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ต่อไปได้

ผู้วิจัยได้ศึกษาและวางแผนทางการเงินให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ออกแบบไว้ตามหลัก Triple Bottom Line กล่าวคือการสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้(Learning Environment) ด้วยการลงทุนด้านเนื้อหา(Contents) ในรูปแบบหนังสือให้ได้มากที่สุด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้งานและกิจกรรมให้มากที่สุด ซึ่งเป็นการบริหารส่วนสังคมและชุมชน(Social & Community) จนเกิดรายได้จากการขยายเนื้อหาด้วยกลยุทธ์ต่างๆที่มากพอจะนำกลับมาเพิ่มจำนวนและพัฒนาเนื้อหาให้สูงขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด (Economic) ผ่านความร่วมมือทางธุรกิจ โดยมีการวางแผนการดำเนินงานกิจการเป็นระยะเวลา10ปีนับจากปีพ.ศ.2558 ด้วยเงินลงทุนทั้งสิ้น 4,644,384บาท

ผู้วิจัยได้จัดทำสมมติฐานทางการเงินไว้เป็น3กรณี ได้แก่ สถานการณ์ที่ผลประกอบการดีเยี่ยม (Best Case) สถานการณ์ที่ผลประกอบการเป็นปกติ(Most Likely Case) และสถานการณ์ที่ผลประกอบการตกต่ำ(Worst Case) โดยมีเงื่อนไขรายได้จาก ค่าเช่าสถานที่ อาหารและเครื่องดื่ม รับจ้างออกแบบและบริหารกิจกรรม ค่าสมาชิก พื้นที่โฆษณา ทุนอุปถัมภ์ งานระดมทุน คอมมิชชั่นสินค้าฝากขาย คอร์สการเรียนรู้ และขายหนังสือเก่า ซึ่งสามารถสรุปผลทางการเงินได้ดังนี้

Description	Best Case	Most Likely Case	Worst Case
Payback Period	3ปี 5เดือน	6ปี 2เดือน	9ปี 5เดือน
NPV	51,832,425.05 บาท	15,145,431.96 บาท	3,743,824.89 บาท
IRR	67%	40%	21%

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างละเอียด

1. คำถามสำหรับการสัมภาษณ์บุคคลภายในกิจการห้องสมุด The Reading Room

Discovery: Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร กรุณาอธิบาย ?

Q: คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นอย่างไร ?

Q: The Reading room มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้
งานของคุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณผู้ตอบทำงานให้
The Reading Room) ?

Dream: Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

Design: Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริง
ขึ้นได้อย่างไร ?

Destiny: Q: ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อ
ความต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เป็นที่ตั้งใจไว้ ?

2. คำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการห้องสมุด The Reading Room

Discovery: Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ห้องสมุด The Reading Room
เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

Q: ช่วยแชร์ประสบการณ์จากการที่ได้ใช้บริการห้องสมุดอื่นๆ หรือมุมมองที่ดีต่อ
ห้องสมุด เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

Dream: Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคต ?

Design: Q: ในฐานะที่คุณเป็นผู้ใช้บริการ อยากให้ The Reading Room ควรดำเนินการ
อย่างไรบ้างเพื่อให้ห้องสมุดแห่งนี้เป็นที่เหมือนที่คุณปรารถนา ?

Destiny: Q: ช่วยแสดงความคิดเห็นว่า The Reading Room จะมีแนวทางใดในการหาราย
ได้เพื่อพัฒนาองค์กรให้เป็นที่ตั้งใจไว้ ?

3. คำถามสำหรับการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการอื่นที่มีความสัมพันธ์กับห้องสมุด The Reading Room
แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

3.1 เจ้าของกิจการในพื้นที่ใกล้เคียงกับห้องสมุด The Reading Room

Discovery: Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ในฐานะเพื่อนบ้านของห้องสมุด
The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

Q: สิ่งใดที่ทำให้ The Reading Room หรือกิจการของตนเอง มีคุณค่า / มีความหมายต่อพื้นที่แห่งนี้ ?

Dream: Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดหรือพื้นที่แห่งนี้ในอนาคต ?

Design: Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

Destiny: Q: หากจะมีสิ่งดีๆ ที่เกิดขึ้นแก่ห้องสมุดแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร / มีวิธีการ / แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรม / เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง 2 อย่าง อย่างไร ?

3.2 เจ้าของกิจการห้องสมุด ร้านหนังสืออิสระ และกิจการที่เกี่ยวข้อง

Discovery: Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานที่นี้เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

Q: อะไรที่ทำให้งานของคุณในกิจการแห่งนี้มีคุณค่า / มีความหมาย ?

Q: คุณรู้จักห้องสมุด The Reading Room หรือไม่ ถ้ารู้จักคุณมีความรู้สึกที่ดีอย่างไรต่อ The Reading Room ?

Dream: Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับกิจการแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

Design: Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

Destiny: Q: หากจะมีสิ่งดีๆ ที่เกิดขึ้นแก่กิจการแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร / มีวิธีการ / แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรม / เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง 2 อย่าง ให้ดำเนินกิจการอย่างยั่งยืน อย่างไร ?

ภาคผนวก ค

ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. การสัมภาษณ์บุคคลภายในกิจการห้องสมุด The Reading Room ได้แก่ เจ้าของกิจการ พนักงานปัจจุบันและอดีตของห้องสมุด บุคคลที่ร่วมงานทั้งในปัจจุบันและอดีต และบุคคลในวงการ หนังสือและกิจกรรม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับห้องสมุดแห่งนี้ จำนวน10คน ดังนี้

การสัมภาษณ์ที่ 1: นราวัลลภ ปฐมวัฒน์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 มิถุนายน 2557)

(เจ้าของกิจการห้องสมุดศิลปะThe Reading Room)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: *ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร กรุณาอธิบาย ?*

A: เป็นสถานที่ที่รวมคนที่มีความคิดความอ่านคล้ายกับเรา มีส่วนในการพัฒนาชุมชนทาง Intellectual Community ทำให้ได้มาเจอกัน ทำงานร่วมกัน ทำให้เกิดFunction ที่เรารู้สึกมีความสุขและความหวังที่จะทำต่อไปเรื่อยๆ

มีความสุขเวลาที่จัดกิจกรรมแล้วมีคนสนใจเข้ามาร่วม มีการตอบรับที่ดี กิจกรรมที่หลากหลาย คนมาจากหลายสาย ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ประสบการณ์ ผ่านบทสนทนาต่างๆ

ปกติวันธรรมดาจะไม่มีคนเข้ามาเลย แต่แปลกใจที่ช่วงนี้เริ่มมีคนเข้ามามากขึ้น เป็นกลุ่มคนที่หลากหลายประเภททั้ง พนักงานสำนักงาน ลูก ป้า พาเด็กเข้ามา เป็นต้นทำให้รู้สึกดีและมีกำลังใจที่พื้นที่ของเรามีผู้เข้ามาใช้หลากหลาย ไม่ต้องรองรับแค่คนกลุ่มเดียว ไม่ได้อยากคนมองพื้นที่แห่งนี้แบบ exclusive แต่เป็นพื้นที่ที่ open เป็นโจทย์ให้คิดว่าจะทำอย่างไรให้ดึงคนที่ยังไม่เคยมาและมี ความสนใจเหล่านี้เข้ามาใช้บริการได้

Q: *คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น อย่างไร ?*

A: ช่วงระหว่างจัดกิจกรรม เพราะได้เห็นสิ่งที่วางแผนมาได้เกิดขึ้นจริง และยิ่งกิจกรรมเหล่านี้มีเสียงตอบรับที่ดี ก็จะมีความสุขมากขึ้น

Q: *The Reading room มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้ทำงานของคุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณตอบทำงานให้ The Reading Room) ?*

A: เชื่อว่าสิ่งที่เราทำมีความแตกต่าง เป็นสิ่งที่ชุมชนยังไม่มี ช่วยอุดช่องว่างในสิ่งที่ยังไม่มีใครทำ มองเป็นสองfunctionประการแรกคือห้องสมุดเฉพาะทางก็ไม่ค่อยมี ประการที่สองคือพื้นที่ที่มีหลายFunction ในตัวเองที่ open สำหรับให้เกิดการแลกเปลี่ยนในทางศิลปวัฒนธรรม และ Intellectual เป็นplatformที่ช่วยให้เกิดการสร้าง projectต่างๆ ซึ่งมองว่าพื้นที่ลักษณะนี้ยังไม่ค่อย

มีส่วนใหญ่ที่เห็นพื้นที่ที่เป็นลักษณะนี้ เช่น แกลลอรี่ ห้องสมุด จะกำหนดงานแสดงต่างๆในรูปแบบที่ตายตัว specific เราจะเป็นพื้นที่ organic ที่สามารถรองรับกิจกรรมที่หลากหลาย ไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน ปรับเปลี่ยนได้ตามกิจกรรมและสถานการณ์

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: ขอจำแนกห้องสมุดในแต่ละfunctionในฐานะการเป็นResource ห้องสมุดจะเป็นอย่างไร ในการเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมจะให้เป็นอย่างไร ในการเป็น Content Producer จะให้เป็นอย่างไร ทำให้มีหลายเป้าหมายที่อยากทำให้สำเร็จ

ในฐานะการเป็นห้องสมุดอยากให้ห้องสมุดที่เก็บข้อมูลทางด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ให้สมบูรณ์แบบที่สุดเท่าที่จะทำได้ และอยากให้หนังสือที่หลายหลากกว่านี้ อยากให้มี function ของการresearch มีโปรแกรมที่เน้นด้านการวิจัยมากขึ้นเพราะประเทศไทยไม่ค่อยมี content ด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย โปรแกรมที่อยากให้ได้แก่การอ่านและการพิมพ์ text มีการแปลงาน พิมพ์หนังสือ ทำงานวิจัย ให้ได้มากที่สุด ในการเป็นพื้นที่จัดกิจกรรม อยากให้มีกิจกรรมที่หลากหลายขึ้น มีการร่วมมือกับองค์กรอื่นๆให้มากและหลากหลายกว่านี้

ในส่วนของงานวิจัยด้านศิลปะ อยากมี grantทั้งการอุดหนุนทุนและการขอทุนให้นักวิจัยมาใช้ resource กับห้องสมุดของเรา เพื่อให้เกิดงานวิจัยทางด้านนี้มากขึ้น

อยากมีพื้นที่ที่ใหญ่กว่านี้ อาจเป็นทั้งตึก มีหลายๆfunction ทำให้กิจกรรมในหลายๆลักษณะได้ หารายได้จากพื้นที่ได้จากการเปิดร้านกาแฟ ร้านหนังสือ พื้นที่ให้เช่า สามารถคุยกับรัฐหรือใครก็ตามที่มีตึกใหญ่ๆที่สามารถสร้าง complex ขนาดใหญ่ด้านศิลปวัฒนธรรม เพื่อช่วยสนับสนุนกลุ่มคนด้านนี้ที่มีกำลังทรัพย์ได้น้อยได้มาอยู่รวมตัวกัน ทั้งกลุ่มแวดวงศิลปะและวัฒนธรรม NGO ต่างๆ เข้ามาแชร์ resource กัน ทำให้เป็นdestinationสำหรับบุคคลทั่วไป ผู้ที่สนใจ นักท่องเที่ยว จะช่วยสนับสนุนคนรุ่นใหม่ให้มีความสนใจในศิลปวัฒนธรรมมากขึ้น เพราะเราจะมีร้านหนังสือ ร้านขายเทป ร้านเครื่องดนตรี โรงหนัง ที่ hang outหรือร้านกาแฟเล็กๆ ที่สามารถดึงคนจากห้างเข้ามาได้

อีกกรณี คืออยากได้พื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์ มีเรื่องเล่า เช่น บ้านเก่า ตึกเก่า โรงงานเก่า เพื่อให้สามารถสร้างเรื่องราวให้กับห้องสมุด เชื่อมโยงชุมชนและพื้นที่ทางวัฒนธรรมได้ ก็กำลังมองหาพื้นที่เหล่านี้อยู่บ้าง เช่น หอศิลป์พระศรี บ้านเก่าที่ทิ้งร้าง พื้นที่ชุมชนที่มีประวัติศาสตร์ ยังเคยมองถึงพื้นที่ที่ตอนนี้นักกลายเป็นเอเชียทีคไปแล้ว

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: ปัญหาใหญ่ที่สุดคือเรื่องเงิน ที่จะถูกนำไปใช้ด้าน resource หนังสือและการพัฒนา

โปรแกรมต่างๆ เมื่อมีเงินทำให้สามารถจ้างstaff เพิ่มและที่สามารถทำงานเฉพาะทางได้ สามารถup level ในการร่วมมือกับองค์กรต่างๆ เมื่อมีเงินสามารถเข้าพื้นที่ที่ใหญ่กว่านี้ได้ศักยภาพจะได้นี้น่ามากกว่านี้

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เป็นไปตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: อยากมีรายได้เข้ามาซัก50,000บาท จะได้เอาเงินไปจ้างstaffที่ดีกว่านี้ได้ อาจมี 2คนทำให้สามารถจัดกิจกรรมในลักษณะอื่นๆได้ โดยstaff ที่ตั้งใจให้คนแรกมีหน้าที่ เป็นผู้จัดการห้องสมุด จ้างเป็นงานประจำ อีกคนอาจจะpart-time ดูในเรื่องการประสานงาน การจัดโปรแกรม ทำPRทำเรื่องขอทุน ยังไม่แน่ใจว่าต้องมีคนเท่าไรแต่มีหน้าที่เหล่านี้ในอนาคตอยู่แล้ว พนักงานประจำเงินเดือนที่ให้น่าจะอยู่ที่ระดับ15,000บาทส่วนpart-timeนี้จะดูเป็นรายโปรเจกไป ซึ่งในปัจจุบันตัวเราเองสามารถงานพวกนี้ได้อยู่แล้วแต่เป็นระดับปานกลาง จึงอยากได้คนที่ทำงานในหน้าที่ต่างๆได้ดีถึงดีมาก ซึ่งคิดว่าหน้าที่ที่ขาดอยู่คือ การบริหารจัดการ (admin) การจัดการlogistic การPR หาทุน

ถ้าจะให้ทำตามฝันที่มีตึกใหญ่ๆในอนาคต คงต้องกลับมาพิจารณาทุกอย่างอย่างใหม่ งบประมาณลงทุนที่เพิ่มขึ้น เพิ่มstaff ตั้งบอร์ด ทำระบบให้ดีกว่านี้ มีการทำระบบสมาชิก ระบบpatron หาเงินทุนเสริม เงินลักษณะendowment สำหรับfoundation ทั้งหมดคืออนาคตอันไกลถ้าเราจะเต็มโตเป็นองค์กรขนาดกลางถึงใหญ่

ระบบสมาชิก จะเป็นในลักษณะปกติ คือ เข้ามาใช้งานธรรมดาก็ฟรี แต่ถ้าจะยืมหรือใช้บริการที่มากกว่าก็จะมีค่าสมาชิก แต่จะมีสมาชิกอีกแบบคือระดับผู้อุปถัมภ์ (patron) เช่น สมมติว่าเป็นพิพิธภัณฑ์ สมาชิกประเภทปกติจะได้ส่วนลดตามปกติ แต่สมาชิกระดับpatron จะมีส่วนลดที่มากกว่า มีสิทธิพิเศษมากกว่า เช่น ได้เข้าไปชมงานนิทรรศการก่อนคนอื่น ได้เข้าไปพบศิลปิน ได้ซื้อของจากศิลปินก่อน มีชื่อไปอยู่ตามที่ตั้งต่างๆ สามารถแบ่งได้หลายแบบ เช่นแบ่งpatron เป็นอายุ แบ่งองค์กร ทั้งหมดนี้จำเป็นต้องมีฝ่ายขายที่เข้าไปหาลูกค้าโดยตรง

การเพิ่มจำนวนหนังสือ ในแง่การบริหารจำเป็นต้องมี staffที่ดี มีความรู้ ที่สามารถidentify ผู้บริจาคได้ รู้ว่าใคร องค์กร สำนักพิมพ์ สถาบัน ไตสามารถทำเรื่องขอของบริจาคได้

การจัดกิจกรรม มองว่ากิจกรรมที่ทำอยู่ไม่สามารถมีรายได้ได้ แต่ถ้าจะมีต้องจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น จัดคอนเสิร์ตการกุศล การประมูล การให้คนมาเช่าใช้สถานที่จัดประชุมงานหรือทำงาน แต่เนื่องจากสถานที่ที่มีขนาดเล็ก ก็ต้องมองรูปแบบที่เหมาะสมต่อไป

การสัมภาษณ์ที่ 2: น้ำส้ม สุภานันท์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 มิถุนายน 2557) (อดีตพนักงาน และart & graphic designerห้องสมุด The Reading Room)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร กรุณาอธิบาย ?

A: การได้เจอคนที่เข้าไปที่ห้องสมุด งานเกือบทั้งหมดได้จากconnectionที่มาจากคนที่เข้ามาใช้บริการ Reading Room เป็นที่รวมของคนที่น่าสนใจ หลายหลายสายและความคิดที่น่าสนใจ ทั้งนักวิชาการ นักเขียน คนทำงานออกแบบ เด็กนักศึกษา เป็นที่รวมคนประหลาดและน่าสนใจ

Q: คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น อย่างไร ?

A: มีความสุขทุกวัน เพราะเป็นที่สงบและมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอด ความเคลื่อนไหวในที่นี้หมายถึงมีคนเข้ามาอย่างต่อเนื่อง จากการสังเกตมีคนเข้ามาที่ห้องสมุดประมาณวันละ 2-3 คน

Q: The Reading room มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้ทำงานของคุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณตอบทำงานให้ The Reading Room) ?

A: เวลาเมื่อเด็ก ๆ ได้นั่งคุยกับเรา ช่วยต่อยอดความคิดจากหนังสือที่เราแนะนำและการแลกเปลี่ยนความคิดกัน ส่วนมากจะเป็นเด็กสายศิลป์หรือคนที่อยู่ในวงการเดียวกัน เมื่อนั่งคุยกันทำให้ได้เห็นอะไรหลายๆ เจอปัญหาที่คล้ายๆกัน ทำให้ได้เห็นอะไรบางอย่างในตัวเราและของได้แนะนำ materialในห้องสมุดแก่น้องๆ เด็กๆไปด้วย

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: อยากให้ยืม-คืนหนังสือได้ อยากให้มีค่าสมาชิกเพราะรู้สึกว่าการที่มันฟรีทุกอย่างเป็นการลดคุณค่าของตัวเอง อยากให้มีความเป็นcommunityมากขึ้นจากสิ่งที่มีอยู่แล้วคิดว่าสามารถไปได้ไกลกว่านี้อีก อยากให้มีการสืบค้นข้อมูลมีความเป็นระบบซึ่งcontentที่มีอยู่นั้นดีอยู่แล้วเพียงแต่หาไม่เจอ อยากมีที่กว้างๆที่รวมเอาองค์กรอื่นมาไว้ด้วยกัน อาจจะเป็นร้านหนังสือ ร้านกาแฟ ก็เป็นไปได้ อยากให้มีกิจกรรมด้านศิลปะมากกว่านี้ เพราะรู้สึกว่าตอนนี้กิจกรรมส่วนมากไปเกี่ยวกับเชิงสังคมซะส่วนใหญ่

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: ปัญหาที่มีอยู่คือเรื่องเงินที่จะจ้างstaff 1-2เป็นคนที่เก่งในเรื่องต่างๆกันออกไป มีคนที่คอยจัดระบบ บริหารรวมๆได้ และยังมีมองว่าพวกกิจกรรมที่จัดเป็นseries เช่น Strawberry Sunday Book Club หรือ This is not fiction มันสามารถรวมกลุ่มคนให้เป็นก้อนได้ รวมกลุ่มคนที่มีความชอบคล้ายๆกันมาเจอกันในระยะยาว อาจจะมีเพิ่มกิจกรรมให้มีมากขึ้นทั้งปริมาณและความ

หลากหลาย หรืออาจนำไปสู่การรวมกันระหว่างกลุ่มกิจกรรมก็เป็นไปได้

กรณีขนาดพื้นที่ มองว่าพื้นที่ที่มีอยู่ยังเพียงพอที่จะเก็บทั้งหนังสือและทำกิจกรรมได้ แต่ถ้าได้ ที่กว้างกว่านี้ก็จะทำให้ทำได้มากกว่า รวมคนได้เพิ่มขึ้น และยังคงจัดระบบให้ดีขึ้น

กรณีค่าสมาชิก ไม่ต้องเก็บเยอะแต่ให้รู้ว่าต้องจ่าย อย่าง TCDC ค่าสมาชิก 2 ปี 1,800 บาท ถ้าเทียบกับเรา 1 ปี เก็บซัก 800-1,000 บาท ก็น่าจะมีคนยอมจ่าย

น่าจะมีการจัดคอร์สเรียน เช่น สอนศิลปะ แต่พื้นที่อาจไม่เหมาะสมเพราะจะเลอะเทอะ และ โต๊ะไม่เหมาะแก่การนั่งทำงาน อาจต้องมีพื้นที่เฉพาะ เลอะได้ มีแสง มีที่เก็บล้าง มีที่เก็บของ ก็จะต้องมีคนที่ยากจัด work shop เชื่อว่าถ้ามีทุกอย่างพร้อมก็จะมีคนที่สนใจเข้ามาหาเอง และยังช่วย ส่งเสริมพื้นที่ห้องสมุดอีกด้วย ตัวอย่างคอร์สเรียน เช่น ปั้นดิน แกะยางลบ ทำลูกประคบ สอนอะไรก็ได้ที่เป็นความรู้ ส่วนมากกับผู้เรียนไม่เกิน 10 คน ค่าคอร์สก็มีหลายราคา เช่น สอนปั้นดินราคา 700 บาท หรือ อย่างที่เคยจัดสอนวาดรูปราคา 1,800 บาท หรืออย่างที่ไปสืบๆ มาอย่าง Joy Luck Club เริ่มต้นที่ 2,500 บาท โดยก็มีอัตราการแข่งขันกับสถานที่ในราคาต่างๆกัน บางแห่งคิดค่าสถานที่ 300 บาทต่อชั่วโมง อีกแห่งหนึ่งเคยติดต่อมาให้ไปทำ workshop คิด 30% ของรายได้ แล้วยังมีอีกลักษณะหนึ่งคือเราถูกเชิญไปสอน เหมือนจ้างสอนก็จะคิดเป็นค่าจ้างไป

การสัมภาษณ์แบบ Destiny

Q: ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เป็นไปตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: กรณีผู้ร่วมงาน สาเหตุที่ทำให้พนักงานอยู่ไม่นานคือเรื่องเงิน เมื่อรายได้ไม่พอก็ต้องหางานอย่างอื่นทำประกอบไปด้วย ไปๆมาๆก็ไปทำงานที่อื่นเลย เพราะฉะนั้นคนที่จะให้มาทำงานต้องจ่ายให้พอสมควร อย่างคนจัดการที่ดูแลทุกๆไปเงินเดือนน่าจะอยู่ที่ 20,000 บาท ส่วนคนจัดระบบก็น่าจะพอๆกันให้ใช้ชีวิตอยู่ในกรุงเทพฯได้ หรืออยากให้ผู้จัดการเก่งกว่านั้นก็ต้องเพิ่มเงินเดือนให้อีก 25,000 บาทขึ้นไป

กรณีหนังสือ ยังไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควร ที่ขาดน่าจะเป็นหนังสือประเภทนวนิยายหรือวรรณกรรมทั้งภาษาไทยและอังกฤษที่ดีๆ จริงๆก็มีอยู่แต่ยังไม่มีการเก็บ อีกประเภทที่น่าเพิ่มคือ หนังสือพวก How to ด้านศิลปะหรือพวกพื้นฐานศิลปะ หนังสือ text book ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยที่เขียนโดยต่างประเทศ

การสัมภาษณ์ที่ 3: พิเชฐ ยิ่งเกียรติคุณ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 มิถุนายน 2557)

(Program Manager ของThe Reading Room)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร กรุณาอธิบาย ?

A: ด้วยความที่เราเป็นspaceเล็กๆ หลายครั้งการที่เราจัดกิจกรรมออกไปเป็นการบุกเบิก ประเด็นใหม่ๆในสังคมหรือกระแสในช่วงนั้น ได้ถูกหยิบยกมาพูดหรือแสดงผ่านงานศิลปะ มันทำให้ รู้สึกว่าเราภูมิใจกับงานนั้น ประเด็นที่เลือกมาจะมาจากความสนใจของพี่เกี้ยว (เจ้าของ) ของผมบ้าง หรือบุคคลแวดล้อมตัวเรา และที่สำคัญคือ The Reading Room เป็นพื้นที่เปิดสำหรับทุกคนให้มาจัด กิจกรรมกัน เนื่องจากข้อจำกัดบางอย่างของสถานที่อื่น ทั้งประเด็นที่จะพูด เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหา กำไรไม่ได้มีงบประมาณจำนวนมาก แต่ห้องสมุดแห่งนี้เปิดโอกาสให้ทำกิจกรรมได้อิสระ ถ่ายทอด ความรู้และข้อคิดเห็นแก่สาธารณชนมากขึ้น

มองว่า The Reading Roomเป็นspaceทั้งonlineและoffline ต้องยอมรับว่าในปัจจุบัน เรื่องของonlineถูกนำมาใช้กันเยอะมาก ในกรณีนี้ให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม ผ่าน การสร้างnetwork ในรูปของFacebook มีการแชร์ให้คนรับรู้มากยิ่งขึ้น หรือบางครั้งมี influencer นำประเด็นจากกิจกรรมของเราไปพูดต่อการกระจายมันก็จะเพิ่มขึ้น ทำให้พื้นที่ตรงนี้เป็networkที่ ไม่มีที่สิ้นสุด

Q: คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น อย่างไร ?

A: เมื่อตอนที่เป็ผู้ช่วยผู้ประสานงานของเครือข่ายพลเมืองเน็ต (Thai Net Citizen) ได้ทำ กิจกรรมชื่อว่า “โรงเรียนพลบค่ำ” (Night School) ประมาณ8ครั้งในปี 2555 เป็forumของคน ที่ สนใจศิลปวัฒนธรรม และเทคโนโลยีในโลกonlineมาคุยกันเป็กิจกรรมที่ประสบความสำเร็จครั้งหนึ่ง เท่าที่เคยจัดมาของ Thai Net Citizen เราได้ส่งต่อวัฒนธรรมinternetให้แพร่หลายมากขึ้น คือ สมัยก่อนมีข้อสงสัยว่าinternetเป็แค่ตัวกลางหรือไม่ แต่จริงๆมันมีวัฒนธรรมมีชนเผ่าอยู่เป็ของ ตัวเอง ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากทั้งวิทยากร ผู้เข้าร่วม และทีมงานผู้จัดมีความสุขจากกิจกรรม ดังกล่าวแล้วอยากให้เกิดขึ้นอีก

Q: The Reading room มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้ทำงานของ คุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณตอบทำงานให้ The Reading Room) ?

A: The Reading roomมันแบ่งเป็2ส่วนคือ ห้องสมุดกับความเป็นspaceแต่สำหรับผมมอง ว่าเป็นเป็space ทางความคิด อย่างส่วนที่เป็ห้องสมุดเป็spaceที่ต่างคนต่างมาศึกษาเล่าฟังจำได้ ว่าช่วงปีที่แล้วมีนักศึกษาศิลปกรรมจุฬามาค้นคว้าทำTHESISกัน โดยอาศัยหนังสือในThe Reading Room ส่วนspaceหรือจะเรียกได้ว่าเป็น public spaceคือการจัดกิจกรรมเสวนาต่างๆ การ แลกเปลี่ยนมุมมองความคิด แต่ละครั้งมันไม่ใช่การสื่อสารทางเดียวมันมีการแลกเปลี่ยนพูดคุยกันงาน

เสวนาต่างๆก็จะมีส่วนที่ให้แลกเปลี่ยนพูดคุยแสดงความคิดเห็น ทำให้ The Reading roomมีทั้งส่วนการหาความรู้ด้วยตนเองและส่วนที่หาความรู้จากการแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: เราคุยกันเสมอเรื่องการอยู่รอดขององค์กร ว่าอีก1ปีที่ยังเหลือสัญญาอยู่แล้วถ้ามันต้องย้ายที่จริงๆจะทำยังไงให้อยู่รอดและไปต่อของมันได้ในที่อื่นๆ ผมมองว่าสิ่งหนึ่งที่กำลังเป็นกระแสในประเทศไทยโดยเฉพาะในกรุงเทพคือความเป็นCo-working space ด้วยBusiness modelนี้น่าจะทำให้ The Reading Room อยู่รอดได้ ยกตัวอย่าง HUBBAซึ่งเป็นรุ่นน้องของผมเอง มันเป็นCo-working space แบบSME อีกอันของCreative moveเป็นCo-working spaceของสายCreative แต่ในกรณี The Reading Room อาจจะเป็นCo-working spaceของนักเขียน คนที่อยากทำศิลปะ ผู้ศึกษาศิลปะ ก็เป็นอีกหนึ่งโอกาสที่มองเห็น ด้วยความที่ทำเลสามารถเดินทางได้ค่อนข้างสะดวกเพราะจากรถไฟฟ้าก็ถือว่าไม่ไกล สิ่งอำนวยความสะดวกก็พร้อมมี internetให้ใช้ ห้องน้ำ Co-working space จึงเป็นmodelหนึ่งที่น่าสนใจ เช่นวันไหนไม่มีกิจกรรมก็ใช้เป็นCo-working space หรือสมาชิกได้รับสิทธิพิเศษเวลามีกิจกรรมเพื่อคุณจะได้มี ideaใหม่ๆ จะเป็นรายครึ่งรายปีก็แล้วแต่

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: ต้องคุยเรื่องattitude ของเจ้าของอย่างจริงจังว่า The Reading Room มันต้อง beyond ไปได้แล้ว อย่างspaceเดิมมันก็ดีในระดับหนึ่งซึ่งโปรเจกต์หรือความเคลื่อนไหวต่างๆเริ่มต้นและผลักดันโดยคนรอบตัวเจ้าของ แต่กับCo-working space มันจะเป็นการเปิดพื้นที่กับคนอื่น ๆ ให้เข้ามาใช้พื้นที่ที่เรา ซึ่งเรายินดีหรือมีความสุขกับมันหรือป่าว เพราะถ้าเปลี่ยนไปแล้วมันจะมีคนพลุกพล่าน คนเดินเข้าเดินออก ถ้าเราเริ่มทำจริงจะเรว่ามันน่าจะไปได้ เหมือนสมัยก่อนจะทำรายงานก็ต้องไปห้องสมุด ซึ่งจะต้องมาพร้อมกับการจัดระบบการจัดการที่จริงจัง

อีกจุดคือการเช่าพื้นที่ควรจะมีราคากลางที่ชัดเจน ซึ่งในทางปฏิบัติอาจจะทำได้ยากเพราะทุกคนrecognize ไปแล้วว่าทุกอย่างฟรี พอจะเริ่มเก็บเงินอาจมีปัญหา ก็ต้องคุยและทำความเข้าใจกันพอสมควร ผมเคยคิดเล่นๆว่าเก็บ20บาทสำหรับค่าaccount internetทั้งวัน เวลาไปห้องสมุดประชาชน ห้องสมุดฟรียังต้องเสียเงินเป็นค่าบำรุงรักษาเลย หรือถ้าไม่เก็บกันตรงๆก็ต้องคิดวิธีการเก็บเคยคุยกับเจ้าของถึงปัญหาของสังคมไทย คือไม่มีค่านิยมของการบริจาค การวางกล่องบริจาคมันไม่ประสบความสำเร็จ ผมน่าจะเป็นคนแรกๆที่ผลักดันให้เจ้าของขายเครื่องตี้อย่างจริงจังนะ ซึ่งมันก็ช่วยได้บางส่วนเท่านั้นเอง

การที่จะปรับเปลี่ยนเป็นCo-working space คงจะต้องลงทุนเพิ่มแก่ facilityต่างๆ เช่น

scanner printer เป็นต้น หลายอย่างเรามีอยู่แล้ว เช่น internet projector อย่างการprintงานย่าน สีสมนี่แผ่นละ5บาทถ้าเราตั้งราคาไว้ 3บาทกว่าก็มีความแตกต่างแล้ว

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เป็นที่น่าพอใจไว้ ?

A: เคยคุยกับเจ้าของไว้ คือตอนนี้เราจ่ายมีเดือนละ30,000กว่าบาทนะ ซึ่งตัวเลขที่เป็นไปได้ น่าจะมีรายรับซัก 45,000-50,000บาท ซึ่งถ้าต้องปรับไปเป็นCo-working space จริงๆมันคงต้องมีการลงทุนเพิ่มเติมบางส่วน ระบบinternetที่ต้องเสถียรมากกว่านี้ ห้องน้ำที่ชำระก็ต้องซ่อม เป็นสิ่งที่ต้องลงทุนใหม่ แล้วคงต้องมีการคุยกันว่าจะมีระยะเวลาคืนทุนเท่าไร อีกทั้งยังต้องปรับ business modelที่เหมาะสมกับThe Reading Room การขยายวันเปิดปิดให้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มใหม่ ลูกค้าก็จะเป็นคนอีกแบบ ซึ่งต้องหารูปแบบที่เหมาะสม

spaceดั้งเดิมก็ต้องมีการกำหนด rate ค่าเช่าขั้นต่ำจริงจัง 1,500-2,000บาทก็ยังมีดี นำมาถึงการบริหารพื้นที่ทั้งสองส่วนให้ไปด้วยกันได้ เสริมอีกเรื่องคือการปรับเปลี่ยนทัศนคติเจ้าของให้ยอมรับความเปลี่ยนแปลงอีกด้วย

การสัมภาษณ์ที่ 4: ตฤณ ไอยะรา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 มิถุนายน 2557) (Co-Ordinator, ผู้ดำเนินรายการ ของThe Reading Room)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร กรุณาอธิบาย ?

A: การจัดงานแล้วได้ผลตอบรับที่ดี จากการที่มีการแล้วเปลี่ยนความคิดเห็นจากกลุ่มคนที่หลากหลาย ทำให้เราเห็นว่าThe Reading Room มันเป็นopen spaceจริงๆ ประการแรกที่ทำให้เป็นแบบนี้ได้คือ ความไม่เป็นทางการ ด้วยความที่แตกต่างจากห้องราชการที่มีการตรวจตราเข้มขัน การขัดคนเข้าคนออก อีกประการคือการไม่ต้องผูกอยู่กับเวลาราชการ หมายความว่าThe Reading Room สามารถเปิดปิดได้ตลอดเวลา เปิดเสาร์อาทิตย์หรือเปิดหลัง6โมงเย็น ทำให้คนที่ทำงานสำนักงานสามารถเข้ามาใช้บริการได้

Q: คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น อย่างไร ?

A: ผมชอบเป็นคนจัดงานมากกว่าเป็นคนดำเนินรายการ รู้สึกว่าทำหน้าที่ได้ดี อีกส่วนเวลามี party นอกจากจะเมากันแล้วมันทำให้ทุกคนมีส่วนร่วมได้แหกปากร้องเพลงกัน โดยเฉพาะได้ร้องเพลง1979 กับThe Smashing Penguin

Q: The Reading room มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้ทำงานของคุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณตอบทำงานให้ The Reading Room) ?

A: ผมไม่จำเป็นต้องใช้คำพูดที่เป็นทางการเวลาดำเนินรายการ ผมมีอิสระที่จะเลือกใช้คำพูดแบบไหนก็ได้ ใช้ประโยคชาวบ้านได้ รู้สึกrelaxใช้ทักษะที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ ต่างกับเวลาดำเนินรายการในสถานที่ราชการที่ต้องformalตลอดเวลา

ในมุมมองวงการวิชาการมองThe Reading Room ไม่ใช่ห้องสมุดศิลปะ แต่เป็นที่สถานที่ที่เปิดให้ฟังบรรยาย เปิดกว้างให้ใครก็ได้มาฟัง

ถ้าถามว่าThe Reading Roomให้อะไรแก่สังคม จากการที่ผมทำงานในมหาวิทยาลัย เห็นปัญหาหลักๆคือ คนจัดกิจกรรมวิชาการ จะได้ใช้เวลาวันหยุดบ้างวันศุกร์บ้าง ทำให้คนที่อยากฟังแต่ต้องทำงานประจำไม่สามารถเข้าร่วมได้ แต่ The Reading Room เปิดโอกาสให้คนที่อยากรู้แต่ไม่มีเวลาในวันปกติได้เข้ามา ช่วยให้คนเหล่านี้เข้าถึงcontentได้ง่าย

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: ด้วยความเป็นinformal ของThe Reading Room อยากให้มีกิจกรรมหรือสัมมนาที่หลากหลายเพิ่มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องและยั่งยืน แม้ผมจะไม่ได้ช่วยงานที่นี่แล้วก็ตาม และต้องflexible มากพอทางด้านการเงินด้วย ถ้าThe Reading Roomสามารถfundinguได้จากข้างนอกมากพอหมายความว่าเราจะทำให้เราจัดกิจกรรมได้กว้างขึ้นและดีขึ้นตามมา

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: น่าจะมีที่ปรึกษาทางด้านเงินทุน สร้างconnectionกับเจ้าของทุนต่างๆ หรือเติมในสิ่งที่เจ้าของขาด อีกทางคือรายได้จากการขายเครื่องดื่ม ซึ่งตอนนี้อาจจะยังไม่ work ก็ตาม แต่สิ่งที่ผมมองว่าสำคัญคือ กิจกรรมทุกครั้งมันมีคุณค่ามาก สามารถนำไปร่วมเล่มเป็นหนังสือขายต่อได้ ในทางหนึ่งยังช่วยเผยแพร่ The Reading Roomให้ไปได้ไกลและยังช่วยเหลือทางด้านการเงินได้อีกทาง อีกทั้งยังได้เครดิตสำหรับการไปขอทุนได้อีกทาง แต่สิ่งที่ผมยังคิดไม่ออกคือเรื่องเงินค่าจ้างในการผลิตว่าจะหาจากทางไหน

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เป็นไปตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: ผมอยากให้มีกิจกรรมในวันธรรมดาหลัง6โมงเย็น2ครั้ง วันเสาร์-อาทิตย์ 1ครั้ง เพื่อให้เดือนหนึ่งมีกิจกรรมไม่ต่ำกว่า12ครั้ง ส่วนหนังสือสำหรับปริมาณผมว่าเพียงพออยู่แล้ว แต่ถ้าจะให้เพิ่ม ผมอยากให้มีหนังสือภาษาไทยเพิ่มขึ้นเพราะหนังสือภาษาอังกฤษมีเยอะแล้ว ข้อดีถ้ามีหนังสือภาษาไทยมากขึ้นก็จะทำให้เด็กนักเรียนมาใช้มากขึ้น

การสัมภาษณ์ที่ 5: อนรรฆ พิทักษ์ธานิน (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 มิถุนายน 2557) (ผู้รับมรดกห้องสมุด The Reading Room ตามกฎหมาย หุ้นส่วนร้านหนังสือ Bookmoby และผู้บริหารสำนักพิมพ์เคล็ดไทย)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร กรุณาอธิบาย ?

A: ในเมืองไทยspaceที่คาบเกี่ยวระหว่างศิลปวัฒนธรรมยังมีน้อย The Reading Roomมันเป็นcommunityของคนที่สนใจเรื่องเดียวกันหรือมี layerความสนใจที่ซ้อนกันอยู่ ซึ่งวงนี้มันจะขยายไปเรื่อยๆ ทำให้เกิดdialogข้ามdisciplineอาจเป็นในแง่ formal กับinformal

Q: คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น อย่างไร ?

A: ได้เจอคนที่คุยแล้วถูกใจ เจอคนแปลกๆ มันก็สนุกดี สำหรับเรามันเยี่ยมแล้วสำหรับพื้นที่แบบนี้ในกรุงเทพซึ่งไม่ค่อยมี จากที่เราทำหนังสือเราได้รู้จักบุคคลที่มันข้ามสายมากขึ้นเรื่อยๆ

Q: The Reading room มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้ทำงานของคุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณตอบทำงานให้ The Reading Room) ?

A: อย่างแรกคือเมืองไทยมันขาดprivate library หรือpublic library และในสภาวะความที่friendly หรือเอื้อต่อuser ซึ่งThe Reading Roomทำได้ดีในแง่นี้ จากการที่เข้าไปช่วยงานตั้งแต่แรกเรามองว่ามันเป็นที่ปล่อยของ มันส์ แก่แข็ง คนที่เข้ามามีความเป็นผู้ขับเคลื่อนทางศิลปะและวัฒนธรรมสูง

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: อยากเห็น The Reading Room อยู่ได้ด้วยตัวมันเอง เหมือนอย่างprivate spaceในเมืองนอกที่มันหาเลี้ยงตัวเองได้ด้วย ต้องคิดในเชิงหารายได้มากขึ้นต่อไป

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: Business model มันควรเป็นยังไง มันจะอยู่ได้อย่างไร อย่างแรก คือการพึ่งรายได้จากเงินบริจาค เรามองว่ามันไม่ยั่งยืน ดังนั้น The Reading Roomควรมี business unitแยกออกมาอันหนึ่งใหม่ เพื่อทำเงินหารายได้ต่างๆ เช่น การพิมพ์หนังสือ การนำcontentจากที่เคยจัดมารวมเล่มเป็นmediaหรือของขาย คือตอนนี้เรามี content และconnection โจทย์คือจะแปลงสิ่งเหล่านี้มาเป็นvalueยังไง เพิ่มมูลค่าให้มันยังไง อีกทางคือการให้เข้าสถานที่จัดงาน หรืออาจจะมีโครงการกับหน่วยงานข้างในหรือต่างประเทศให้อะไรบางอย่างขึ้นมาภายในspace ของห้องสมุด ก็จะ

ทำให้ได้ทั้งactivityและincomeเข้ามา

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เป็นไปตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: ถ้าThe Reading Roomจะอยู่ได้แค่มียรายได้พอจ่ายค่าเช่า ค่าตัวคนที่มาทำงานอย่างสมเหตุสมผล เกิดถ้าbusiness unit ที่สร้างขึ้นทำให้เกิดประสบความสำเร็จมีรายได้เข้ามามาก ก็ต้องคิดว่าเราจะเอาเงินเหล่านั้นมาทำอะไรต่อ เช่น ขยายspaceเดิมใหม่ หรือเอามาทำactivityเพิ่มใหม่ หรือเอาไปadd value เพิ่มมูลค่า หรือเอาเปิดspace ใหม่ เราคิดว่ากำไรที่ได้มานั้นไม่จำเป็นต้องเอาไปให้ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของ มันควรเอาไปลงทุนอย่างอื่นให้เกิดการเพิ่มคุณค่าขึ้นมาอีก

ในส่วนของหนังสือ จำนวนของหนังสือในThe Reading Roomอาจไม่ใช่ประเด็นเท่ากับvalueของหนังสือเหล่านั้น คือหนังสือหลายๆเล่มหาในห้องสมุดยังยากหรือหลายๆเล่มหาได้แต่สภาพก็ไม่ดีเท่านี้

การรับรู้ของThe Reading Room อาจจะไม่ใช่แค่ห้องสมุดแต่มันเป็นspace มากกว่าสำหรับเรา positioningในตอนนี้น่าจะเป็นopen space alternative knowledge มันสามารถสร้างความแตกต่างได้มากอย่างเช่น ถ้าจัดกิจกรรมเดียวกันในมหาวิทยาลัย The Reading Roomจะดึงดูดได้มากกว่า เพราะspaceมันfriendlyมากกว่า

แนะนำอีกประการถ้า The Reading Roomสามารถไปcooperatedกับบริษัทหรือองค์กรต่างๆที่ต้องการCSR เช่น การบริจาคหนังสือคือการลดtax ทำให้สามารถร่วมมือกับสำนักพิมพ์ต่างๆได้ และเท่าที่เห็นมันจะมีหนังสือสำหรับPRประมาณ10-20เล่ม อาจจะต้องดึงส่วนนี้จากสำนักพิมพ์สำหรับการบริจาคได้อีกด้วย และเราอาจตอบแทนด้วยการช่วยintroduceหนังสือ สำหรับการจัดevent สิ่งที่คุณได้จาก eventคือcontent มันก็ขึ้นอยู่กับว่าคุณจะเอามันไปทำอะไรต่อไป เช่น เอาไปทำหนังสือขึ้นblog ถ้าทำเป็นwebก็มีหน้าโฆษณาให้มันขายได้

ค่าเช่าสำหรับการจัดevent ครึ่งวันอยู่ที่ 2,000-3,000บาทก็ค่อนข้างเยอะแล้วเพราะคนที่มาใช้ก็เป็นกลุ่มที่ไม่ค่อยมีเงินเท่าไร คือมันต้องแบ่งrateอย่างพวกเรา กลุ่มไม่แสวงหากำไร กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก ก็ราคาไม่ต้องสูงมาก แต่ถ้าอย่างSCGมาก็จัดเต็มทีไปเลย

การสัมภาษณ์ที่ 6: อาทิตย์ สุริยวงศ์กุล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 มิถุนายน 2557) (ผู้ประสานงานมูลนิธิเพื่อนอินเทอร์เน็ตและวัฒนธรรมพลเมือง และผู้จัดโปรแกรม "โรงเรียนพลบค่ำ")

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: *ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?*

A: ในฐานะคนที่ทำกิจกรรมในเรื่องเกี่ยวกับการแสดงออกและเสรีภาพ พยายามเปิดประเด็นพูดคุยใหม่ๆ เรื่องinternetเรื่องการcensor ในหลายๆครั้ง เนื่องจากเราไม่มีพื้นที่ในเชิงกายภาพ ทำให้ต้องไปหาสถานที่ต่างๆ เรื่องแรกเรามองเห็นว่าพื้นที่ของ The Reading Room มันดีมากในแง่ประเด็น เท่าที่ผ่านมาระเสนอดูประเด็นอะไรไปพื้นที่ก็สามารถรองรับได้ มันไม่ได้มีข้อห้าม ไม่ต้องมีความเกรงใจเจ้าของที่ ในขณะที่เป็นพื้นที่อื่นๆหัวข้อมันก็อาจมีข้อจำกัดมากกว่านี้

เรื่องที่สอง เนื่องจากมันเป็นองค์กรที่ไม่ได้ใหญ่โต การตัดสินใจหลักก็มาจากเกี้ยว (เจ้าของ) หลายครั้งเราก็จัดงานตามสถานการณ์เหมือนกัน อย่างในขณะนั้นมันมีเหตุการณ์ใดเกิดขึ้นมาแล้วต้องจัดงานให้ทันสถานการณ์ shot noticeมาๆภายในสัปดาห์นั้น มันก็ทำให้เราทำงานได้สะดวก ไม่ต้องจองล่วงหน้านานๆ ไม่ต้องมีแผนการอนุมัติวุ่นวายและยาวนานอย่างหอศิลป์กรุงเทพ เป็นต้น

The Reading Room ไม่ได้ให้แค่พื้นที่แต่ยังให้ networkอีกด้วย มีผู้ติดตามในเพจ ในแง่ผู้ที่มาเข้าร่วมเขาช่วยประชาสัมพันธ์ให้เราได้ และเข้าถึงกลุ่มคนที่เราไม่เคยคิดจะเข้าถึงมาก่อน รวมไปถึงช่วยคิดประเด็นให้ด้วย อย่างเราอาจมีประเด็นคร่าวๆแล้วตบไม่ลง ทางเกี้ยวหรือคนรอบข้างก็จะช่วยตบประเด็นให้ หรือในบางครั้งถึงขั้นหาวิทยากรให้ด้วย ถ้ามองว่าพื้นที่อื่นมันมีแบบนี้ใหม่ มันก็มีเยอะขึ้นเรื่อยๆแต่การทำงานกับที่นี่เป็นลักษณะ partnerมากกว่า ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่ดีที่หาจากที่อื่นได้ไม่มากนักในกรุงเทพ

Q: *คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น อย่างไร ?*

A: ตอนโล่งๆเข้าไปนอนได้ มีเบียร์ให้กินในราคาที่ไม่ได้แพงกว่าในเซเว่นมากนัก คุ่มค่าแก่การที่ไม่ต้องเดินออกไปเอง นึกอะไรไม่ออกก็โผล่ไปได้ มี wifi สรุปลือรู้สึกปลอดภัย สบายใจ มานั่งทำงานที่นี้ก็ได้อันเหมือนเป็นclub ซึ่งบางทีเราอาจเจอใครที่ไม่คิดจะเจอ แล้วได้เห็นว่าคนที่โผล่เข้ามาเป็นคนประมาณนี้ มีแนวโน้มที่จะได้รู้จักคนใหม่ๆ บรรยากาศมันอนุญาตให้เราทำอย่างนั้นได้ ไม่ต้องระวังตัว เหมือนอยู่ในบ้าน

Q: *The Reading room มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้ทำงานของคุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณตอบทำงานให้ The Reading Room) ?*

A: จากที่ได้ทำกิจกรรมโรงเรียนพลบค่ำ ของเครือข่ายพลเมืองเน็ต มันเป็นเรื่องแข็งแรงๆชะเยอะๆ เช่น นโยบายสาธารณะ กฎหมาย เรื่องเรียกร้องต่างๆ ซึ่งไหนแ่งหนึ่งมันคือการสร้างความเข้าใจให้แก่สาธารณะในประเด็นนั้น ซึ่งมันที่ออกแล้วคนที่ไม่สนใจก็จะไม่สนใจเลย The Reading Roomได้เข้ามาช่วยdesignให้มันน่าสนใจยิ่งขึ้น อย่างฝั่งเราจะมีเครือข่ายด้าน นักวิชาการคอมพิวเตอร์ นักกฎหมาย

ส่วนThe Reading Roomจะมีเครือข่าย นักมนุษยวิทยา วรรณกรรม สังคมศาสตร์ ซึ่งการที่นำมา รวมกันทำให้เกิดความสนใจและประโยชน์ร่วมกันเพิ่มขึ้น ทำให้ประเด็นที่ตัวเองถนัดขยายไปได้ไกล และครบวงมากขึ้น อย่างถ้าThe Reading Roomมีกลุ่มคนอ่านวรรณกรรมเดิมอยู่ การที่จัดกิจกรรม ร่วมกับผลเมืองนี้ก็อาจได้กลุ่มคนอ่านไซไฟเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเกิดการเชื่อมต่อกันได้ในอนาคต

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: มีตึกเป็นของตนเอง รวมกลุ่มคนทำงานในพื้นที่เดียวกัน การมี office spaceอยู่ใกล้กัน มันก็น่าสนใจดี อาจจะเป็น Co-working spaceให้เช่า ซึ่งก็อาจจะเป็นจุดเด่นที่เป็นCo-working space ที่มีจุดเด่นเป็นห้องสมุดนะ ซึ่งวิธีนี้อาจจะเป็นวิธีหาเงินก็ได้นะ จากการทำเราได้เช่าสำนักงาน แอร์อยู่กับSpeedy Grandma ข้างล่างเขาทำเป็นแกลลอรี พอเราจัดงานมันก็สะดวกดี ไม่ต้องขนของ เยอะแยะมากมาย เตรียมงานง่าย เคยคุยกับเกี่ยวกับResidency project มีตึก5ชั้น ชั้นแรกเป็นร้านอาหารแพหรือร้านอาหารไว้หารายได้ ชั้น2เป็นห้องสมุด ชั้น3-4เป็น Co-working spaceชั้น5เป็นที่พักมัน เป็นไปได้ไหม คือโมเดลนี้มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม (มส.) เคยทำร่วมกับพวกNGOองค์กรเพื่อ สิ่งแวดล้อม ประชาไทก็อยู่ในนั้น

หรือบางที่มันอาจไม่ต้องเป็นถึงCo-working spaceก็ได้ แค่เป็นpubในที่นี้คือPublic House ซึ่งคุณจะมาดื่มก็ได้ โดยมันก็ทำหน้าที่ social spaceอย่างในอังกฤษpubมันจะทำหน้าที่แบบนี้ pub ละแวกบ้าน เปิดโอกาสให้คนที่ไม่คิดว่าจะได้เจอกันได้มาเจอกัน The Reading Roomมี ศักยภาพในระดับหนึ่งอยู่แล้ว แต่อาจจะขาดในส่วนที่ relax เพราะส่วนมากคนจะมาเจอกันในงาน กิจกรรมมากกว่า เป็นไปได้ไหมที่อาจมีตารางงานวางอยู่แล้วคนเดินมาเห็นแล้วสามารถbookวันหรือ ลงประกาศหาคนทำกิจกรรมร่วมกัน มันจะกลายเป็นcommunity centerหลายๆ

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้ อย่างไร ?

A: ทุกคนควรจะออกจากงานแล้วไปทำมาหากินหางานที่ได้เงินดีกว่านี้ครับ พอแก้ตัวคอย มาทำ (หัวเราะ) ตามความคิดเราคิดว่า The Reading Room มีศักยภาพทำโครงการที่มันได้เงิน หรือ หาเงินจากความเชี่ยวชาญของคนที่อยู่ในcommunityของThe Reading Roomได้แต่สุดท้ายมัน ต้องการคนที่มีความรู้เรื่องการบริหารจัดการ หาทุนบ้าง fundless ด้วยวิธีต่างๆบ้าง

หรือถ้าลองวางกรอบสิ่งที่จะทำอยู่ในกรอบที่รัฐหรือเอกชนสนใจให้ทุนและสนับสนุนก็น่าจะเป็นไปได้ ในแง่ของCSR หรือลดหย่อนภาษี ถ้าสามารถร่วมมือกันได้โดยไม่ทำให้จุดประสงค์ในการทำงานของเราเปลี่ยนไปมากนักก็น่าสนใจ หรือมีการสนับสนุนในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงิน หรือ ขยายideaนี้ให้กับสถานที่อื่นใหม่เช่น คอนโด เพราะในปัจจุบันพวกคอนโดเกิดใหม่พยายามเน้นไปที่

การออกแบบชุมชนนอกจากการสร้างตึกอยู่แล้ว ลองเอาเราไปอยู่เป็นส่วนกลาง ส่วนทำงาน กิ่งๆ Co-working space หรือเป็นห้องสมุดเล็กๆให้คนในคอนโดใช้ ถ้าเราออกแบบให้เราไปกับผู้เล่นหลักในการสร้างชุมชนใหม่ๆเหล่านี้ก็น่าจะทำให้เกิดการกระจายไปหลายๆชุมชน

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เป็นไปตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: เราคิดว่าราคาตลาดพื้นที่ที่อยู่ตรงนั้นมันก็สูงอยู่นะ ประมาณ30,000-40,000 บาทสำหรับค่าเช่านะ ซึ่งตอนนี้เรารู้จักกับเจ้าของตึกมันก็ได้อีกเรทหนึ่งซึ่งก็โอเคอยู่ ถ้าจะย้ายก็ต้องคงอยู่ประมาณนี้ ถ้ารวมค่าจ้างคนอื่นก็คงต้องมีเงินอย่างน้อย 40,000-50,000บาทต่อเดือน

สำหรับหนังสือ ถ้าคิดจะเป็นห้องสมุดมันก็ต้องมีหนังสือใหม่ๆเข้ามาเรื่อยๆ ก็ต้องมีงบในส่วนนี้ ซึ่งในที่ผ่านมาเกี่ยวกับงานจบได้เงินมาก็เอาส่วนนั้นมาซื้อหนังสือที ถ้าจะซื้อหนังสือแนวที่เป็นอยู่เล่มหนึ่งเป็นหลักพันถึงสองพันก็โหดอยู่ เดือนนึงเอาหนังสือใหม่เข้าซัก10เล่มก็เกินหมื่นถึงสองหมื่นแน่ๆก็ไม่แน่ใจอยู่มาจนถึงปานนี้ได้อย่างไร ด้วยเนืองอยู่ในแวดวงเกี่ยวกับหนังสือ มีเครือข่าย มีชื่อเสียงมานาน มันก็จะมีหนังสือที่คนนู้นคนนี้ให้มาบ้างหรือให้ยืมบ้าง ด้วยความที่เราไม่แสวงหากำไร เราอาจจะใช้สถานะนี้ในการหาหนังสือหรืออาจมีส่วนลดในการซื้อหนังสือ มันมีกฎหมายที่อย่างหอสมุดแห่งชาติจะบังคับซื้ออยู่แล้ว แต่หนังสือที่วางอยู่ในประเทศไทยตามกฎหมายต้องส่งก๊อปปี้ให้แก่หอสมุดแห่งชาติ ซึ่งเราอาจจะทำข้อตกลงกับสำนักพิมพ์ให้ช่วยส่งก๊อปปี้ให้เรา เป็นการเอาทุนทางสังคมของตัวเองมาแปลงให้เป็นของหรือเงิน

เวลามีกิจกรรมก็น่าจะขายเครื่องดื่ม ขนมบ้างแต่ยังไม่เป็นระบบ อย่างตอนเราจัดถ้าเรามีงบเราก็ช่วยเรื่องค่าใช้จ่ายบ้าง 3,000บ้าง5,000บ้างตามกำลัง อย่างตอนที่ทำโรงเรียนพลบค่ำเราใช้วิธีเหมมาจ่าย ประมาณ6,000บาท ซึ่งThe Reading Roomจะไปบริหารจัดการserviceให้เอง ตัวอย่างที่เราไปจัดที่อื่นจะคิดเป็นหัวเช่นที่ Goldfish คิดหัวละ250-300บาท จำนวนคน15ขึ้นไปใช้ห้องขนาดเล็กได้ฟรี หรืออย่างตามโรงแรม อาหารหนึ่งมื้อสองเบรก ตกอยู่ที่หัวละ750บาทขึ้นไป ซึ่งถ้าเราจะคิดmodelเป็นหัวแต่ไม่มีบริการอาหารเครื่องดื่มให้ก็ต้องลดราคาลงมาให้ตรงกับความสามารถของคน แต่ถ้าไปดูเรทเปรียบเทียบกับCo-working space มันมีคนที่ยอมจ่าย200บาทต่อวันเพื่อเข้าไปนั่งทำงานโต๊ะหนึ่งตัว หรือมีคนเช่าห้องประชุมขนาด10คนในราคา4,000บาทครึ่งวัน เพราะฉะนั้นเรทของThe Reading Roomมันน่าจะอยู่ระหว่าง2อันนี้ คงต้องอ้างอิงราคาตลาดแต่สิ่งที่จะทำให้เราเพิ่มราคาของเราได้ คือเรามี mailing list ของกลุ่มคนนั้นกลุ่มคนนั้นถ้าคุณมาจัดงานหรือมาเช่าเราคุณก็จะได้กลุ่มเป้าหมายนี้ไปด้วย ที่เราสามารถประกาศข่าวให้ได้ แม้เราจะไม่มี catering function แต่เรามี organizer function หรือPR functionช่วยให้ได้ ก็อาจจะอัปราคาขึ้นมาได้บ้าง

การสัมภาษณ์ที่ 7: ดนยา จุฬพุดพิงษ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 27 มิถุนายน 2557)

(ช่างภาพอาสาสมัครห้องสมุด The Reading Room)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: ได้ความรู้ค่ะ

Q: คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น อย่างไร ?

A: เราไปในเรื่องที่เราสนใจอยู่แล้ว มีฉายหนังก็อยากไป มีสัมมนาหัวข้อที่เราสนใจเราก็ไป เพราะมันก็ได้มีทุกที่ที่จะจัดเรื่องแบบนี้ ที่มันเหมาะกับเราด้วยที่มันไม่เป็นวิชาการหรือเป็นทางการไปกินเหล้า มาหาเพื่อนก็ได้

Q: The Reading room มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้ทำงานของคุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณตอบทำงานให้ The Reading Room) ?

A: งานที่เกี่ยวข้องให้ช่วยถ่ายรูป ก็คือภาพของเราช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนที่ไม่ได้มาได้เห็นภาพ มีส่วนช่วยทำให้คนตัดสินใจที่จะมาได้ง่ายขึ้น

The Reading Roomเป็นพื้นที่เชื่อมคน เราว่ามันโตมาพร้อมกับFacebook คือมันมีทั้งเป็นพื้นที่รวมคนทั้งในโลกเสมือนและโลกจริง มันยังบวกคนฝั่งศิลปะสุดๆอันการเมือง สังคม เอาคนมาเจอกัน

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: ควรต้องมีเงินมาเลี้ยงองค์กรมันเอง เรามองว่าที่แห่งนี้มันเป็นพื้นที่ฝั่งในแวดวงศิลปะและวัฒนธรรม รวมทั้งการเมือง สังคมด้วย เป็นหัวทอกทางด้านนี้พอสมควรและมันก็ลดความเครียดได้เทียบกับหอศิลป์ที่จะมีแต่คนวงใน แต่ The Reading Room ใครจะมาก็ได้

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: สิ่งที่เราเห็นเกี่ยวข้องทำอยู่แล้วแต่ไม่เห็นได้ชัดก็คือการเขียนโปรเจกซ์ขอทุน เห็นที่อื่นๆก็มานวนนี้กันหมดเลย หรือบางที่มีหน่วยงานสนับสนุนอยู่แล้ว

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เป็นไปตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: ปริมาณหนังสือเยอะแล้วแต่มันครหุนเวียน เพราะพื้นที่มีจำกัดควรเปลี่ยนของเก่าออกเอาของใหม่มาบ้าง อันนี้ก็คนเสนอเยอะนะให้เปิดขายเหล่าไปเลย ปกติคนก็มากองๆกันอยู่แล้ว แบ่ง

เวลาได้นะ เช่น เข้าถึงหนึ่งพุ่มก็เป็นห้องสมุดไป แล้วก็ทำความสะอาดไปเลย หลังจากนั้นชักสองพุ่มถึงเที่ยงคืนก็เป็นpubไป ซึ่งก็คงเป็นคนแนวๆเดิมอยู่ดีนะ คนพวกนี้อยากได้แค่ที่นั่งคุยนั่งดื่มกันสบายๆมากกว่าจะมีดนตรีเสียงดัง กลัวจะไม่มีใครจ่ายเงินนะซีถ้าเปิด (หัวเราะ) มันควรทำนะแต่อาจจะไม่ควรทำที่นี้ด้วยข้อจำกัดหลายอย่าง

การสัมภาษณ์ที่ 8: อรรถ บุนนาค (การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 มิถุนายน 2557) (ผู้จัดกิจกรรมStrawberry Sunday Book Club ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้อำนวยการบริหารกลุ่มRLG)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: จากการจัดกิจกรรมมาแล้ว10ครั้ง ก็เกือบปี การได้เจอคนที่มีการตั้งcommunityการอ่านขึ้นมา น่าจะเป็นประสบการณ์ที่ดีที่สุดของเรา ต่อกับพื้นที่นี้กิจกรรมที่เป็นmass ของเรามันexplore กลุ่มใหม่ๆให้กับที่นี้ อย่างคราวที่แล้วมีกลุ่มเด็กหญิงแจ่มใสมาร่วมกิจกรรม หลังจากที่เราเริ่มมีกิจกรรมนี้ หนังสือในThe Reading Room ก็เริ่มมีการปรับเปลี่ยนมากขึ้นจากที่เคยเป็นหนังสือศิลปะอย่างเดียวหรือไม่ก็เป็นหนังสือวิชาการที่สายแข็ง ก็จะมีนิยายมาวางด้วย

Q: คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น อย่างไร ?

A: ตอนที่พูดแล้วมีคำถามหรือinteract จากผู้เข้าร่วมมี feedback กลับมา นั่นคือตอนที่มีความสุขที่สุด

Q: The Reading room มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้ทำงานของคุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณตอบทำงานให้ The Reading Room) ?

A: The Reading Roomเป็นpublic spaceสำหรับคนที่อ่านหนังสือ ซึ่งสามารถก่อให้เกิดcommunityได้ การที่ทำโดยไม่ใช่ logicแบบภาครัฐซึ่งทำแล้วอึดอัด ลำบาก ไม่มีความต่อเนื่อง แต่นั่นมันเป็นการทำด้วยใจให้มันมีความต่อเนื่องขึ้นมา ก็เลยดำเนินกิจกรรมมาได้ยาว แล้วก็ไม่ได้มี KPI set ที่เหมือนภาครัฐที่คนไม่เข้ามาถือว่าไม่ประสบความสำเร็จ สำหรับเราชอบกับเหตุการณ์พิเศษไม่ปกติทุกครั้งเลยแต่ก็ยังมีคนมาแล้วแล้วก่อให้เกิดมีแฟนประจำ

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: ที่นี้น่าจะเป็นhub เพื่อการเรียนรู้ ในฐานะการดำเนินการโดยเอกชน และก็เป็นpublic space เพื่อการเรียนรู้ที่ accessเข้ามาได้อย่างง่าย ไม่มีความรู้สึกเหมือนไปในสถานที่ราชการ อย่างในTK park หรือTCDC มันยังมีความรู้สึกไม่ familiar แต่ที่นี้มันมีความ cozy ที่จริงที่นี้มันก็มีความเป็นbranding นะ ในvalueที่เข้ามาที่นี้ต้องเก้ และควรเป็นพื้นที่ที่วัยรุ่นหนุ่มสาวต้องการ ไม่ใช่ old fashionแบบNeilson Hays อาจจะต้องปรับให้ content มันเป็นวงกว้างกว่านี้

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: น่าจะมีหนังสือที่หลากหลายและตรงกลุ่มtargetสมมติว่าตั้งกลุ่มtargetไว้เป็นเด็ก referenceที่มีก็น่าจะมี dictionary มีหนังสือที่สอดคล้องกับlifestyleการศึกษาของเด็ก หรืออาจจะต้องเพิ่มinternet computerที่มากขึ้นในการ searching มีพื้นที่ในการจับกลุ่มคุยได้ เปิดpublic spaceมากขึ้นในการให้เข้ามาใช้ทำกิจกรรมที่สอดคล้องกับthemeที่ The Reading Room มีแล้วเป็นการดำเนินการโดยให้ยืมสถานที่ เป็นการจัดการโดยกลุ่มนักศึกษาหรือถ้าจะขยายtargetให้กว้างกว่านั้นก็อาจจะเป็นแบบว่ากลุ่มผู้สูงอายุสี่ลมาจัดกิจกรรมการแต่งกลอน มาจัดการเรียนรู้เรื่องภาพจิตรกรรม เป็นlectureโดยผู้เชี่ยวชาญที่นี่หรือที่จัดมาให้ ทำให้เป็นspaceการเรียนรู้ที่ขยายวงกว้างไปอีก

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เติบโตตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: ด้วยความที่ coreหนังสือที่นั่นมันเป็น artมันจึงอาจจะยาก อาจเป็นว่าจัดโดยสำนักพิมพ์ในการบริจาคหนังสือใหม่ เป็นCSRของสำนักพิมพ์ เป็นการประสานงานกันระหว่างองค์กรให้ส่งหนังสือใหม่ที่อยู่ในหมวดศิลปวัฒนธรรมให้ หรือกระทั่งการระบายstockของสำนักพิมพ์เล่มเก่าแล้ว หรือการทำbook charity จากสมาชิกหรือcommunityของThe Reading Roomให้ช่วยกันส่งหนังสือมาแล้ว อาจต้องจัดหมวดหมู่ว่าจะให้เป็นไปในแนวทางไหน กลุ่มdigital contentว่าจะเก็บรักษาหรือทำอะไรกับมัน อาจต้องทำbusiness model ที่เป็นการขายsponsorขององค์กร เช่น CSR ของbrand ต่างๆ อาจเป็นยูนิริเวอร์หรือ Coke ไทยน้ำทิพย์สนับสนุนThe Reading Room เป็นหนึ่งในCSR ของเขาโดยมีเงินมาให้ประจำปีแต่เราก็อาจจะต้องมีพื้นที่ที่แปะโฆษณาให้เขาแล้วให้เขานำไปใช้ในการPRเราอาจจะต้องtie-in ผูกกับกิจกรรมของเราหรือของเขาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือbrand awarenessของsponsor

อย่างสำนักพิมพ์ของพี่จะมี charity box ก็สามารถเอา The Reading Roomไปไว้ในส่วนนี้ได้ เป็นการทำbox setในการบริจาคหนังสือทั่วประเทศ ให้คนที่สนใจซื้อbox setแล้วจะได้ไปอยู่ในห้องสมุดต่างๆ ซึ่งสำนักพิมพ์ส่วนมากจะมีหนังสือที่เป็นdead stockที่สามารถให้ได้เลย หรือขอซื้อในราคาที่ถูกลง

ต้องมีการทำระบบdatabaseหนังสือให้เรียบร้อย เช่น โปรแกรมคิวอี้ ซึ่งอาจจะต้องหาทุนจากองค์กรอื่น โดยองค์กรของรัฐนี้ไม่ค่อยได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ ทางที่เป็นไปได้อาจทำกับสมาคมสำนักพิมพ์ (สมาคมผู้จัดพิมพ์) เพราะเริ่มเอาคนรุ่นใหม่มาอยู่ในบอร์ด อาจเป็นการเสนอเป็นโปรเจกต์ร่วมกับ บุปผา แล้วให้เป็นตัวกลางในการกระจายหนังสือไปสู่ห้องสมุดที่ร่วมโครงการ หรือ

พัฒนาไปสู่การแลกเปลี่ยนหนังสือระหว่างห้องสมุด ที่นั่นมันก็มีหนังสือที่ไม่ตรงกับcoreของเรา ก็อาจนำหนังสือเหล่านั้น มาจัดทำdonationในเครือข่าย สำหรับที่นี้หรือที่อื่น จะหยิบหนังสือหรืออะไรก็แล้วแต่ไปแล้วdonateแล้วเอาเงินที่ได้ไปซื้อหนังสือที่เป็นcoreจริงๆเข้าห้องสมุด อาจจะทำกิจกรรมประมวลหนังสือก็ได้ทำโครงการcharity เพื่อการระดมทุนซักครึ่งปีหรือหนึ่งปี ขายหนังสือเป็นset หรือทำ book buffet มาแล้วก็หยอดเงินใส่ลงไป

The Reading Room ยังขาดสิ่งที่เรียกว่า Corp PR ที่จะช่วยให้คนรู้จักและให้ความร่วมมือมากขึ้น เช่น ดาราหรือคนมีชื่อเสียงทางสังคม ที่ต้องการPRตัวเอง ต้องKeep in touchกับคนเหล่านี้เพื่อให้เขามาเป็นกระบอกเสียง ซึ่งต้องใช้เวลาพอสมควร อย่างจัดงานคราวที่แล้วก็มี กฤต ดาราช่อง 7 เราก็ต้องรักษาความสัมพันธ์ไว้ เพื่อมีงานคราวหน้าเขาจะได้ชวนเพื่อนดารามาอีก พวกคนเหล่านี้ก็จะได้เห็นว่าเป็นพื้นที่ที่ได้ประชาสัมพันธ์ตัวเองแล้วยังดู intellectual อีกด้วย ยิ่งในปัจจุบันดาราก็จำเป็นต้องสร้างbrandingของตัวเองให้ฉีกกว่าคนอื่น ไม่อยากหลุดกระแส ต้องการหาที่ทางใหม่ๆในการpositioningตัวเองหรือจับดารามี coreทางด้านนี้อยู่แล้ว เช่น ทนาย เจริญปุระ ดร. ป๊อป เป็นต้น ซึ่งเป็นprocessที่ต้องลองผิดลองถูก ในการfocusที่ end user ว่าคือใคร จะสื่อสารอย่างไร ทำอย่างไรให้ sponsor รู้จักเรา ต้องทำให้เห็นว่าเรามีฐานของend user เท่าไร พอรู้จักอุปนิสัยของend userแล้วจะเจาะถูกว่าจะสื่อสารอย่างไร จะออกแบบกิจกรรมยังไงให้เหมาะสม

การสัมภาษณ์ที่ 9: อรจิรา โกลากุล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 มิถุนายน 2557) (อดีตอาสาสมัครห้องสมุด The Reading Room) 26/6/2014

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: *ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร กรุณาอธิบาย ?*

A: เรามีประสบการณ์ในหลายสถานะ คือส่วนที่มาช่วยงานจริงๆ คือการเป็นคนเฝ้าห้องสมุดในช่วงแรกๆ เป็นวันธรรมดาที่มีคนเข้ามาไม่มาก สิ่งที่ชอบคือบรรยากาศสงบๆ สบายๆ สามารถเดินไปหยิบหนังสือนู่นนี่มาอ่านเล่นดูเล่นได้ แล้วก็ยังมีประสบการณ์ในฐานะเป็นคนมาร่วมงาน ซึ่งเราก็คิดว่าในทุกๆ event ที่เราเข้าร่วมมา เราก็จะได้อะไรใหม่ๆ กลับไปเสมอ ได้เห็นแง่คิดมุมมองอะไรที่เราไม่เคยได้เห็นมาก่อน ได้รู้จักอะไรใหม่ๆ ส่วนอีกสถานะคือการเป็นนักดนตรีในงานปาร์ตี้ ก็สนุกดี คือมันเป็นการเล่นดนตรีในงานที่สนุกสนาน เป็นกันเอง แล้วเรารู้สึกว่าได้นำเพลงที่เราชอบเล่นมาเล่นให้คนฟังที่ชอบฟังเพลงพวกนี้จริงๆ

Q: *คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น อย่างไร ?*

A: จริงๆ แล้วถ้าพูดถึงเหตุการณ์ตอนทำงาน คือตอนเฝ้าห้องสมุดนี่ก็ไม่มีอะไรมาก อย่างที่บอกคือเราชอบความสงบ ความสบายของมัน บางทีก็เจอชาวต่างชาติที่เข้ามา แบบอาจจะตาม Bangkok Art Map มา อย่างมีครั้งหนึ่งก็มีคนมาจากเกาะอะไรซักอย่างแถวอเมริกากลาง คือเขา

สนใจศิลปะแล้วเขาก็อยากจะมาเที่ยวดู space ศิลปะทั้งหลาย หรือบางทีก็เป็นชาวต่างชาติที่ทำงานศิลปะอยู่ในไทยแล้วก็แวะมา คือหลายคนก็เข้ามาในลักษณะของคนที่น่าสนใจศิลปะ แล้วก็อยากจะลองเข้ามาดู ตอนนั้นเป็นช่วงเปิดใหม่ ๆ ก็ถือว่าเป็นประสบการณ์การได้เจอผู้คนอีกแบบหนึ่ง แต่เหตุการณ์ที่เราจำได้จริงๆ จะเป็นตอนปาร์ตี้มากกว่า ตอนทุกคนมาร้องเพลงด้วยกัน จับฉลาก ดูพลุบนดาดฟ้าอะไรอย่างนี้ สนุกดี

Q: *The Reading room* มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้ทำงานของคุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณตอบทำงานให้ *The Reading Room*) ?

A: คือเราว่า Reading Room เป็นเหมือนแหล่งที่ให้คนที่ชอบหรือสนใจอะไรเหมือนกัน ได้มาแลกเปลี่ยน มาสังสรรค์กัน บางเรื่องอาจมีคนสนใจเป็นกลุ่มเล็กๆ เป็นหัวข้อเฉพาะทาง ซึ่งแต่เดิมต่างคนต่างสนใจ อาจจะไม่รู้ว่ามีใครที่ชอบอะไรเหมือนกัน อยู่ พอมีตรงนั้นขึ้นมา ก็เหมือนเป็นแหล่งที่ทำให้คนเหล่านี้ได้มารวมกันในบรรยากาศที่มันอบอุ่น เป็นกันเอง ซึ่งการมารวมกันของกลุ่มคนเหล่านี้มันก็น่าจะช่วยให้เกิดการพัฒนาต่อยอดออกไปได้อีก เช่น ในฐานะคนสร้างงาน อย่างคนทำหนังสือ เขาก็มีโอกาสได้ฉายงาน ได้ฟังความเห็นจากผู้ชม ได้รู้จักคนในแวดวงเดียวกัน สร้างเครือข่ายของตัวเองเพื่อการช่วยเหลือผลักดันกันต่อไป ส่วนถ้ามองอีกทางในแง่คนมาเข้าร่วม สำหรับคนที่สนใจอยากค้นหาอะไรใหม่ๆ มันก็ช่วยให้ได้เห็นโลกใหม่ๆ ได้รับฟังเรื่องราวหรือประเด็นที่น่าสนใจจากคนที่มีความรู้ด้านนั้นจริงๆ มันก็ช่วยเปิดโลกทัศน์ของคนที่มาร่วมกิจกรรม

การสัมภาษณ์แบบ Dream

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: เราคิดว่าบางทีถ้า Reading Room สามารถเปิดออกไปสู่คนในวงกว้างมากกว่านี้ก็น่าจะดี คือเราเห็นแนวโน้มจากกิจกรรมบางอย่าง อย่าง A Date with a Book หรือ Strawberry Sunday เราว่ากิจกรรมแนวทางนี้น่าสนใจ คือก่อนหน้านี้ส่วนใหญ่ RR จะจัดงาน talk ที่เป็นวิชาการแบบเข้มข้น หรือฉายหนังที่ไม่ค่อยมีใครรู้จัก ตรงนี้มันก็เป็นส่วนดีเพราะมันก็เป็นความแตกต่างตรงที่ก็ไม่ค่อยมีที่ไหนจะจัดงานแบบนี้มากนัก ก็เป็นทางเลือกให้กับคนกลุ่มที่สนใจ แต่ขณะเดียวกันก็มีคนที่อาจจะมีความสนใจด้านศิลปวัฒนธรรมอยู่บ้าง แต่พอเจออะไรที่ดูยาก ไม่คุ้น หรือไม่รู้จักเลย เขาก็อาจจะถอยห่างออกไป ก็เลยคิดว่าการเพิ่มแนวทางนี้เข้ามา อาจจะเป็นอะไรที่เกี่ยวกับ Pop culture มากขึ้น มันก็ทำให้ภาพลักษณ์ของ RR เปิดกว้างขึ้น ทำให้คนรู้สึกเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้นด้วย

อีกเรื่องหนึ่งคือเรารู้สึกว่า RR มีทรัพยากร มี material และ content อยู่มากพอสมควร ก็อยากจะให้คนใช้บริการได้นำสิ่งพวกนี้ไปใช้ประโยชน์ให้เต็มที่ เพราะตอนนี้เหมือนว่าเรื่อง event มันก็มีคนมาเข้าร่วมสม่ำเสมอ มันดูเป็นจุดเด่นของ RR เลยละ แต่ว่าในเรื่องทรัพยากร หนังสือ ดีวีดีหนัง อะไรต่างๆ ซึ่งความจริงเป็นสิ่งที่ต้องลงทุนไปกับมันเยอะ มันได้มีการนำมาใช้งานมากแค่ไหน หรือว่ามันตอบสนองกับความต้องการในการอ่านของคนที่มาใช้บริการของเราแล้วหรือยัง

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: เราคิดว่าเรื่องกิจกรรมก็อย่างที่บอกคืออาจจะมิกิจกรรมส่งเสริมการอ่านในลักษณะที่มันเปิดกว้างเข้าถึงทุกคนได้อีกเรื่อยๆ แล้วก็กิจกรรมในเชิงศิลปวัฒนธรรมที่มันอาจจะเป็นเรื่องราวในความสนใจของผู้คนทั่วไป อาจจะเป็นวัฒนธรรมในกระแสก็ได้แต่เป็นการมองอย่างเจาะลึกลงไปในเรื่องนั้นๆ คือแทนที่จะตั้งต้นจากอะไรที่เป็นวิชาการ เราอาจจะตั้งต้นจากสิ่งที่วัฒนธรรม เป็นความบันเทิงก็ได้ แล้วถามว่ามันมีความหมาย มีนัยยะ มีอะไรที่ลึกลงไปกว่านั้นหรือเปล่า ก็เหมือนกับ Strawberry Sunday คือคนดูละครมีเยอะแยะ แต่ถ้าเรากลับไปอ่านนิยายต้นฉบับเราก็จะเห็นอะไรเพิ่มขึ้นนะ หรือคนดูบอลก็มีเยอะ แต่อาจจะเจาะลงไปดูประวัติศาสตร์ฟุตบอล พัฒนาการของ tactic รูปแบบต่างๆ หรืออย่างเริ่มต้นจากการดู Alien ก็อาจกลายเป็นการไปศึกษาแนวคิดในงานศิลปะของ Giger ก็ได้ คือถึงที่สุดแล้วแทบทุกคนก็มีความสนใจเฉพาะทางของตัวเองในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในแง่ศิลปวัฒนธรรม คือเหมือนเราก็เป็น niche market ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งซักอย่างอยู่แล้ว Reading Room อาจจะเป็นเหมือนศูนย์รวม เป็นจุดรวมความสนใจเฉพาะทางต่างๆ ในแง่ศิลปวัฒนธรรม คือคุณจะไปทำอะไรก็ได้ การ์ตูน เกม บ้าบอล บ้าจักรยาน คือเหมือนถ้าคุณอินกับอะไรซักอย่าง คุณอยากเจอกับคนคอเดียวกัน แล้วคุณก็อยากจะศึกษาเรื่องนั้นให้ลึกลงไป โดยที่โอเคว่ามันก็อาจบวมมูมมอในแง่สังคมวัฒนธรรม มีแง่มุมความเป็นวิชาการมาจับ ตรงนี้ก็จะเป็แหล่งความรู้ให้คุณ

ซึ่งสุดท้ายกิจกรรมแบบนี้ก็อาจนำไปสู่การหารายได้เข้าห้องสมุดได้ ในแง่การร่วมมือกับกิจการห้างร้านใดๆ ก็ตามที่เกี่ยวข้องกับความสนใจเฉพาะทางนั้นๆ จะเป็นสำนักพิมพ์ ค่ายหนัง ค่ายเพลง คือจริงๆ บางทีการโปรโมทสิ่งต่างๆ เหล่านี้มันก็ยิ่งเป็นวิธีการซั้ๆ แบบเดิมๆ อยู่ ถ้ามันมีการหยิบยกประเด็นอะไรออกมาผ่านการจัดกิจกรรมที่เจาะลึกมันก็ยิ่งช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้ตัว content นั้น ช่วยเพิ่มมิติให้มันมากกว่าเดิม

ส่วนในแง่ตัวห้องสมุด เราก็อยากให้มีมารวางระบบพื้นฐานเพื่อที่จะให้คนเข้าถึงทรัพยากรที่มีอยู่ได้มากขึ้น ทั้งเรื่องการทำ database หนังสือ หรือมีระบบยืมคืนที่เป็นกิจจะลักษณะ การสมัครสมาชิก อาจจะมีการ review หนังสือใหม่หรือหนังสือที่น่าสนใจ แล้วก็พวก content ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน event ก็น่าจะมีการรวมกันให้เป็นระบบ คือสุดท้ายมันอาจจะกลายเป็นเหมือนบทเรียนออนไลน์แบบหลายๆ คือมีข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับงานนั้น ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ ลิงก์บทความที่เกี่ยวข้อง หนังสืออ่านเพิ่มเติม ซึ่งถ้าเป็นหนังสือในห้องสมุดด้วยก็ยิ่งดี จับทุกอย่างมารวมให้เป็นระเบียบในทีเดียวกัน ให้คนกลับมาศึกษาค้นคว้าได้เรื่อยๆ แล้วเราก็คิดว่าคนสนใจเรื่องไหนกันมากน้อยแค่ไหนด้วย

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เติบโตตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: เราไม่รู้เรื่องตัวเลขผลประกอบการ ในแง่การจัดกิจกรรมเรามองว่าไม่ต้องบอย แต่ควรมี series หลักๆ ไว้ให้สมาชิกเลือก ให้มันเกิดความต่อเนื่อง ส่วนเรื่องหนังสือเราก็อยากให้มีมันเพิ่มความหลากหลายไปเรื่อยๆ แต่สุดท้ายก็นำไปสู่ปัญหาที่ว่าจะมีที่เก็บเพียงพอหรือไม่ ก็อาจจะต้องขยับขยายพื้นที่ออกไปอีก

การสัมภาษณ์ที่ 10: วรรณพา แก้วมณฑา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557)
(อาสาสมัครห้องสมุด The Reading Room)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานเป็นอย่างไร กรุณาอธิบาย ?

A: ฝึกให้แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ รวดเร็ว

Q: คุณรู้สึกสบายใจหรือสุขใจที่ได้ทำงานในช่วงไหน เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น อย่างไร ?

A: ช่วงเวลาที่พี่เกี่ยวไม่เครียดก็มีความสุขดี

Q: The Reading room มีคุณค่า/มีความหมายต่อสังคมอย่างไร และอะไรที่ทำให้ทำงานของคุณที่ทำให้ห้องสมุดแห่งนี้มีคุณค่า/มีความหมาย (กรณีที่คุณตอบทำงานให้ The Reading Room) ?

A: ถ้าไม่มีเรา งานหลายอย่างมันจะขับเคลื่อนไม่ได้ ส่วนคุณค่าของห้องสมุด มองว่าเป็นแหล่งหาความรู้ ซึ่งที่นี้ค่อนข้างจะเฉพาะกลุ่ม มันดู open ใครจะเข้ามาก็ได้

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: อยากให้มีการจัดการรายรับรายจ่ายที่โอเค อยู่ได้ด้วยเงินของโครงการ และอยากให้มีคนที่มาmanageได้จริงๆที่นี้ ชัก3คนหรือตำแหน่งอื่นๆอีกมากมาย ปัญหาที่นี้ไม่มีคนประจำเลย น่าจะมีคนที่เป็นผู้จัดการหนึ่งคน คนที่เป็นstaffแบบกึ่ง และคนที่คอยดูแลประสานงานกับพี่เกี่ยว

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: อย่างแรกต้องทำdata base หนังสือก่อน แล้วค่อยทำmember ก็น่าจะพอช่วยได้ แต่ก็ไม่รู้ว่ามันจะจำกัดคนมากกว่าเดิมหรือป่าว

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ผลประกอบการน่าจะเป็นเท่าไรหรือควรมีทรัพยากรเท่าไรเพื่อให้เพียงพอต่อความ

ต้องการในการบริหารและพัฒนาให้เป็นไปตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: ค่าสมาชิกน่าจะเป็นรายปีนะ ชัก500 บาท ต่อปีเป็นค่ามัดจำเพื่อหนังสือหายขึ้นมา แล้วก็ น่าจะมีผู้จัดการ เงินเดือนชัก20,000บาทขึ้นไป และที่สำคัญคือการจัดการเรื่องคน ถ้าคนมี ประสิทธิภาพมันก็ทำให้สามารถขับเคลื่อนไปได้

2. การสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการห้องสมุดThe Reading Roomทั้งผู้ใช้บริการปกติและระหว่างร่วมงาน กิจกรรม จำนวน 9คน ดังนี้

การสัมภาษณ์ที่ 11: เรื่องศักดิ์ อนุวัตรวิมล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 4 กรกฎาคม 2557)
(ผู้ใช้บริการห้องสมุด The Reading Room)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ห้องสมุด The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: เริ่มจากรู้จักReading room ที่แรกตอนอยู่เจริญกรุง ถือว่าแปลกใจมากเพราะระบบ ห้องสมุดในบ้านเราหายากอยู่แล้ว การที่คนๆหนึ่งจะเปิดห้องสมุดเล็กๆขึ้นมาตามใจตัวเองมันยากมาก อยู่แล้ว คือไม่ใช่มันไม่มีแต่สุดท้ายแล้วมันจะกลายเป็นร้านขายหนังสือมากกว่าห้องสมุด พื้นที่แบบนี้ เหลือน้อยมากในปัจจุบัน จนกระทั่งย้ายมาที่สีลม19 ก็ได้เห็นความก้าวหน้าและactivityที่หน้าสนใจ มากขึ้น นับว่าเป็นspaceที่จัดมาก ยังคงconceptเดิมและรักษามาตรฐานได้ดีมาก

Q: ช่วยแชร์ประสบการณ์จากการที่ได้ใช้บริการห้องสมุดอื่นๆ หรือมุมมองที่ดีต่อห้องสมุด เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: ในสมัยก่อนสมัยที่ยังไม่มี wifi หรือinternetความเร็วยังต่ำอยู่ จะหาข้อมูลอะไรยากมาก โดยการที่มีคนcateringที่มีความซีเรียสสูง ห้องสมุดเป็นการลดทอนทางเดิน ไม่ต้องไขว้เขวกับเรื่องอื่น แต่ห้องสมุดชนิดนี้ห่างไกลกันมาก เลยก็ช่องว่างในการที่ต้องกระโดดไปกระโดดมาทำให้การหาข้อมูล ที่ชัดเจนจำเป็นต้องใช้เวลา แต่พอในปัจจุบันนี้มันง่ายขึ้นเมื่อเราได้ข้อมูลหนังสือหรือข้อมูลที่ต้องการ แล้วสามารถเช็คได้ทันทีจากประสิทธิภาพ wifi

ผมยังเป็นคนหัวเก่าอยู่นะ ผมยังเชื่อว่าเสน่ห์หรือช่องว่างของความคิดในการอ่านหนังสือ สำคัญมาก มันทำให้เห็นภาพlayer หลายๆอัน ในขณะที่การมองdigitalในหน้าtabletหรือหน้าจอ computerอย่างเดียว มันทำให้เราfocusในเรื่องนั้นๆโดยไม่มองเห็นภาพอย่างอื่น ซึ่งผมว่าช่องว่าง ตรงนั้นมันเสริมสร้างจินตนาการ ทำให้มีการเชื่อมโยงหลายๆเรื่องมากกว่าที่จะfocusไปด้านเดียว ตรงๆซึ่งมันที่ออกมา

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคต ?

A: สิ่งที่น่าสนใจคือที่จะพัฒนาให้เป็นห้องสมุดที่สมบูรณ์ ให้คนมาค้นคว้าได้อย่างเต็มที่ เช่น การเปลี่ยนหนังสือบางเล่มให้เป็นfile digitalเพื่อสะดวกแก่การค้นหาซึ่งก็ต้องใช้เวลาและทรัพยากรมากหรืออย่างที่บอกไปเรื่องการเชื่อมโยงประเด็นหนังสือให้มีช่องว่างให้น้อยที่สุด ก็ยังต้องใช้เวลากับเงินมากอยู่เหมือนกัน ในเมื่อนอกก็เป็นลักษณะเดียวกันก็ยิ่งยากอยู่ ผมเชื่อว่าด้วยศักยภาพของThe Reading Roomทำได้

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: ในฐานะที่คุณเป็นผู้ให้บริการ อยากให้ The Reading Room ควรดำเนินการอย่างไรบ้าง เพื่อให้ห้องสมุดแห่งนี้เป็นเหมือนที่คุณปรารถนา ?

A: ถ้าจะเป็นไปได้มากที่สุดThe Reading Roomควรจะขยายสาขาโดยที่แต่ละส่วนยังคง characterนี้อยู่แต่มี contentที่แตกต่างกันออกไปซึ่งมันทำให้เกิดเครือข่าย และแน่นอนต้องคาดหวังถึงความคงทนด้วยในความหมายของprivate library

อีกประเด็นที่อยากขอร้องคือThe Reading Room น่าจะเชื่อมโยงประเด็นของหนังสือแต่ละส่วนคือเข้าใจว่ามันเป็นcollectionส่วนตัว เห็นได้ว่ามันมีช่องว่างของหนังสือแต่ละประเภทแต่ละเล่มอยู่เยอะมาก ซึ่งแน่นอนมันต้องใช้เงินทุนเยอะมากในการที่จะอุดช่องว่าง ซึ่งช่องว่างนั้นอาจจะมีแค่เล่มเดียวหรือประมาณสิบเล่ม แน่นอนมันเป็นเรื่องในฝัน อย่างห้องสมุดอื่นๆในประเทศหรือต่างประเทศก็ไม่สามารถอุดช่องว่างตรงนี้ได้ครบ มันต้องใช้ทรัพยากรสูงและต้องมีความลึกของ conceptห้องสมุดนั้นด้วย เช่น ถ้าคุณจะไปหาเรื่องประวัติศาสตร์ในเรื่องหนึ่งคุณจะไปได้ลึกขนาดไหน มันขึ้นอยู่กับใครมองยังไงด้วย แต่ในที่สุดห้องสมุดแต่ละที่จะเป็นlayer ที่เห็นภาพคร่าวๆว่าในแต่ละชั้นนั้นคืออะไร

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ช่วยแสดงความคิดเห็นว่าThe Reading Room จะมีแนวทางใดในการหารายได้เพื่อพัฒนาห้องสมุดแห่งนี้ให้เป็นไปตามที่ฝันไว้

A: ผมยังมองภาพไม่ออกนะ ก็ยังแปลกใจที่ The Reading Roomยังอยู่มาได้จนทุกวันนี้ เพราะการจะทำแบบนี้ได้ต้องใช้เงินมากเลยทีเดียว ไม่ต้องถึงขนาดห้องสมุดหรือหอ ในวงการศิลปะก็ยังมีดเมน เราจะเห็นว่าทำอะไรแบบนี้มันต้องมีคนสนับสนุน ผู้ใหญ่หรือใครก็ได้ที่มีเงินและเห็นคุณค่าของมัน ซึ่งส่วนมากมีแต่เงินแต่ไม่เข้าใจวิธีการ ก็จะได้เห็นได้จากหลายๆโครงการเช่น หอศิลป์กรุงเทพฯที่เรานั่งคุยกันอยู่นี้ ลองไปดูห้องสมุดBACC ซิ มันแห้งแล้งมาก

การสัมภาษณ์ที่ 12: อัฐพนธ์ บรรจงวุฒิ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 กรกฎาคม 2557) (ผู้ร่วมกิจกรรม Strawberry Sunday Book Club)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ห้องสมุด The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: เรามากิจกรรมนี้เดือนละครั้ง ปกติอ่านหนังสือเดือนละ 1-2 เล่ม พอมีงานนี้ก็จะได้อ่านมากขึ้น หรือบางทีก็ไม่ได้อ่าน แต่ The Reading Room ก็จะมีให้ vote หนังสือที่จะใช้อ่านเพื่อทำกิจกรรมครั้งต่อไป มาที่นี้แค่ 5 ครั้งแล้วนะ มันช่วยทำให้เราได้เปิดมุมมองใหม่ๆ โดยพื้นฐานเราจบวรรณคดีอังกฤษแต่ช่วยที่บ้านทำงานกงสี พอมาที่นี้เลยรู้สึกดีที่ได้กลับมาอยู่ในฟิล์มนี้ บางครั้งไม่มีอะไรทำก็มาเพราะมันก็ไม่ไกลจากบ้านเราแถวจุฬา

วันนั้นมันมีเหตุการณ์ก่อนรัฐประหารที่นี้มึงงานเรื่องสันติวิธีแล้วมีคนมาเยอะมาก เราประทับใจมากเลยนะ เราชอบบรรยากาศแบบนั้น มีการแลกเปลี่ยนกันเต็มไปหมด มีคนทุกรูปแบบ มีทั้งดอกเตอร์และไม่ดอกเตอร์และอื่นๆ มานั่งเมาท์กันในที่ที่ไม่ใหญ่มาก แล้วมันได้บรรยากาศของเสรีประชาธิปไตย มันไม่มีถูกมีผิด เป็นสี่เทาอ่านเทาแก่ มันทำให้พื้นที่นี้ดูเล็กไปเลย

Q: ช่วยแชร์ประสบการณ์จากการที่ได้ใช้บริการห้องสมุดอื่นๆ หรือมุมมองที่ดีต่อห้องสมุดเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: ปกติเราไปนั่งห้องสมุด BACC ด้วยเหตุผลเดียวคือมันอยู่ใกล้บ้าน แล้วมันเป็นพื้นที่ที่แห้งแล้วมากแทบไม่มีหนังสืออะไรเลย อีกที่ที่ใช้ประจำคือหอสมุดกลางจุฬา ด้วยความที่เราเป็นเด็กวรรณคดีจำเป็นต้องใช้ห้องสมุดตลอดเวลา สำหรับที่นี้บางครั้งก็ขี้เกียจเดินทางนะ

ที่นี้ไม่ใช่ห้องสมุดทางการเหมือนห้องสมุดในมหาวิทยาลัย มศว. จุฬา ธรรมศาสตร์นี้แทบจะไปทุกคณะ สำหรับที่นี้มันไม่จำเป็นต้องทำอะไรแล้วกับบรรยากาศนะ อารมณ์ชีวิตๆ ไม่ต้องเป็นทางการ

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคต ?

A: น่าจะมีระบบยืมเข้าออกหนังสือได้นะ ตอนนี้นั้นเหมือนหยิบหนังสือตัวเองมาอ่าน อ่านจบก็จบไป แต่บางทีเห็นหนังสือที่น่าสนใจแปลกๆ เช่น Utopia หรือวิทยานิพนธ์ปริญญาโทของอาจารย์ ประจักษ์ ก็แปลกใจที่เขาพิมพ์ด้วยเหรอ อย่าง History of Art เราเห็นมีที่นี้กับห้องสมุดหอการค้า ขนาดหอศิลป์กรุงเทพฯ ยังไม่มีเท่านี้เลย

เราไม่แน่ใจที่มี web รียัง ถ้ามีมันก็น่าจะมีการ search หาหนังสือใน web ก็จะได้เป็นเหมือนห้องสมุด online ที่เมื่ออย่างได้หนังสือก็เข้ามาหา หาเจอแล้วว่ามีหนังสือเล่มนี้ที่นี้จะได้อ่าน

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: ในฐานะที่คุณเป็นผู้ใช้บริการ อยากให้ The Reading Room ควรดำเนินการอย่างไรบ้าง

เพื่อให้ห้องสมุดแห่งนี้เป็นเหมือนที่คุ้มปราถนา ?

A: ถ้าจะต้องมีการยืมมันก็ต้องมีค่าบริการตรงนี้ขึ้นมา เพื่อหายเพราะเราไม่รู้ว่าคนที่มา ยืมมันเป็นใคร มูลค่าหนังสือก็เยอะ แต่ถ้าวันนี้ยังไม่มียืมก็ไม่ต้องมีค่านี้นี้ หรือจะให้ทำ copy ก็คงเป็นไปได้ หรือเป็นห้องสมุดมหาชนแบบมีเครื่องซีร็อก แล้วจะดูได้ใจในเมื่อต้องมีค่าน้ำค่า ไฟ เราว่าก็น่าจะรวมค่าพวกนี้เขาไปด้วย สมมติปีนึง 40บาทเป็นต้น

สำหรับกิจกรรม ด้วยสถานการณ์การเมืองที่เป็นอยู่นี้มันก็โอเคนะ แล้วยังอยากให้พัฒนาไป มากกว่านี้ด้วย ที่นี้พูดทุกเรื่องเลยนะ ภาพยนตร์ วรรณกรรม สื่อ การเมือง ศิลปะ แต่มีเรื่องหนึ่งที่ยัง ไม่เห็นพูดคือเรื่อง ศาสนา การพูดเรื่องศาสนาในที่สาธารณะแบบที่ไม่มีอคติ หรือรักจนหลง แต่คงต้อง มาคุยรายละเอียดกันอีกทีเพราะมันเป็นเรื่องอ่อนไหว ประเทศไทยพูดเรื่องนี้ไม่ได้เยอะ หรือเรื่อง Fine Art มานั่งวิจารณ์ผลงานกันเราก็ยังไม่เห็น เราอาจจะกำหนดประเภทของศิลปะร่วมสมัยที่เขา แบ่งศิลปะเป็นเก้าแขนง ว่ามันมีอะไรบ้างแล้วคิดว่าเรายังขาดอะไรที่ยังไม่ได้จัด ถ้าเราจะเล่นเรื่อง วัฒนธรรมก็ต้องเป็นวัฒนธรรมที่มีการเกิดและการตายไม่ใช่วัฒนธรรมแช่แข็ง สามล้อ ส้มตำ ก็เป็น วัฒนธรรมได้ ไม่ใช่มีแต่ลายกนกที่เป็นวัฒนธรรม

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ช่วยแสดงความคิดเห็นว่าThe Reading Room จะมีแนวทางใดในการหารายได้เพื่อ พัฒนาห้องสมุดแห่งนี้ให้เป็นที่น่าไปตามที่ฝันไว้ ?

A: ก็อย่างที่บอกไปคงต้องมีการเก็บค่าบริการบ้าง ในส่วนที่เป็นต้นทุน อีกแบบคือการบริจาค ทุนจากต่างประเทศ อาจเป็นทุนให้เปล่า พูดในแง่วงการศิลปะนะ มีกรณีที่นาย A ทำงานศิลปะแนวนี้ ได้สวยมาก มันจะมีผู้อุปถัมภ์ก็จะให้เงินให้เปล่ามาทำงาน จะมีคนซื้อไม่ซื้อก็อีกเรื่องหนึ่งนะ ถ้าได้ทุน อย่างนี้ก็จะทำให้ดำเนินงานไปได้เรื่อยๆ เราหวังทุนจากต่างประเทศที่สนับสนุนเรื่องนี้นะ ไม่หวังจาก ภายในประเทศซึ่งก็รู้ๆกันอยู่

ความเป็นจริงคนไทยไม่ใช่คนที่อ่านหนังสือนะ ยิ่งพวกหนังสือเล่มใหญ่ๆก็จะมีคนอ่านน้อย แต่ถ้าให้อ่านหนังสือในnetมันก็ไม่ใช่ว่าทุกเล่มที่จะมี นั่นทำให้หนังสือเป็นเล่มยังมีคุณค่าอยู่

การสัมภาษณ์ที่ 13: ทศพล นพสุวรรณชัย (การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 มิถุนายน 2557)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ห้องสมุด The Reading Room เป็น อย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: กิจกรรมของThe Reading Roomในช่วง2-3 ปีที่ผ่านมาต้องยอมรับว่ามันเป็นกิจกรรมที่ เปิดกว้างทางความคิดสูงมาก ยอมรับความคิดที่อยู่ตรงขอบที่เกือบจะยอมรับไม่ได้ในสังคมบางเรื่อง การที่ได้มาที่นี้มันเหมือนได้รับการปะทะของขอบทางความคิดไม่ว่าจะอยู่ด้านไหน ผมรู้สึกมีความสุข

และสบายใจมากที่มีพื้นที่แบบนี้เกิดขึ้น ได้พบเจอผู้คนไม่ว่าจะอยู่ในบทบาทเป็นผู้จัดหรือผู้ร่วมกิจกรรมก็ตาม ได้ฟังspeakerที่เราอย่างฟัง ขอคุณที่มีพื้นที่แบบนี้ พื้นที่ที่ welcome ทางความคิด

Q: ช่วยแชร์ประสบการณ์จากการที่ได้ใช้บริการห้องสมุดอื่นๆ หรือมุมมองที่ดีต่อห้องสมุดเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: จากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรม เราเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ผู้ที่เข้าร่วมและสังคม เราไม่แน่ใจว่ามีที่ไหนที่มี book club ที่จัดทุกเดือนแบบนี้ไหม แต่เหมือนที่อื่นจะมีพวกคอร์สเรียนนะ

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคต ?

A: The Reading Room ที่เป็นอยู่ทุกวันนี้มันก็เป็น dream come through แล้วนะสำหรับเรา คือเป็นห้องสมุดฟรี ห้องสมุดศิลปะ และมีจัดกิจกรรมอยู่เรื่อยๆ เราว่ามันลงตัวแล้วนะ แต่เรารู้สึก spaceมันคับแคบไป บางกิจกรรมคนมันแน่นมาก ทำให้การเข้าถึงสำหรับบางคนมันยาก และก็การค้นหาน้ำหนังสือบางครั้งก็ยังไม่อยากอยู่

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: ในฐานะที่คุณเป็นผู้ให้บริการ อยากให้ The Reading Room ควรดำเนินการอย่างไรบ้างเพื่อให้ห้องสมุดแห่งนี้เป็นเหมือนที่คุณปรารถนา ?

A: อย่างแรกต้องให้ credit พี่เกี่ยวเพราะทั้งหมดมันขับเคลื่อนโดยพี่เกี่ยว ด้วยเงินส่วนตัวแล้วการที่มันจะใหญ่กว่านี้หรืออยู่ด้วยตัวมันเองได้ถ้าพึ่งงไม่สามารถทำได้ด้วยตัวคนเดียว ด้วยโปรเจกต์แบบนี้ต้องเป็นอภิมหาเศรษฐีถึงจะทำได้ มันน่าจะไม่มีใครที่ได้มาสนับสนุน อย่างประชาไทก็อยู่ได้ด้วยเงินสนับสนุนที่ไม่ใช่จากภาครัฐนะหลายล้านบาท

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ช่วยแสดงความคิดเห็นเห็นว่าThe Reading Room จะมีแนวทางใดในการหารายได้เพื่อพัฒนาห้องสมุดแห่งนี้ให้เติบโตตามที่ฝันไว้ ?

A: อย่างที่บอกไปตอนแรกจุดเด่นของ The Reading Room คือการเป็นห้องสมุดฟรี มันก็ดีมากแล้ว การที่จะเพิ่มรายได้อย่างTCDC เราว่ามันดีมากเลยนะแต่ติดตรงที่มันแพง ทางแรกอาจต้องหาองค์กรNGO องค์กรต่างชาติมาสนับสนุน อย่างที่สองรายได้มาจากผู้มาจัดกิจกรรม อย่างบางกิจกรรมที่เขามาขอใช้สถานที่ ตามความเข้าใจของเราในตอนนั้นมันไม่ได้มี rateหรือมีเรากี่ไม่ทราบ คงต้องมี rateการใช้พื้นที่ขึ้นมาบ้างในมันcover ค่าแอร์ค่าไฟบ้าง ส่วนถ้าจะเก็บกับผู้ใช้บริการเราไม่เห็นด้วยนะ เก็บสลิมนอีกอย่างที่อาจเป็นทางออกคือให้พี่เกี่ยวหาสามีรวย (หัวเราะ)

การสัมภาษณ์ที่ 14: พิทยา สร้อยหลง (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ห้องสมุด The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: รู้จักThe Reading Room ตั้งแต่อยู่ที่เก่าตรงเจริญกรุง พอมาอยู่ตรงสีลมก็ตื่นกว้างขึ้น มีหนังสือเยอะแต่แทบไม่ได้อ่านเลย (หัวเราะ) ที่เข้ามาเพราะมีกิจกรรมที่จัด เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ พอจบแล้วก็มีพูดคุยต่อ ก็ทำให้ได้ที่ไม่เฉพาะความรู้แต่มันทำให้ได้เห็นมุมมองหลายอย่าง

Q: ช่วยแชร์ประสบการณ์จากการที่ได้ใช้บริการห้องสมุดอื่นๆ หรือมุมมองที่ดีต่อห้องสมุด เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: ไม่เคยไปใช้ห้องสมุดที่อื่นเลยนะ (หัวเราะ) แต่กับThe Reading Room มันเป็นพื้นที่ให้ คนได้มาแลกเปลี่ยนในประเด็นที่มันยึดโยงกับสังคม หลายๆกิจกรรมเกี่ยวข้องกับบริบทของสังคม ในช่วงนั้น บางครั้งก็เกี่ยวข้องกับวรรณกรรม เช่น Book clubที่เกี่ยวข้องกับผู้อ่านหนังสือจริงๆ ในฐานะที่ตัวเองไม่ได้มาสายนี้ตั้งแต่ต้นเราเป็นวิศวกรโปรแกรมเมอร์ ทำให้ได้เปิดมุมมอง

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคต ?

A: อยากให้เป็นพื้นที่จัดกิจกรรมอย่างนี้แหละ มันก็ดีอยู่แล้ว ในใจอยากให้มีคนมากกว่านี้ เราอยากได้มุมมองในประเด็นที่หลากหลายยิ่งขึ้น อาจต้องข้ามสายเพื่อให้มันไปได้ไกลมากขึ้น

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: ในฐานะที่คุณเป็นผู้ให้บริการ อยากให้ The Reading Room ควรดำเนินการอย่างไรบ้าง เพื่อให้ห้องสมุดแห่งนี้เหมือนที่คุณปรารถนา ?

A: อย่างถ้าจัดแต่กิจกรรมแนวเดิมๆคนที่มาก็หน้าซ้ำๆแต่พอจัดแบบแนวอื่นก็จะเห็นคนหน้าใหม่ๆแปลกๆมาร่วมกิจกรรมมากขึ้น ซึ่งถ้าสามารถดึงคนเหล่านี้ไว้ได้ในครั้งต่อไปก็จะดีมาก

สำหรับกิจกรรมมันก็มีถี่มากอยู่แล้ว หนังสือก็มีเยอะแล้ว อาจต้องหาวิธี cross เรื่องให้กว้างกว่านี้หรือหาหนังสือที่คนสนใจเพิ่มเติม

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ช่วยแสดงความคิดเห็นว่าThe Reading Room จะมีแนวทางใดในการหารายได้เพื่อพัฒนาห้องสมุดแห่งนี้ให้เติบโตตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: สำหรับคนที่มาร่วมกิจกรรมถ้ามีเครื่องดื่มบริการก็ดี สำหรับคนที่มาใช้บริการธรรมดา มาอ่านหนังสือ พักผ่อนเป็นต้นมีอาหารบริการด้วยก็ดี

การสัมภาษณ์ที่ 15: มิ่ง ปัญหา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ห้องสมุด The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: รู้จัก The Reading Room ประมาณ 2 ปีที่แล้ว ที่ชอบที่นี่คือมีหนังสือที่หายากที่ที่อื่นไม่มี แล้วก็บรรยากาศการนั่งอ่านนั่งพูดคุย มันค่อนข้างสะดวกสบาย ไม่ใช่แค่เอื้อให้อ่านอย่างเดียวแต่มันยังมีพื้นที่ที่ให้มีการพูดคุยกับสิ่งที่อ่านด้วย มีโต๊ะตัวเล็กๆให้ไปนั่งอ่านด้วยกันไปคุยกัน

Q: ช่วยแชร์ประสบการณ์จากการที่ได้ใช้บริการห้องสมุดอื่นๆ หรือมุมมองที่ดีต่อห้องสมุดเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: จริงๆทุกที่มันก็มีโต๊ะอะไรแบบนี้แหละ อย่างห้องสมุดที่ธรรมศาสตร์หรือที่รังสิต ห้องสมุดเหล่านี้มีพื้นที่กว้างมากแต่เขาใช้พื้นที่ในการบรรจุหนังสือน้อยมาก เขาคงจะเน้นให้เด็กอ่านหนังสือ สอบ พอหนังสือมันน้อยเราก็ต้องไปหาที่ทำพระจันทร์แทนซึ่งมันก็ค่อนข้างลำบาก ถ้ามองถึงการจัดการ เขาก็จัดการดีนะครับเพียงแต่มันให้พื้นที่กับคนนั่งอ่านมากไปหน่อย พอเทียบกับ The Reading Room ก็มีคนละแบบคนละจุดประสงค์ เล็กๆ อบอุ่น สบายๆ อาจจะมีข้อเสียดตรงที่บรรจุหนังสือได้ไม่มากเท่า

ขอแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ว่าถึงแม้ว่าเราจะมี digital archive มี internet data ที่มันไม่ได้อยู่ในรูปเล่มแล้วก็ตามแต่ว่ามันก็ยังหนังสือเก่าๆ สิ่งพิมพ์ที่มันผลิตมาแล้ว ก็ยังรู้สึกว่าเขาก็ยังไม่เลิกผลิตหนังสือนะเพราะมันก็ยังมีความที่อยากจับกระดาษ อยากอ่านจากตรงนี้ ซึ่งห้องสมุดมันก็ยังคงต้องมีอยู่เพียงแต่จะเป็นในรูปแบบไหนนั่นเอง อาจมี computer มากขึ้นเพื่อจะได้เข้าถึง archive ที่เป็น digital หรือฐานข้อมูลจากที่ต่างๆมากขึ้นนอกจากจะเป็นที่ที่เก็บหนังสืออย่างเดียว

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากให้เห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคต ?

A: สิ่งที่ดีของ The Reading Room คือมันมีกิจกรรมที่ไม่ใช่แต่มาอ่านหรืออ่านหนังสือเฉยๆ แต่มันมีกิจกรรมที่ crossover กันเช่นอย่างในวันนี้ที่มีฉายหนังจากวรรณกรรมแล้วมีการพูดคุยกัน มีฉายหนังสั้น เพราะฉะนั้นนอกจากจะต้องมีการทำ digital archive แล้วมันต้องมีส่วนที่อธิบายว่ามันเป็นหนังสืออะไร กิจกรรมอะไร เพื่อเชิญชวนให้คนมาร่วมมาใช้ ซึ่งมองเห็นว่า The Reading Room น่าจะทำได้แล้วก็กำลังพยายามทำอยู่ตอนนี้ ซึ่งก็คาดหวังให้ห้องสมุดที่อื่นๆทำแบบนี้ด้วย

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: ในฐานะที่คุณเป็นผู้ให้บริการ อยากให้ The Reading Room ควรดำเนินการอย่างไรบ้าง เพื่อให้ห้องสมุดแห่งนี้เป็นเหมือนที่คุณปรารถนา ?

A: ต้องมีการทำ PR จากเพจของ The Reading Room เคยมีชาร์ตห้องสมุดที่น่าสนใจใน

กทม.10แห่ง ซึ่งมีชื่อของThe Reading Roomอยู่แต่ปรากฏว่ารูปที่ใช้มันไม่ใช่แสดงว่าคนยังรู้จักแต่ชื่อแต่ยังไม่เข้าใจว่าThe Reading Roomคืออะไร ที่นี่เป็นห้องสมุดที่มีการPRมากกว่าห้องสมุดอื่นๆ อีกนะแต่ก็ไม่ว่าเกิดอะไรขึ้นเหมือนกัน มันอาจจะเกิดจากการที่คนไม่สนใจห้องสมุดแล้ว ต่อให้ห้องสมุดมีการทำบ๊ายบ๊าย เอาดารามาถอดเสื้อผ้าก็คงไม่มีคนสนใจอยู่ดี จะโทษเรื่องPRอย่างเดียวคงไม่ได้ สำนักของคนก็มีส่วน ด้วยสมัยนี้มันทำให้คนไม่มีเวลาอยู่กับtext อยู่กับหนังสือ

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ช่วยแสดงความคิดเห็นว่าThe Reading Room จะมีแนวทางใดในการหารายได้เพื่อพัฒนาห้องสมุดแห่งนี้ให้เติบโตตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: เท่าที่ไปที่อื่นๆ ห้องสมุดมันจะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรอยู่แล้วทำให้ไม่มีปัญหาทางด้านนี้ หรือคือการมีรายได้จากส่วนอื่นมาเลี้ยงห้องสมุดไว้ ในกรณี The Reading Roomเป็นห้องสมุดเอกชน ก็รู้สึกว่าการจัดกิจกรรมเยอะมาก เราอาจจะต้องเก็บค่าเข้าใหม่ หรือขายของ ขายขนม ขายน้ำ มันก็พอได้อยู่ ถ้าวันหนึ่งเราต้องอยู่ให้ได้จริงๆต้องเก็บเงินในบางกรณีใหม่เช่น มีกิจกรรมที่มีคนสำคัญมา อาจจะเก็บไม่ต้องแพงมากเพื่อให้เราอยู่ได้ด้วยก็ควรจะมี

The Reading Roomมีคุณค่าในการที่เป็นพื้นที่ให้คนได้มาถกเถียงกัน แสดงความคิดเห็นซึ่งเรื่องนี้มันสำคัญมากๆ มันไม่เหมือนห้องสมุดที่อื่นๆ การที่จัดกิจกรรมมันทำให้คนได้เข้ามาจับtext ร่วมกันชุดหนึ่งแล้วมาแสดงความคิดเห็นกัน เป็นจุดที่ค่อนข้างน่าสนใจมาก ต้องขอบคุณคุณเกี่ยวกับที่ได้จัดกิจกรรมที่น่าสนใจ มีทั้งฉายหนัง เสวนา ต่างๆไม่ได้เป็นแค่ที่เก็บหนังสืออย่างเดียว ไม่ใช่แค่อ่านแล้วกลับบ้านคือการอ่านแล้วคุยกัน เป็นการขยายชุมชนนักอ่าน constructความคิดใหม่ๆ ที่น่าเศร้าก็คือคนอ่านก็เป็นคนเดิม คนไม่อ่านก็คือไม่อ่านซึ่งก็ทำอย่างไรจริงๆ อาจจะต้องปรับกิจกรรมให้มันเป็นแบบpublicใหม่ ซึ่งต่อให้ทำดีแค่ไหนคนไม่มาไม่สนใจมันก็ไม่มาอยู่ดี ต้องทำใจ ชื่นชมว่าThe Reading Roomจะทำได้และทำมาโดยตลอด

การสัมภาษณ์ที่ 16: วิไล ตระกูลสิน (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ห้องสมุด The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: พี่รู้จักThe Reading Roomได้ไม่นาน พี่มาครั้งแรกตอนกลุ่ม Amnestyจัดงาน ที่นี้บรรยากาศเป็นกันเองมากเมื่อเทียบกับที่อื่น ไร้รูปแบบ คนที่มาก็เป็นกันเอง ซึ่งแบบนี้พี่ยังไม่เคยเจอที่อื่น

Q: ช่วยแชร์ประสบการณ์จากการที่ได้ใช้บริการห้องสมุดอื่นๆ หรือมุมมองที่ดีต่อห้องสมุด เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: จริงๆพี่ไปห้องสมุดไม่มากนักะ ที่อื่นเขาก็ไปนั่งกันเงียบๆ ซึ่งที่นี้มันพิสูจน์ว่าความใหญ่โตของสถานที่มันไม่มีผล มันพิสูจน์ว่ามันอยู่ที่การทำกิจกรรม อยู่ที่ผู้บริหาร เขาไม่ได้ทำมันเป็นงานแต่เขาทำมันเป็นวิถีชีวิต แล้วที่อื่นเราจะไม่เห็นว่ามีผู้บริหารเข้ามาทักทาย พูดคุย ต้อนรับ ทุกครั้งแบบที่นี้ พี่เห็นเขามีความสุขมากที่ได้ทำ

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคต ?

A: สำหรับพี่ที่นี้มันเกินความคาดหมายของพี่อยู่แล้ว พี่เลยอยากให้มันกระจายไปที่อื่น แต่ถ้าเป็นจริงพี่ก็ไม่แน่ใจว่าจะหาคนไปบริหารให้ได้แบบนี้หรือป่าว เท่าที่เห็นมันมีที่นี้กับBook Republicที่เชียงใหม่ที่คึกคักนะ สังเกตว่าทั้งสองแห่งเมื่อมีการจัดกิจกรรมเสร็จจะมีการโพสต์ทันที ซึ่งเป็นสิ่งที่คนต้องการที่จะได้เห็นบรรยากาศ

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: ในฐานะที่คุณเป็นผู้ให้บริการ อยากให้ The Reading Room ควรดำเนินการอย่างไรบ้างเพื่อให้ห้องสมุดแห่งนี้เป็นเหมือนที่คุณปรารถนา ?

A: ด้วยความที่มันเกินความคาดหมายสำหรับพี่ พี่ว่าไม่ต้องเพื่อหรือทำอะไรแล้วละ เดี่ยวเหนื่อยตายเลย (หัวเราะ)

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ช่วยแสดงความคิดเห็นว่าThe Reading Room จะมีแนวทางใดในการหารายได้เพื่อพัฒนาห้องสมุดแห่งนี้ให้ขึ้นไปตามที่ฝันไว้ ?

A: มีว่าถ้าจะมีค่าสมาชิกก็ได้แต่พี่เชื่อว่ารายได้มันไม่พอเลี้ยงห้องสมุด ห้องสมุดทุกที่เลยนะเพราะห้องสมุดมันเป็นบริการสาธารณะ จำเป็นต้องมี fundingจำนวนมากทุกห้องสมุด แต่แนวคิดที่ว่าจะให้ห้องสมุดเลี้ยงตัวมันเองได้พี่ยังคิดไม่ออกนะ

การสัมภาษณ์ที่ 17: ณิชนนท์ ตัญจนาวินท์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ห้องสมุด The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: รู้จักThe Reading Roomมาประมาณปีถึงสองปี เป็นที่ที่ไว้เจอเพื่อนคือปกติมาก็จะเจอคนรู้จักคนสองคน มี talkบางประเด็นที่น่าสนใจให้มาฟัง เดียวนี้ที่จะใช้จัดtalk มันไม่ค่อยมี

Q: ช่วยแชร์ประสบการณ์จากการที่ได้ใช้บริการห้องสมุดอื่นๆ หรือมุมมองที่ดีต่อห้องสมุดเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: อย่างห้องสมุดธรรมศาสตร์มันก็ไม่ใช้ที่ที่จะใช้เสียงได้และก็เป็นพื้นที่ของการอ่าน แต่ที่นี้

มันไม่ได้เป็นห้องสมุดในรูปแบบอย่างนั้น อย่าง TCDC ก็อีกรูปแบบหนึ่ง แต่อย่างนี้นี้สามารถเป็นพื้นที่กินเหล้า (หัวเราะ) การที่มาที่นี้ก็มาเจอพีก็เลยเป็นความสัมพันธ์ส่วนตัว คุณนั่นนั่นนี่มีกิจกรรมที่ห้องสมุดอื่นไม่มี

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคต ?

A: อันนี้ขึ้นอยู่กับพีก็เลยเลยคะ (หัวเราะ) ก็อยากให้มันอยู่ได้ มีรายรับเข้ามา พีก็เลยไม่ต้องลำบาก มันก็ private นิดนึงเราก็อยากให้มันอยู่ได้

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: ในฐานะที่คุณเป็นผู้ให้บริการ อยากให้ The Reading Room ควรดำเนินการอย่างไรบ้าง เพื่อให้ห้องสมุดแห่งนี้เป็นเหมือนที่คุณปรารถนา ?

A: ทำไงก็ได้ให้อยู่รอดคะ (หัวเราะ)

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ช่วยแสดงความคิดเห็นว่า The Reading Room จะมีแนวทางใดในการหารายได้เพื่อพัฒนาห้องสมุดแห่งนี้ให้ขึ้นไปตามที่ฝันไว้ ?

A: พีก็เลยต้องหาเงินมาsupportที่นี่ (หัวเราะ) ถ้ามีกลุ่มทุนไหนสนใจมาsupport ก็ดีคะ ซึ่งการเก็บค่าสมาชิกอะไรก็ตามมันไม่ใช่วัตถุประสงค์ที่พีก็เลยต้องการ คือถ้าอยากช่วยก็ซื้อน้ำซื้ออะไรก็จ่ายเงินไป หรือมีน้ำ อาหารให้บริการตนเองก็โอเคคะ

การสัมภาษณ์ที่ 18: แบล็ค งามอรุณโชติ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ห้องสมุด The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: รู้จัก The Reading Room มานานแล้วครับ มันเป็นที่ที่จัดสรรมาดี ๆ ส่วนใหญ่ก็มาฟังงานสัมมนา ในแง่ของหนังสือผมไม่ได้ใช้บริการห้องสมุดที่นี้เท่าไร ก็เปิดๆอยู่บ้างปรากฏว่าเจอหนังสือที่น่าสนใจอย่าง The Exploring of North Korea Art เป็นต้น ดูสนุกดี

Q: ช่วยแชร์ประสบการณ์จากการที่ได้ใช้บริการห้องสมุดอื่นๆ หรือมุมมองที่ดีต่อห้องสมุดเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: ที่นั่นมันมีชีวิตดี ไม่มีกฎระเบียบมาบังคับเรามากมาย เราจะเอาอาหาร เครื่องดื่มมาทานระหว่างฟังสัมมนาก็ได้ มาแต่ละครั้งก็มีการเปลี่ยนแปลง rotate ตลอดเวลา มีกิจกรรมที่ก็ทำแบบให้ความรู้ด้วย สนุกด้วยอย่างกิจกรรม Blind Date กับหนังสือช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ก็เป็น idea ที่ส่งเสริมการอ่านไปในตัว สนุกและใช้ space ได้ดี

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคต ?

A: ไม่มี idea อะไรเป็นพิเศษนะครับไม่เคยคิดจริงจังกับมันมาก่อน แต่เท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันก็ค่อนข้างชอบอยู่แล้ว

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: ในฐานะที่คุณเป็นผู้ให้บริการ อยากให้ The Reading Room ควรดำเนินการอย่างไรบ้างเพื่อให้ห้องสมุดแห่งนี้เป็นเหมือนที่คุณปรารถนา ?

A: นึกไม่ออกเลยครับ (หัวเราะ)

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ช่วยแสดงความคิดเห็นว่าThe Reading Room จะมีแนวทางใดในการหารายได้เพื่อพัฒนาห้องสมุดแห่งนี้ให้ขึ้นไปตามที่ฝันไว้ ?

A: พวกค่าบริการไม่มีจะดีกว่า มันจะทำให้คนเข้าถึงหนังสือดีๆแบบนี้ได้มากกว่า ถ้ามีกาแฟสด หรือ optionของเครื่องดื่มให้มากขึ้นก็น่าจะดีนะครับ เพราะมันสามารถเป็น complementary กับหนังสือได้ดีนะครับ กาแฟอร่อยๆก็น่าจะไปกันได้กับหนังสือ

ในเรื่องกิจกรรมมันก็มีการอัปเดตFB หรือ YouTubeอยู่เรื่อยๆทำให้เกิดการreproduceตัวเองไปได้หลายครั้ง คนที่ไม่ได้เข้ามาก็ได้ตามเข้าไปดู contentดีๆแล้วก็รู้จักห้องสมุดไปด้วย ทำที่เป็นอยู่ก็ค่อนข้างประทับใจแต่ถ้าจะทำอะไรมากไปกว่านั้นยังนึกไม่ออกนะครับ

การสัมภาษณ์ที่ 19: สุพิชชา โมนะตระกูล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2557)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ห้องสมุด The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: รู้จักตั้งแต่เริ่มตั้งใหม่ๆแต่จำไม่ได้ว่านานแค่ไหน โดยปกติงานที่ทำประจำมันไม่ได้เกี่ยวข้องกับอะไรทางด้านนี้เลยนะ แต่ว่าสิ่งที่ The Reading Roomมีความน่าสนใจ มาแล้วเกิดinspiration ได้เหมือนเติมไฟ อย่างที่ธรรมชาติเวลาที่มีกิจกรรมมันเป็นวันทำงานเราไปไม่ได้ ซึ่งที่นี้จัดช่วงวันเสาร์-อาทิตย์อย่างสม่ำเสมอ รู้สึกดี

Q: ช่วยแชร์ประสบการณ์จากการที่ได้ใช้บริการห้องสมุดอื่นๆ หรือมุมมองที่ดีต่อห้องสมุดเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: นึกไม่ออกนะ เคยใช้แต่ตอนอยู่มหาวิทยาลัย ซึ่งpublic space ที่เป็นแบบนี้ยังนึกไม่ออกที่นี้มีคุณค่าในสถานะที่เป็นspace ถ้ามันใกล้บ้านกว่านี้จะดีมาก พอมันไกลเลยมาได้เฉพาะเวลามีกิจกรรมที่สนใจจริงๆ

การสัมภาษณ์แบบDream

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดแห่งนี้ในอนาคต ?

A: อยากให้เป็นแบบนี้แหละ อยากให้ปรับเวลามีนงานที่ต้องฉายหนังเวลาคนเยอะมันจะมีที่นั่งที่มองไม่เห็น มีเสาคัน หรือเวลาให้คนอภิปรายเสียงมันเบา อาจจะทำให้มีไมโครโฟนลอย แต่คนอาจจะไม่รู้สึกรบกวนเท่าไรนะ เลยไม่รู้ว่าจะดีหรือป่าว

การสัมภาษณ์แบบDesign

Q: ในฐานะที่คุณเป็นผู้ให้บริการ อยากให้ The Reading Room ควรดำเนินการอย่างไรบ้าง เพื่อให้ห้องสมุดแห่งนี้เป็นเหมือนที่คุณปรารถนา ?

A: ก็รู้สึกโอเคแล้วนะ

การสัมภาษณ์แบบDestiny

Q: ช่วยแสดงความคิดเห็นว่าThe Reading Room จะมีแนวทางใดในการหารายได้เพื่อพัฒนาห้องสมุดแห่งนี้ให้เติบโตตามที่ตั้งใจไว้ ?

A: ก็ถ้ามีอะไรที่สนับสนุนได้ก็อยากช่วย อยากให้มี space แบบนี้อยู่ เรื่องอื่นๆก็ไม่ต้องทำอะไรแหละ กิจกรรมก็ทำพอแล้ว ไม่มีขอเสนออะไร

3. การสัมภาษณ์เจ้าของกิจการอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับห้องสมุดThe Reading Roomประเภทเจ้าของกิจการในพื้นที่ใกล้เคียงกับโครงการ จำนวน 6คน ดังนี้

การสัมภาษณ์ที่ 20: สุริชยา หัพพานนท์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557)
(เจ้าของสตูดิโอโยคะและแกลเลอรี “Soul Space” น้องสาวเจ้าของโครงการ Westlane และดูแลโครงการ)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ในฐานะเพื่อนบ้านของห้องสมุดThe Reading Roomเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: จริงๆที่ไม่เคยใช้บริการ (หัวเราะ) แต่รู้จักเพราะอยู่ข้างบนสตูดิโอโยคะตัวเอง เหมือนเกี้ยวทำกิจกรรมค่อยข้างเยอะ เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ มีดูหนัง มีเสวนา เห็นคนผ่านไปผ่านมา ก็รู้สึกดีนะ เป็นflow ที่ดีที่มีคนมารู้จักโครงการเรามากขึ้นและได้ connect กับคนที่มาใช้บริการห้องสมุด พี่ก็ได้ลูกค้าจากThe Reading Roomด้วย ขอยกตัวอย่างนะ มีฝรั่งมาห้องสมุดแล้วเขาลงมาขอสมัครเป็นครูโยคะกับพี่ เกี้ยวพาคนมาเยอะมากพี่ก็ได้นักเรียนจากตรงนั้นเยอะเหมือนกัน คนก็รู้จักโยคะมากขึ้น เพราะยังไงคนก็ต้องผ่านชั้น3 พี่ก็รู้สึกดีนะที่เห็นโครงการมันมีความเคลื่อนไหวและประสบความสำเร็จ

Q: สิ่งใดที่ทำให้ The Reading Room หรือกิจการของตนเอง มีคุณค่า /มีความหมายต่อพื้นที่แห่งนี้ ?

A: พี่ไม่เคยเห็นคนที่ทำแบบนี้ แม้มันจะเป็นพื้นที่เล็กๆแต่มันมีค่านะ พี่คิดว่าThe Reading Room เป็นพื้นที่ที่ให้แก่นคน give valueกับคนมากพอสมควร แล้วยิ่งมันเป็นNon-profit ถ้ามั่นใจไหมมันก็ดีนะ แต่ในอีกแง่หนึ่งมันก็อาจติดขัดในบางเรื่องนะ พี่เห็นflowของนักศึกษาหรือคนที่ได้ไปใช้บริการ ได้อ่าน ได้ความรู้ต่างๆกลับไป พี่ว่ามันดีมากเลยนะ คุณค่าการให้มันอาจจะมากกว่าพื้นที่

การสัมภาษณ์แบบDream:

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดหรือพื้นที่แห่งนี้ในอนาคต ?

A: เรื่องcommunity กับของพื้นที่น่าจะชัดเจนเพราะพี่ได้ลูกค้า ได้ครูจากคนที่มาห้องสมุด แต่กับเจ้าอื่นๆพี่ไม่แน่ใจ พี่ยอมรับว่าพี่คิดไม่ออกกับdream เพราะพี่คิดว่าThe Reading Room ได้ทำทุกสิ่งอย่างอยู่แล้ว ถ้าจะมีมากขึ้นก็น่าจะlinkกับสายศิลปะหลายๆแขนง ถ้าให้คิดตอนนี้มีคิดถึงการเอื้อกัน3แขนง อันแรกคือ ศิลปะ กายภาพ และจิตใจ (Body mind & soul) แล้วก็โรงเรียนดนตรี ข้างล่าง พี่คิดว่า3อันนี้น่าจะเชื่อมอะไรกันได้ แต่ในเรื่องรายละเอียดเล็กๆยอมรับว่าคิดไม่ออก (หัวเราะ) เพราะทั้งหมดมันคือศิลปะนะ

การสัมภาษณ์แบบDesign:

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: ต้องหาทางlink กันระหว่าง ห้องสมุดศิลปะ สตูดิโอโยคะ และโรงเรียนดนตรี หรือร้านอาหารข้างล่าง

การสัมภาษณ์แบบDestiny:

Q: หากจะมีสิ่งดีๆที่เกิดขึ้นแก่ห้องสมุดแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร /มีวิธีการ / แนวทาง / กระบวนการ /กิจกรรม /เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง2อย่าง อย่างไร ?

A: พี่ยังคิดไม่ออกนะ พี่เป็นคนตอบคำถามอะไรแบบนี้ไม่ค่อยได้ แต่พอได้ถูกถามได้คุยกัน พี่โอเคกับidea เรื่องการร่วมมือกันนะ เอาเป็นว่าก็ยินดีที่จะร่วมมือ ช่วยเหลือ มีอะไรก็บอก

การสัมภาษณ์ที่ 21: ภทราวดี หาญบุรพงษ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557)
(เจ้าของร้านอาหาร “Medee@Silom”)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ในฐานะเพื่อนบ้านของห้องสมุดThe Reading Roomเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: พี่ไม่เคยขึ้นไปThe Reading Roomเลยนะ รู้แค่ว่ามีห้องสมุดอยู่ อย่างคนในพื้นที่ชอยนี้พี่

ก็คิดว่าคนยังไม่รู้จัก The Reading Room แต่จะมีลูกค้าเดินมาถามพืว่าห้องสมุดอยู่ตรงไหน ไม่แน่ใจว่าเป็นเพราะเหตุใดที่ยังไม่สามารถสื่อสารกับคนในซอยนี้ได้เท่าไร แม้กระทั่งเด็ก ๆ ที่อยู่กรุงเทพฯ คริสเตียนเขายังไม่รู้ว่ The Reading Room คืออะไรและให้อะไรแก่เขาได้บ้าง คนใกล้ตัวยังไม่รู้เลย (หัวเราะ) กลับกลายเป็นว่าคนที่รู้จักจะเป็นคนจากสังคมข้างนอก

Q: สิ่งใดที่ทำให้ The Reading Room หรือกิจการของตนเอง มีคุณค่า / มีความหมายต่อพื้นที่แห่งนี้ ?

A: เนื่องจากพี่ไม่เคยไป เลยยังตอบข้อนี้ไม่ได้นะ (หัวเราะ) แต่ถ้าให้มองในมุมพี่ทุกกิจการให้ตึกนี้หรือพื้นที่แถวนี้ที่ยังอยู่ได้คือช่วยทำให้ภาพลักษณ์ในโซนนี้ดูดี

การสัมภาษณ์แบบDream:

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดหรือพื้นที่แห่งนี้ในอนาคต ?

A: พี่มองว่าพื้นที่ตรงนี้น่าจะเป็นกลุ่มก้อนที่สร้างชื่อของมันได้ ด้วยจริงๆ แล้วสภาพมันดูสวยมัน มันดูเป็นart มันดูเป็นอะไร แต่ตอนนี้มันเหมือนต่างคนต่างอยู่ มันเลยทำให้ไม่แข็งแรงพอที่จะทำให้พื้นที่ตรงนี้มีชื่อเสียง อย่างสีลมแกลลอเรียก็ตายเหมือนกัน อยากเห็นความร่วมมือของแต่ละร้านไม่ต้องทำใหญ่ขนาดสีลมทั้งหมดเอาแค่พื้นที่ตรงนี้ได้ก็เยี่ยมแล้ว เพื่อให้พื้นที่ตรงนี้น่าแข็งแรงและทุกคนอยู่รอดได้

การสัมภาษณ์แบบDesign:

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: เราคงต้องช่วยเหลือกัน ช่วยกันpromote ช่วยกันทำให้สีลมจุดนี้เป็น talk of the town ขึ้นมาได้

การสัมภาษณ์แบบDestiny:

Q: หากจะมีสิ่งดีๆ ที่เกิดขึ้นแก่ห้องสมุดแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร / มีวิธีการ / แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรม / เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง2อย่าง อย่างไร ?

A: พี่ยินดีนะ ถ้าจะมีการร่วมมือกันระหว่างกิจการ อาจเติมสิ่งที่ขาด เช่น ที่ห้องสมุดมีงานจะให้จัดอาหารให้ หรือไปสั่งอาหารไปทาน

อย่างตอนแรกที่เลือกที่ตรงนี้เพราะที่มันสวย เจ้าของโครงการก็นิสัยดี แต่ทุกคนบอกพืว่าที่ตรงนี้น่าไม่ดีนะ กิจการอื่นมาก็อยู่ไม่ได้ หรืออย่างร้านเพื่อบ้านร้านอาหารเวียดนามก็พับเสื่อกลับไป อาจเป็นที่เรามองกลุ่มเป้าหมายผิด มองการใช้ชีวิตของคนแถวนี้ผิด เรามองว่าแถวนี้ไม่น่าจะต่างจากทองหล่อ เป็นคนทำงาน มี life style เหมือนกัน ทองหล่อร้านอย่างยั้งนี้ได้อยู่กันได้เลย อาจเพราะแถวนี้ มีพวกบ้านและคนมีกำลังซื้ออยู่ด้วยนอกจากสำนักงานเหมือนแถวนี้

ทำไมคนต้องกลัวสีลม กลัวรถติด มาลำบากมาก พอถามคนที่อยู่สำตามนังงาน เขาบอกว่า

เขาอยู่ตรงนี้ทั้งวันพอเลิกงานก็อยากจะออกจากตรงนี้ไปให้ได้ ไปที่อื่น แสดงว่าที่นี่ไม่ใช่ the third place สำหรับเขา ร้านเราหรือร้านพีโก้ (โก้ Mr.Saxman) ก็ไม่ได้ต่างจากทองหล่อทำไมยังต้องไปทองหล่อ ทำไมไม่สนุกสนานกันอยู่แถวนี้ ไกลๆ ก็ไม่รู้จะทำยังไงให้คนแถวนี้รู้สึกว่าการเลิกงานแล้วก็เที่ยวกันอยู่แถวนี้ สบายๆกับสีส้ม สีส้มก็เป็นcommunityที่ไม่ต่างจากทองหล่อ ซึ่งตอนนี้ก็ดีขึ้นนะ มีเพื่อนบ้านที่ย้ายถิ่นหยัดกันอยู่ ขนาดjewelry เขา renovate ใหม่โดยเซ็นทรัลก็ยังร้างอยู่เลย ตอนแรกก็คิดว่า จะกระทบกับพีโก้เพราะข้างล่างเขาทำ fastfood แรกๆคนก็แห่ไป ตอนหลังร้านปิดใกล้จะหมดแล้วเนี่ย พีโก้กับคนแถวนี้ อย่างคนรู้จักก็ยังไม่บอกเลยมาเปิดได้ไง แถวนี้ไม่มีคนเดินนะ แต่นั่นเป็นช่วงก่อน renovate ตึกนะ แม้กระทั่งมี Holiday Inn เปิดแถวนี้บางคนยังไม่รู้จักเลย แสดงว่าเขายังไม่รับรู้ว่ามีมีการเปลี่ยนแปลงไปแล้ว เขายังจำภาพเก่าอยู่และไม่เคยคิดจะเข้ามาดูว่าในซอยนี้มีอะไร ยิ่งพื้นที่ตรงนี้หลัง 3 ทุ่มนี้เงียบเลย ไม่มีคนเลย

สำหรับร้านพีโก้เองตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา คือเราสร้างลูกค้าประจำ เราใช้ feeling แบบเพื่อนมาบ้าน เพราะฉะนั้นจะเห็นว่าพวกพีโก้ทำกันเอง มีการคุยทักทาย เหมือนเพื่อนมาบ้าน รู้ว่าเพื่อนอยากทานอะไร แต่มันก็เหนียวเหมือนกันนะ ที่เพื่อนมาบ้านเยอะ (หัวเราะ) ซึ่งที่ว่าการกิจการอื่นต้องใช้ตัวนี้เป็นตัวขายเลย ร้านพีโก้หรือร้านพีโก้ใช้ตัวนี้เป็นตัวขาย สมัยนี้ก็มีพวก Facebook ค่อยช่วยประชาสัมพันธ์ก็หน่อย ถ้าเป็นสมัยก่อนก็คงตายกันอยู่ตรงนี้

เพียงเคยถามคุณปิม (เจ้าของโครงการ) เลยว่าแทนที่ต่างคนต่างอยู่ ทำไมเราไม่ทำ page รวมของตึกนี้ขึ้นมา สมมติว่าคนที่ไม่ได้มาก like แค่ของพีโก้แต่ลูกค้าก็ยังสามารถเห็น The Reading Room หรือโครงการอื่นได้ เหมือน J-avenue ให้เขารู้ว่าตึกมี function อะไร เขาจะสามารถมา take time ที่นี้ได้ครบวงจร อย่างอาทิตย์นึงให้แต่ละร้านส่งภาพมาลง page ชัก 2 รูปพอ มันก็ทำให้ลูกค้ารู้ความเคลื่อนไหวของทุกร้านหมด มันจะแข็งแรงขึ้น

อย่างการเอาแผ่นพับโบชัวร์มาวางไว้ทุกๆร้าน ใครมาฝากพีโก้ให้วาง หรือร้านคุณโก้ส่งร้านพีโก้ไปทาน ลูกค้าที่ส่งร้านคุณโก้มาทานที่ร้านพีโก้ ยินดี เป็นเพื่อนบ้านกัน และเราจะต้องทำ activity ตลอดเวลาเพื่อให้ไม่เงียบ นี่ถ้าคุณโก้ไม่จัดคอนเสิร์ตนี้เงียบเลย โชคดีที่มีร้านอาหารอินเดียมาเปิดฝั่งตรงข้าม มีลูกค้ามานั่งถึง 5 ทุ่มก็ทำให้มีแสงได้บ้าง

เรื่องอาหารเราเป็นลูกค้าที่แลกเปลี่ยนได้ คนเราไม่จำเป็นต้องกินอาหารแบบเดียวกันทุกวัน วันนี้อยากกินอาหารไทย วันหน้าอยากกินอาหารญี่ปุ่น วันอื่นอยากกินขนม ตึกนี้มันได้หมด

การสัมภาษณ์ที่ 22: เสกพล อุ่นสำราญ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557)
(เจ้าของโรงเรียนดนตรี “Saxocity” และร้านอาหาร “Saxsushi”)

การสัมภาษณ์แบบ Discovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ในฐานะเพื่อนบ้านของห้องสมุด The

Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: พี่ไม่เคยเข้าไปเลย อยากจะเข้าไปหลายทีแหละ มีแต่คนพูดถึง พี่ว่าจะเข้าไปซักวัน แต่รู้ว่ามันเป็นพื้นที่ที่อ่านหนังสือ เท่าที่พี่เคยเห็นนะ เด็กๆที่มากินซูชิร้านพี่จาก The Reading Room เขาจะดูมีจินตนาการ ดูมีความฝัน มี art ก็เลยสงสัยน้องๆ พี่ๆ เหล่านี้เขาอะไรกันนะ

Q: สิ่งใดที่ทำให้ The Reading Room หรือกิจการของตนเอง มีคุณค่า / มีความหมายต่อพื้นที่แห่งนี้ ?

A: พี่ว่าดีมากนะ ถ้าน้องตรึมได้มาวันที่มีคอนเสิร์ต อย่างวันอาทิตย์ต้องต่อโต๊ะออกไปที่ถนนเลย ฝรั่งเศส คนจีน คนญี่ปุ่นหรือคนไทยที่เดินมาแถวเนี่ย ก็สนใจว่าที่นี่มันมีอะไร บางคนไม่เข้ามากินหรอกแต่ขอฟังหน่อยอยู่หน้าประตู พี่ว่ามันเท่าให้มี movement แล้วละ ในซอย 19 เนี่ย แล้วมันก็เท่มากเวลาพี่มองกลับมาจากฝั่งตรงข้ามเห็นร้านอื่นๆ มันดูเป็นเรื่องเดียวกันดีอะครับ มันดูเป็นศิลปะ มันดูเป็น culture ว่านี่คือ spotlight เป็นจุดๆ หนึ่งบนถนนสีลม

การสัมภาษณ์แบบ Dream:

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดหรือพื้นที่แห่งนี้ในอนาคต ?

A: พี่อยากให้ทั้งเมืองกรุงเทพฯ มีความซาบซึ้งกับวัฒนธรรมศิลปะมากกว่านี้ ไม่ว่าจะถนนสีลม (เทียบกับ Orchard Road ที่สิงคโปร์) ที่นั่นมันยังมีรูปปั้น มีดนตรี มันมีอะไรหลายๆอย่างซึ่งสิลมช่วงต้นๆมันยังเป็นบาร์รูดเสออยู่ไง ซึ่งมันก็คลาสสิกของมันนะ ปล่อยให้ แต่แถวๆนี้มันน่าจะทำได้ พี่ยังอยากไปยืนเป่า Sax มันหน้าปากซอยเลย บางทีเป่าหน้าร้านเลย นึกว่ามันหนักหูนะแต่คนเขาชอบกันแหละ บางทีมีเด็กๆมาเป่า มันทำให้เมืองไทยในมุมมองของฝรั่งหรือคนข้างนอกเห็นว่ามันมีดนตรี มันมีศิลปะอยู่ทุกๆถนนเลย

การสัมภาษณ์แบบ Design:

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: พี่ยังไปนั่งกินมั่วๆกับร้านข้างๆเลย พี่ว่ามันเทดีอะ ต่อไปเราอาจจะร่วมมือกันจัด Art street & Music ปิดมันครึ่งถนนเลย แล้วเราก็นั่งวาดภาพกันเป่า sax กันไป เล่น Jazz กัน

การสัมภาษณ์แบบ Destiny:

Q: หากจะมีสิ่งดีๆที่เกิดขึ้นแก่ห้องสมุดแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร / มีวิธีการ / แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรม / เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง 2 อย่าง อย่างไร ?

A: ตั้งแต่พี่มาเช่าที่นี้ พี่ไม่รู้พี่คิดไปเองปะนะ พี่ว่าเจ้าของเขามีความสุขนะ ที่เราได้มาตกแต่งร้านแล้วมันก็ดูสวยดี มีดนตรี สอนดนตรี มีร้านดนตรี พี่อยากให้มันเป็น saxophone museum เลย ด้วยซ้ำ ลูกค้าพี่มีหลากหลาย มีตั้งแต่เด็กแว้นยันคนปลดเกษียร มีทุกเพศทุกวัน มันทำให้เรารู้ว่าดนตรีมันเขาไปอยู่ในทุกคนจริงๆ พี่ว่าทุกร้านมันสามารถรวมกัน ทำให้เกิดสิ่งต่างๆได้ มันมี art หลากๆแขนง

อย่างถ้าจะให้เกี่ยวกับห้องสมุดนะ ก็น่าจะมีหนังสือเกี่ยวกับดนตรีนะ แต่หลายเล่มนี้มันก็ปิดตัวไป เยอะแหละ

การสัมภาษณ์ที่ 23: สุรเชษฐ์ พิสิษฐุพัฒน์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557)
(เจ้าของโรงเรียนดนตรี “Your Clef”)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ในฐานะเพื่อนบ้านของห้องสมุด The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: ก็ขึ้นไปบ่อยๆนะ ไปนอนบ้าง ไปพักบ้าง เวลาเบื่อๆ

Q: สิ่งใดที่ทำให้ The Reading Room หรือกิจการของตนเอง มีความค้ำ / มีความหมายต่อพื้นที่แห่งนี้ ?

A: ผมเพิ่งมาใหม่นะ อาจจะยังตอบข้อนี้ไม่ได้

การสัมภาษณ์แบบDream:

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดหรือพื้นที่แห่งนี้ในอนาคต ?

A: ที่ย้ายมาก็เพื่อประหยัดอย่างเดียวเลยครับ ถ้ามีเงินเหลือก็อยากจะเปิดสาขาใหม่อยู่แล้ว สองปีที่เปิดที่บ้านสีลมผมไม่เหลือเงินซักบาทเลย โดนค่าเช่ากินหมด

การสัมภาษณ์แบบDesign:

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: จริงผมคุยกับพี่เกี่ยวอยู่แล้ว ผมอยากจัดคอนเสิร์ตข้างบน น่าจะโอเค ตอนสิ้นปี ให้เด็กนักเรียนได้ perform ได้มีโอกาสใช้สิ่งที่เขาเรียน อุปกรณ์เราก็มี ก็ขยับขึ้นไป

การสัมภาษณ์แบบDestiny:

Q: หากจะมีสิ่งดีๆที่เกิดขึ้นแก่ห้องสมุดแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร / มีวิธีการ / แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรม / เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง2อย่าง อย่างไร ?

A: คือผมก็เพิ่งย้ายมาจากบ้านสีลมนะ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงชัดเจนเลยคือ ค่าเช่าถูกลง ที่จอดรถลำบากนิดหน่อย เพราะที่เก่าเขามีที่จอดให้สำหรับลูกค้าผู้ปกครองด้วย ก็แก้ไขโดยซื้อคูปองตามตีตต่างเช่ารายเดือนไป

เคยรู้กันว่าห้องสมุด แต่หาไม่เจอ น่าจะทำให้คนเห็นชัดกว่านี้ อย่างนักเรียนผมไม่มีใครรู้เลยว่าข้างบนมีห้องสมุด นักเรียนที่นี้อายุมากที่สุด 70ปีเด็กสุด 3ขวบ

การสัมภาษณ์ที่ 24: พี่น้อย (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557) (เจ้าของร้านอาหาร “Pasta House” และหุ้นส่วนร้านดอกไม้ “มะก๋าดำแดง”)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ในฐานะเพื่อนบ้านของห้องสมุด The Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: พี่รู้จัก The Reading Room ตั้งแต่ย้ายมาอยู่ที่นี้ด้วยกัน เกือบๆ 4 ปีแล้ว แต่พี่ไม่เคยแวะไปเลย แต่พี่รู้จักน้องเจ้าของนะ เท่าที่เห็นคือมีนักศึกษาเข้ามาหาทางขึ้นห้องสมุด มันไม่ค่อยมีจุดเด่นทางมันค่อนข้างแคบ

Q: สิ่งใดที่ทำให้ The Reading Room หรือกิจการของตนเอง มีคุณค่า / มีความหมายต่อพื้นที่แห่งนี้ ?

A: พี่ไม่ได้สนใจเรื่องห้องสมุดเลย สนใจแต่อาหารอย่างเดียว

การสัมภาษณ์แบบDream:

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดหรือพื้นที่แห่งนี้ในอนาคต ?

A: ตอนนี้นั้นก็ครบหมดทุกอย่างแล้วนะ ทั้งการกิน สอนดนตรี โยคะ มีที่ออกกำลังกาย มีห้องสมุด แต่พี่ก็อยากให้มีนครีกครั้นกว่านี้ แถบนี้มันเป็นสำนักงานไง คนทำงานก็รีบกลับบ้านกัน มันไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยว

การสัมภาษณ์แบบDesign:

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: สำหรับร้านพี่ก็มีลดราคา ซื้อสองแถมหนึ่ง แล้วแต่ เปลี่ยนเมนูไปเรื่อย เปลี่ยนทุกเดือน ตอนนี้ขนมก็เยอะแยะไปหมด

การสัมภาษณ์แบบDestiny:

Q: หากจะมีสิ่งดีๆ ที่เกิดขึ้นแก่ห้องสมุดแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร / มีวิธีการ / แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรม / เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง 2 อย่าง อย่างไร ?

A: พี่ยินดีจับมือกันระหว่างร้านนะ อย่างถ้ามีจัดกิจกรรมจะมาให้พี่จัดอาหารให้ก็ได้นะ ก็แล้วแต่ต้นทุน ก็รู้ที่ร้านพี่ไม่แพงอยู่แล้ว พี่ก็ทำเมนูเสนอไปได้

การสัมภาษณ์ที่ 25: กานต์นรี แก้วสุโพธิ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กรกฎาคม 2557) (พนักงานร้าน “Bloomprolab”)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีจากการที่ได้รู้จักหรือใช้บริการ ในฐานะเพื่อนบ้านของห้องสมุด The

Reading Room เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: รู้จัก The Reading Room นะคะแต่ไม่เคยไป เข้าใจว่าเป็นที่อ่านหนังสือเล่นๆซิวๆ มีแต่คนมาถามว่าห้องสมุดอยู่ไหน หาทางขึ้นไม่เจอ บ่อยนะคะ ส่วนมากเป็นเด็กนักศึกษา

Q: สิ่งใดที่ทำให้ The Reading Room หรือกิจการของตนเอง มีคุณค่า / มีความหมายต่อพื้นที่แห่งนี้ ?

A: อย่างร้านเราเวลาลูกค้ามาจะถามว่ามีที่ไหนกินข้าวได้บ้าง ช่างๆบ้านเราก็มีร้านมีดี ร้านกาแฟ ร้านดอกไม้ แต่อย่างห้องสมุดลูกค้าจะไม่ค่อยถามเท่าไร เราก็ไม่ได้มีลูกค้าเยอะขนาดนั้นส่วนมาโทรมาสั่งหรือส่งงานมาทางเมล

การสัมภาษณ์แบบDream:

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับห้องสมุดหรือพื้นที่แห่งนี้ในอนาคต ?

A: ตอนนี้นร้านกำลังจะย้ายออกคะ ไปที่ที่ใหญ่ขึ้น แต่ก็ไม่ได้ไกลจากตรงนี้คะ ตอนนี้อย่างไม่ทราบว่าจะมีใครมาแทนตรงนี้หรือเปล่า

การสัมภาษณ์แบบDesign:

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริงขึ้นได้อย่างไร ?

A: ไม่มีความเห็น

การสัมภาษณ์แบบDestiny:

Q: หากจะมีสิ่งดีๆที่เกิดขึ้นแก่ห้องสมุดแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร / มีวิธีการ / แนวทาง / กระบวนการ / กิจกรรม / เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง2อย่าง อย่างไร ?

A: ไม่มีความเห็น

หมายเหตุ: เนื่องจากกิจการของ “Bloomprolab” กำลังทำการย้ายออกจากตึกด้วยเหตุผลต้องการพื้นที่ที่ใหญ่กว่า ทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ห้บทสัมภาษณ์ได้ แต่จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบถึงการเอื้อกันระหว่างธุรกิจการพิมพ์ที่รับงานทำ Artwork ให้แก่กิจการอื่นๆมาโดยตลอด แสดงให้เห็นถึงการร่วมมือกันระหว่างกิจการต่างๆที่เข้ามาเปิดในโครงการแห่งนี้

4. การสัมภาษณ์เจ้าของกิจการอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับห้องสมุดThe Reading Roomประเภทเจ้าของกิจการห้องสมุด ร้านหนังสืออิสระ และกิจการที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุดThe Reading Room จำนวน3คน ดังนี้

การสัมภาษณ์ที่ 26: วิวัฒน์ เลิศวิวัฒน์วงศา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 สิงหาคม 2557)
(ผู้ช่วยร้านหนังสืออิสระและห้องสมุด "ร้านหนังสือ" และผู้จัดโปรแกรมกิจกรรมกลุ่มFilm Sick)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานที่นี้เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: ตอนแรกมันเป็นร้านกาแฟเพื่อนก่อน ให้เช่าห้อง มีหนังสือขาย มีส่วนที่เป็นห้องสมุดไว้ แลกกันอ่าน มีกาแฟขาย ต่อมาก็ขยายกิจการชวนลูกค้าที่ลูกค้าจกกันมาลงหุ้นด้วย ทั้งหนังสือและหนังสือจะเป็นของหุ้นส่วนหรือลูกค้ามารวมๆกัน มีการจัดกิจกรรมบ้างเป็นบางครั้งได้แก่การเสวนา ฉายหนัง พูดคุยกัน ที่นี้จัดฉายหนังที่หายากแล้วเราก็อยากดู ก็อาจจะคนดูไม่เยอะ เคยจัดแบบเทศกาลฉายหนังแบบมาราathon ตั้งแต่เที่ยงจนถึงค่ำ มันก็สนุกดี เคยมีจัดคอนเสิร์ตหลังร้านเล็กๆ มีคนมาช่วยกันทำ MV กัน แต่ก็หลายปีแล้วละ 6-7ปีละ เป็นประสบการณ์ที่ดี

ตอนนี้ถ้ามีกิจกรรมฉายหนังก็ยังไม่ช่วยอยู่นะ แต่ไม่ได้เข้าไปดูในส่วนของการบริหารร้านแล้ว ถ้าถามว่ารายได้หลักของร้านมาจากไหน จริงๆแล้วมาจากการขายกาแฟเป็นหลักครับ ส่วนหนังสือนี้แทบจะไม่ได้เลย หนังสือให้เช่าตอนนี้ก็ไม่ได้ทำแล้ว ซึ่งโดยมากกลุ่มลูกค้าที่ร้านเป็นชาจร เป็นคนจากที่อื่นมาเที่ยว ส่วนคนที่เช่าประจำพอเป็นเพื่อนเจ้าของร้านนี้รับลำบากแล้วละ เพราะบางทีมาในฐานะเป็นเพื่อนเราไป

เรื่องการเพิ่มของหนังสือหรือหนัง มันเป็นเรื่องอะครับ มันขายไม่ค่อยได้ เราเลยหยุดไปพัก แล้วกลับมาเราเลยลองใช้วิธีขายตรงกับคนที่ต้องการเลย เช่น เราเจอหนังสือที่เราชอบเราก็ติดต่อโดยตรงกับเจ้าของหนังสือเลย ถ้ามันลำบากในการจัดการเราจะซื้อขาด แล้วเราก็เอามาวางขายเอง หรือถ้ามีฝากขายได้ก็จะมีฝากขาย หนังสือพวกนี้จะเป็นหนังสือที่ไม่มีขายในท้องตลาด หนังสือที่เจ้าของพิมพ์เอง ขายเอง ก็จะทำให้หนังสือที่ร้านแตกต่างจากหนังสือที่อื่นในจังหวัด (ภูเก็ต) แต่ว่ามันก็ยังขายได้น้อยเหมือนเดิม แล้วก็หนังก็เป็นหนังที่เป็นของสะสมของแต่ละคน ก็จะมีมาแชร์กันเรื่อยๆ

ข้อดีของการทำร้านคือได้ connection ร้านเราเป็นopen space ก็จะมีคนมาแต่งงาน เข้ามาคุยกัน ก็จะมีส่งนู่นนั่นนี่มาให้

Q: อะไรที่ทำให้งานของคุณในกิจการแห่งนี้มีคุณค่า / มีความหมาย ?

A: เราเป็นพวกมองโลกแง่ร้ายหน่อย จริงๆมันไม่มีอะไรหรอก (หัวเราะ) ข้อดีที่มันจะพอมือคือมันจะเป็น space ที่เป็นตัวแทนของภูมิภาคได้ อย่างคนที่มาจัดงานเป็นภาพรวมของประเทศเขาก็จะเลือกร้านเรา เพราะง่าย สะดวกในการติดต่อ และเป็นตัวแทนของภูมิภาคในการจัดการ อีกข้อคือเราอยากดูอะไรอยากจัดอะไรมันลำบากแต่พอมือ spaceที่เป็นของเราเองจะทำอะไรมันก็ง่าย ทำให้เกิดโอกาสความเป็นไปได้ในการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

Q: คุณรู้จักห้องสมุด The Reading Roomหรือไม่ ถ้ารู้จักคุณมีความรู้สึกที่ดี อย่างไรต่อ The Reading Room ?

A: The Reading Room เป็นฐานที่มั่นของผมเลยในการปฏิบัติงาน ซึ่งแต่ก่อนเนี่ยในกรุงเทพเรามีที่จัดงานที่เดียวคือที่ หอปรดิษฐ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่เดียวทุกวันอาทิตย์ งานมัน

เรื่อยเปื่อย อยากรายอะไรก็หายไป คนดูก็ไม่เยอะ เดินทางก็ลำบาก ที่นี้พอมี The Reading Room มันทำให้เราจัดงานในscaleเล็กๆพอเหมาะได้ สามารถออกแบบกิจกรรมเพิ่มเติมได้ เช่นฉายหนังเสร็จมีเสวนาต่อ The Reading Room เป็นจุดกำเนิดโปรแกรมฉายหนังFilm Virus ที่โฟกัสที่หนังสือไทย เป็นโปรแกรมที่เราคัดเลือกหนังสือของไทยมาฉายโดยเป็นแบบ Official โดยปกติโปรแกรมของFilm Virus จะออกแบบpirate แอบทำแอบฉาย แต่ว่าพอเรามีพื้นที่ของ The Reading Room เราก็ใช้ที่นี่จัดโปรแกรมหนังที่มันกว้างขวางมากขึ้น สะดวก มั่งง่าย คุยง่าย สะดวกในการจัดการ มันก็ทำให้คนเข้าถึงของเหล่านี้ได้มากขึ้น พอจะจัดงานอะไรเราก็จะคิดถึง The Reading Roomก่อน จากประสบการณ์จากที่จัดมาหลายๆปีที่นี่ มันมีคนดูเยอะขึ้น มีคนพูดถึงเยอะขึ้น มันก็ดี

การสัมภาษณ์แบบDream:

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับกิจการแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: สำหรับร้าน "หนังสือ" ในตอนนั้นเราอยากให้ชุมชนมันมีหนังสือดู มีหนังหายากให้ดู เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนของคนในชุมชนในจังหวัด หนังสือหายากจากกรุงเทพเราก็เอามาฉายได้ หนังสือที่มีขายเฉพาะร้านนี้ร้านเดียวเราก็เอามาฉายได้ มีงานเสวนาที่มีคนหลากหลายมาจากทุกวงการ แต่ในทางปฏิบัติมันก็ไม่ได้ตามนี้ทั้งหมด

สำหรับThe Reading Room ผมอยากให้มันอยู่ได้โดยไม่ต้องใช้เงินส่วนตัวนะ ซึ่งวิธีการเราก็ไม่รู้หรือว่าต้องทำยังไง ถ้ามันมี funding ที่มันเยอะหน่อยก็คงทำอะไรได้เยอะขึ้น อย่างตอนทำโปรเจกต์กับThe Reading Room มันต้องช่วยกันทำช่วยกันออกเงิน เราก็รู้สึกว่าจะอยากให้มันสร้างรายได้ได้ประมาณนี้ ตัวมันเองมันก็น่าสนใจอยู่แล้ว จึงอยากเห็นว่า ให้คนทำได้เงิน และอยากให้พื้นที่มันโตกว่านี้ได้ก็ดี

การสัมภาษณ์แบบDesign:

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริง ขึ้นได้อย่างไร ?

A: เราว่าตอนนี้ The Reading Roomมันต้องมีการจัดการระบบ การจัดการ archive เช่น มีห้องสมุดที่สะดวกในการสืบค้นมากขึ้น หรือมีห้องสมุดภาพยนตร์ ให้คนมาใช้งานได้ ตอนนี้มันเป็นลักษณะการจัดการด้วยคนเดียว ซึ่งเรื่องเหล่านี้มันต้องให้ทรัพยากรเยอะ

การสัมภาษณ์แบบDestiny:

Q: หากจะมีสิ่งดีๆที่เกิดขึ้นแก่กิจการแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร /มีวิธีการ /แนวทาง /กระบวนการ /กิจกรรม /เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง2อย่าง ให้ดำเนินกิจการอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ?

A: อย่างที่ได้บอกไปนะ ว่ากลุ่มFilm Virus กับ The Reading Room ก็เป็นเหมือนพันธมิตรกันตั้งแต่ต้น ตั้งแต่เปิดที่แรกตรงถนนเจริญกรุงจนย้ายมาสีลม ส่วนกิจกรรมก็ได้กล่าวไปแล้ว แต่ที่จะ

เสริมคือ เรื่องการทำ archive ทั้งหนังสือและภาพยนตร์ซึ่งจะช่วยต่อยอดให้กิจกรรมของกลุ่มและพื้นที่ตรงนี้ได้

การสัมภาษณ์ที่ 27: วีรณัฐ โรจนประภา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 กรกฎาคม 2557)
(เจ้าของกิจการเพื่อสังคม “คิดใหม่” และ “บ้านอารีย์”)

การสัมภาษณ์แบบDiscovery

Q: *ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานที่นี้เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?*

A: กล่าวถึงจุดเริ่มต้นของโครงการ วิธีคิดของผมมันอาจจะไม่เหมือนวิธีของคนอื่นทั่วไปอยู่แล้ว ผมไม่ได้คิดว่าเราต้องมีเป้าหมาย ไม่ได้คิดว่าอีก 5 ปีข้างหน้าจะต้องทำอะไร เราทำแบบปัจจุบันคือปัจจุบัน เรามีทรัพยากรมีความรู้อะไรในขณะนั้นก็ใช้ไป ทั้งเพื่อนบ้านเพื่อนจริงๆในสังคมมีปัญหาอะไร เราพอทำได้เราก็ทำไป นั่นคือวิธีของผมมาตั้งแต่ต้น เนื่องจากตอนนั้นผมเห็นว่าสังคมไทยมันขาดเรื่องความรู้อยู่เยอะไปเอาความรู้ต่างชาติมาใช้ ซึ่งโดยส่วนตัวเราเห็นว่ามันเป็นความรู้ขยะอะส่วนมาก มาอาศัยเรื่องการวางแผนการการทำ PR การทำmarketing จนออกมาเป็นสารพัดหนังสือคอร์สความรู้ที่ขายๆกันอยู่ ด้วยที่ตั้งแต่เด็กๆที่อ่านหนังสือมาเยอะมากแทบจะทุกเล่มในร้านหนังสือจนเขาพิมพ์ไม่ทัน เราก็จะเห็นว่าอันนี้เหลือเกินในขวดใหม่ทั้งนั้นเลย น่าสนใจ เสียโอกาสแทนคนไทยเราเลยอย่างเปิดและแนะนำความรู้ไทยๆความรู้ตะวันออก คือทางพุทธ ช่วงจังหวะซัก 10 ปีที่แล้วมันยังขาดอยู่ ความสนใจการศึกษาทางพุทธเชิงปัญญามีน้อยมาก ถ้าเข้าไปร้านหนังสือไม่รู้ทันไหมส่วนมากไม่มีหนังสือหมวดธรรมะ ซึ่งเราเห็นถึงปัญหาสังคมตรงนั้นก็เลยลองทำกันดู เราพอมีประสบการณ์ทางด้านสื่ออยู่ พอมีความรู้ทางด้านตะวันออก ก็ลองนำเสนอสู่สังคมดู นั่นคือจุดเริ่มต้น

พี่ไม่เคยสนใจว่าจะได้อะไรกลับมาเลย คือเรารู้สึกว่ามันเป็นหน้าที่ที่ต้องทำ ยกตัวอย่างเช่นเราไปกินก๋วยเตี๋ยวหมูเจ้าหนึ่งอร่อยมาก สิ่งที่ทำต่อไปคืออะไร คือไปบอกเพื่อนต่อใช่ไหม คือมันเป็นความรู้สึกแบบนั้น เทียบกับปัญญาทางพุทธ ปัญญาทางตะวันออกในขณะนี้ ว่าทำไมเราไปโง่งมายอยู่กับทฤษฎี ผมเป็นพวกปฏิเสธทฤษฎี จะ Mark Doe จะ John Lock หรือ Adam Smith อะไรต่างๆนี้ ผมศึกษามาหมดแล้วไม่เชื่อด้วย พวกนี้เป็นทฤษฎีที่ไม่ถูกต้องทั้งหมด มันอาจจะถูกต้องเมื่ออยู่ในยุคนั้นๆ แต่พอมายุคนี้มันเป็นยุคIT เข้าสู่ยุคที่สี่ที่ห้าแล้ว ทฤษฎีมันเปลี่ยนไปแล้ว ทำไมคนไทยยังต้องเสียเวลาไปตามฝรั่งเสียเงินวิจัย แล้วเหลือซากมาขายตามประเทศด้อยพัฒนา มันจึงเป็นเรื่องที่ต้องบอกนะว่าของเรามันเกินเขาไปเยอะแล้วนะ เรามีอากาลีโกนะที่มันไม่ขึ้นอยู่กับกาลเวลานะ ของเขายังต้องคอยเปลี่ยนอยู่เรื่อย

ที่พี่เล่ามาทั้งหมดเหมือนไม่เข้าประเด็นเท่าไร เพื่อให้ได้ริมเห็นว่าเป็นแก่นของ SE แก่นของ SE ไม่ใช่เริ่มต้นที่รูปแบบ ไม่มี format ไม่มี ISO ไม่มีมาตรฐาน green environment เกี่ยวกับความยั่งยืน พวกนี้พี่ถือว่าเป็นเปลือกเป็นกระพี้ แต่แก่นของ SE จริงๆมันต้องเริ่มมาจากจิตใจ ว่าจิตใจคุณ

อยากช่วยเหลือสังคมตรงไหน ส่วนรูปแบบก็แล้วแต่ความเหมาะสมเลย มันต้องไปโยงกับกฎหมาย ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นในแต่ละที่ด้วย ถ้าเริ่มต้นจากใจที่อยากแก้ไขปัญหาสังคมมันจะเป็น SE แต่ถ้าเริ่มต้นที่รูปแบบแล้วมันจะกลายเป็น CSR มันจะกลายเป็นเครื่องมือของธุรกิจ เช่น ถ้าลูกค้าอยู่ไม่ได้เราก็คืออยู่ไม่ได้ จากยุคที่ต้องลงทุนในเกษตรกรรม สู่อุตสาหกรรม ลงทุนด้าน IT จนมาในยุคที่คนตื่นตัวเรื่องสิ่งแวดล้อมก็มาลงทุนด้านนี้กัน ให้ลูกค้าอยู่ได้คุณจะได้เป็นลูกค้าเรานานๆ ซึ่งเป็นวิธีคิดแบบทุนนิยม ไม่ใช่วิธีคิดแบบเศรษฐกิจพอเพียง

พูดเรื่องทำยังไงให้มันอยู่ได้ ทำไมเราต้องคิดว่าจะทำให้ความดีมันต้องมีเงินถึงจะยั่งยืน ซึ่งเป็นวิธีคิดที่เราหลงกลฝรั่งมาตลอด วิธีคิดแบบพุทธคือถ้าเราทำตามปัจจัยมันจะไม่มีสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้น คุณพร้อมคุณก็ทำ ถ้าไม่พร้อมก็ไม่ต้องทำ ในหลวงทรงให้อยู่แล้วเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงว่ามันเป็นภูมิคุ้มกัน เพราะคุณจะเริ่มต้นด้วยความพร้อมมันจะยั่งยืนด้วยตัวของมันเอง ไม่ใช่ทำเล็กลง ถ้าพร้อมใหญ่ก็ทำใหญ่ได้ โดยไม่ต้องพึ่งพาเงินว่าถ้าไม่มีเงินมาสนับสนุน เงินบริจาคแล้วจะล้มแล้วก็มาเครียดกัน มันเลยเกิดผิดฝาผิดตัวกันหมด พวกองค์กรการกุศลต่างๆ มูลนิธิ เลยต้องไปใช้ข้อจำกัด ใช้ใจแรงทางใจของทุนนิยม

สรุปคือ เราต้องเห็นถึงปัญหาที่มีอยู่จริง แล้วต้องเชื่อมั่นในความดีของเรา ว่าถ้าเราทำสิ่งดีๆ มันต้องได้ทำแหละ มันจะต้องมีทางเดินของมันเอง มันจะมีช่องทางขยายไปในแนวของมันเองตามธรรมชาติ

Q: อะไรที่ทำให้งานของคุณในกิจการแห่งนี้มีคุณค่า / มีความหมาย ?

A: พูดถึงพื้นที่รอบชุมชน การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพมันเห็นชัดอยู่แล้ว ส่วนด้านจิตใจ พอพื้นที่นี้มีเราขึ้นมามันทำให้ชุมชนมีที่ยึดเหนี่ยว อย่างแต่ก่อนเปิดใหม่ๆถ้าพระดังคนมาเยอะ พระไม่ดังคนไม่รู้จักคนมาน้อย แต่ตอนนี้ educate คนจนก้าวข้ามตัวพระแหละ ทุกวันพฤษ์สวนครูเนี่ย เป็นพระรูปไหนคนก็จะมากันเป็นประจำ ตรงนี้เป็นความเปลี่ยนแปลงที่น่าชื่นใจ คนแถวนี้พอเสร็จงาน พอว่างก็จะมาช่วยกัน สอนโยคะ ขายน้ำ นำสวดมนต์กัน มันแสดงให้เห็นว่า ยิ่งข้างนอกเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพมากๆของเราเลยกลายเป็นที่ตอบโจทย์ของเขา คนอยากได้ที่ที่มันหายไป ของคนอื่นสร้างตึกเพิ่มพื้นที่ใช้สอย ของเราทุบตึกเพิ่มสวนสีเขียว เรากลับสู่ธรรมชาติ คนต้องการพื้นที่สีเขียว ต้องการอาหารหาเจอ อาหารที่นี้เป็นเจหมดเลยนะ ตัวอย่างคอนโดที่ขึ้นข้างๆซี จะมีพื้นที่สวนเท่าไรเขียว ถึงมีสวนจริง มันก็ขาดความเป็นชุมชนอีกคนก็โยกหาสังคมจริง สุดท้ายเขาก็จะรู้ว่าอะไรเป็นของจริง

พวกวันรุ่นที่มานี่ที่ logic แน่นๆนี่น้อทุกรายนะ มันซอกความรู้สึกเขา เรามีที่ไปที่ไปให้ว่าองค์ความรู้มันมายังไง ผิดพลาดยังไง เราบูรณาการให้เขาเห็น ให้เห็นกลไกความคิด มีทั้งพ่อแม่พาลูกมา วันรุ่นก็จะมีปัญหาหอกหักรักคั่น ปัญหาที่เขาแก้ไขเองไม่ได้ พอลองเข้ามาแล้วมันช่วยเขาได้เขาก็จะไปบอกปากต่อปากเอง มีทั้งผู้ที่มางานจิตอาสา บางคนมาเป็นเด็กฝรั่ง แม่ให้มา มีเวลาน้อยแค่ 4 วัน เขาบอกว่าเวลามันน้อยไปที่รู้เนื้อหาแต่มันทำให้เขารู้สึกกับธรรมะเปลี่ยนไปแหละ นี่คือวัตถุประสงค์

ให้อย่างน้อยให้คุณได้เริ่มคิด จากความรู้ที่เขามี มันมีที่ตึกกว่า มันมีที่สูงกว่านั้นนะ ลองศึกษาดู

Q: คุณรู้จักห้องสมุด The Reading Roomหรือไม่ ถ้ารู้จักคุณมีความรู้สึกที่ดี อย่างไรต่อ The Reading Room ?

A: เท่าที่ส่งprofileให้พี่ดูแล้วฟังที่น้องตรีมเล่าประวัติให้พี่ฟังด้วย จะเห็นว่าถ้าเริ่มต้นด้วยใจแล้ว มันจะมีทางเดินของมันเองแหละ ด้วยสภาพของปัญหาที่มันมีอยู่จริงอันนี้ แล้วเราสามารถแก้ไขได้เหมือนเราเป็นหมอคนเดียวในหมู่บ้านรับรองเลยว่าทั้งชีวิตเราไม่ตาย คนทั้งหมู่บ้านก็ต้องเลี้ยงดูปู่เสียเราอย่างดี เราจะถูกหลอกจากวิธีทฤษฎีนิยามว่าต้องเก็บค่ารักษาให้น้อยที่สุดไม่งั้นเราจะไม่มีกำลังไปรักษาคนอื่น ลองคิดกลับกันซิ ต้องระวังว่าใจเราเป็นแบบ SE แต่ไปเอาวิธีแก้ปัญหามาจากทฤษฎีนิยามเข้ามา

ส่วนปัญหาของพี่สาวตรีมเท่าที่พี่ฟังมา แนะนำว่าต้อง identify ปัญหาให้ชัด ถ้าระบุว่าเป็นปัญหาของคนศิลปะไม่มีที่แสดงงานมันก็จะเป็นอย่างอื่นอีกมิตหนึ่ง แต่ถ้าระบุว่าเป็นปัญหาของคนต้องการแสวงหาความจริงจากงานศิลปะมันก็จะกลายเป็นปัญหาที่รวมกันของคนทั้งหมด ปัญหาที่ต้องแก้จริงๆไม่ใช่ physical need แต่ปัญหาที่เป็นเรื่องหลักจริงๆที่ต้องแก้คือ ปัญหาความคิดความเชื่อ ที่คนยังขาดอยู่ ถ้าคนยังต้องเติม physical need ก่อนเพื่อมาเป็น social need เนี่ย มันก็จะเข้าข่ายว่า "อยู่เพื่อกิน" แต่ถ้าเมื่อไรคนศึกษาความเป็นจริงของชีวิตของธรรมชาติก่อน สัจธรรมก่อน "คนจะกินเพื่ออยู่" มันก็จะมาเติมเต็ม physical need ด้วยตัวมันเองอยู่แล้ว

ปัญหาเราก็คคล้ายๆกันคือต้องการ educate คน แต่ที่นี้จะชัดกว่า ว่าคนโง่มีอยู่จริง ไม่ได้พูดแบบดูถูกกัน ถ้าไม่โง่ก็คงไม่ทุกข์หรอก เรามา educate คนให้โดยใช้ความรู้ทางตะวันออกทางศาสนาหลายคนไม่รู้ว่ามีตัวเองโง่ เนื่องจากทุกคนมีเชื้อโง่ในตัวอยู่แล้ว โง่ในที่นี้คือความทุกข์ไม่ใช่โง่ทางวิชาการ พอเข้ามาแล้วได้รับการแก้ไข มันจึงติดต่อไปที่คนอื่นได้ง่าย ว่านี่มันเป็นเรื่องจริงนะ งั้นถ้าภาพเราชัดเนี่ยมันจะขยายไปได้รวดเร็ว เมื่อ10ปีก่อนคนคิดว่าทุกอย่างมันกำลังพัฒนาไปหมดเลย พอมาถึงจุดที่คนรู้อันนี้เราโง่อยู่จริงนะ มันจะไปปากต่อปากเอง มันเป็นการตลาดที่ง่ายที่สุดแล้ว แล้วทุกคนก็ยอมรับ ว่ามันมีปัญหามาแล้วเราเอาเอาแก้จริงมาให้ มนุษย์เรียนมาให้คิดอยู่ในกรอบของความคิดแต่ไม่เคยรู้ถึง mechanic ของความคิด ซึ่งเราสอนให้เห็นถึงกลไกทางความคิดตรงนี้

การสัมภาษณ์แบบDream:

Q: คุณปรารถนาอยากจะทำอะไรเกิดขึ้นกับกิจการแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: อย่างที่บอกไปตอนแรก ไม่ได้คาดหวังอะไร มันโตของมันเอง คนก็จะถามว่าถ้าไม่มีเงินแล้วจะทำอย่างไร ถ้าไม่มีเงินก็หยุด ก็ไม่เห็นจะยากตรงไหนเลย เราไม่ทุกข์เพราะเราไม่ได้ต้องไปแจกจ่ายปันผลผู้ถือหุ้น เราเริ่มจากการอยากช่วยแก้ปัญหา แต่ถ้าแก้ไม่ได้เราก็ไม่ต้องช่วย เราช่วยเท่าที่ช่วยได้ มีกำลังเท่าไรก็ทำเท่านั้น ฉะนั้นถ้าดำเนินไปในลักษณะนี้ก็จะไม่ติดปัญหาเรื่องความยั่งยืนสำหรับSE เราต้องนำเสนอ model ไปสู่โลกไม่ใช่ตามโลก ซึ่งของไทยพี่ก็ประยุกต์จากเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวง

การสัมภาษณ์แบบDesign:

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริง ขึ้นได้
อย่างไร ?

A: พี่เริ่มจากห้องสมุด จริงๆมันก็ไม่ใช้ห้องสมุดแต่แรก เป็นที่ทำหนังสือ เราเอาความรู้
ตะวันออกมาทำใหม่ มาreprint บ้างreproductบ้าง ช่วงนั้นเป็นช่วงเปลี่ยนถ่ายจากanalog สู่
digital เราก็เอาพวกเทปคลาสเซ็ตมาแปลงเป็นaudio CD เพื่อการเก็บรักษาและแจกจ่าย ทำไปซัก
พักก็เปิดบริการให้คนนอกมาใช้บริการได้ด้วย ทำให้เราเห็นว่าความต้องการมันมีอยู่จริง ถ้าเอาแผน
ธุรกิจมาเปิดที่นี้ตอนแรกนั้นอยู่ไม่ได้แน่นอน ตอนนั้นใครจะรู้ว่าทำห้องสมุดธรรมดาแล้วจะมีคนมา
มากมาย เป็นไปไม่ได้ ทุกข์มีอยู่จริง คนโง่มีอยู่จริง เยอะด้วย คนต้องการยาแก้ทุกข์กันหมดเลย พอ
เปิดปุ๊บคนรู้ว่าเรามียาให้ มีทั้งคนเดินจากปากซอย ร้านขายวัสดุก่อสร้าง ร้านขายกาแฟ ร้านซักรีด มา
ห้องสมุดธรรมดาๆกัน เมื่อ10ปีก่อนไม่มีใครคาดคิด นึกว่าคนเมืองหลวงไม่สนใจธรรมดา ปรากฏว่าไม่ใช่
มันก็เหมือนของที่น้องทำอยู่มันเกิดเป็นcommunityขึ้นมา อยู่ๆก็มีคนที่ความสามารถด้านการ
ออกแบบมาขอช่วยออกแบบให้ ออกแบบที่นี้เสร็จก็ไปออกแบบเพลินวาน ก็จะมีคนมีความสามารถ
ด้านต่างๆเข้ามาช่วย เพราะเราเติบโตมาพร้อมปัญหาแล้วช่วยแก้ปัญหาให้ พอคนมาได้ยากก็ไปบอก
กันปากต่อปาก ว่ามันดีจริงๆนะ ไม่ฆ่าตัวตายนะ มาแล้วไปบวชตลอดชีวิตก็หลายคน

เมื่อถามว่าทำไมไม่ไปที่วัด ขอดตอบว่าวัดก็ทำหน้าที่ของเขาไป เราก็ทำหน้าที่ของเราไป ของ
อย่างนี้ยังมีอยู่เยอะยิ่งดี เหมือนร้านหม้อที่ตรงไหนยังไม่มีก็ไปเปิดซิ เปิดทั่วๆยิ่งดี เนื้อหาเดียวกัน เอา
ยาแก้โง่มาแจกจ่ายกัน

ต่อมาพอเริ่มจากที่เป็นสำนักงาน มีคนมาช่วยแต่งให้ เอาหนังสือมาบริจาคเพิ่ม จนกลายเป็น
ห้องสมุด คนได้ยาไปแต่ยังอยากจะถูกกับหม้อตรงๆ เราก็เริ่มนิมนต์พระมาสอนให้ เลยเริ่มเป็น
กิจกรรม อันนี้สำคัญ ตัวห้องสมุดเองมันเป็นแค่องค์ประกอบหนึ่งแต่แก่นของมันจริงๆมันจะต้องมีชีวิต
ในองค์ประกอบนั้นคือมีกิจกรรมเข้ามา มีจัดประจำ คนที่สนใจธรรมะก็มีจัดทุกวันพฤหัสบดี มีคนเรียน
ธรรมะเสร็จอยากให่ลูกมีธรรมะ ก็เริ่มมีธรรมะเด็กเล็ก ธรรมะวัยรุ่น เรียนเสร็จอยากมีเรียนภาคทฤษฎี
ก็เปิดสอนพระอภิธรรม อยากอ่านพระไตรปิฎกโดยไม่ต้องแปลก็มีจัดสอนอ่านภาษาบาลี มีคนอยาก
ปฏิบัติธรรมก็เลยสร้างรีสอร์ทที่เขาคือ เด็กอยากเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงเลยมีไร่ที่หล่มสักขึ้นมา ญาติ
ธรรมมารู้สึกอยากถือศีลกินเจก็เอาศูนย์อาหารมาร่วม มันก็เติบโต โดยธรรมชาติของมัน

ร้านต่างๆที่มา ก็มีค่าเช่านะ มันเริ่มจากคนที่เข้ามาเห็นว่ามันน่าจะมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพ
นะ มีโยคะนะ มีศูนย์สมุนไพรนะ ร้านขายยาแผนโบราณ ร้านค้าเหล่านี้มากันเอง

การสัมภาษณ์แบบDestiny:

Q: หากจะมีสิ่งดีๆที่เกิดขึ้นแก่กิจการแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร /มีวิธีการ /แนวทาง /
กระบวนการ /กิจกรรม /เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง2อย่าง ให้ดำเนินกิจการอย่างยั่งยืน

อย่างไร ?

A: พี่แนะนำอย่างกิจกรรมของ The Reading Room มันเกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรม มันเป็นเรื่องที่ฉันไม่ไปฉันไม่รู้ก็ไม่อดตาย ก็ทำให้เขาใช้ชีวิต ลองเปลี่ยนใหม่ พี่ให้ idea อันนี้ มันมีคลับต่างประเทศชื่อ “โซเคติสคลับ” เป็นคลับของพวกนักปรัชญา เขาจะตั้งเหตุการณ์ทางสังคมในขณะนั้น มาพูดกันในบริบทของปรัชญา การใช้ชีวิตมันก็จะเข้าใจกันมากขึ้น แต่พอเป็นเรื่องศิลปะและวัฒนธรรมก็ต้องยอมรับว่ากลุ่มคนมันแคบลงมาก จริงมันก็คล้ายกับของพี่ ถ้าเปลี่ยนให้เห็นถึงความฉลาดในการใช้ชีวิต การแก้ความทุกข์โดยการให้ความรู้ผ่านงานศิลปะ พอ topic มันใกล้ชีวิตคนมากขึ้น มันก็จะได้กลุ่มคนอีกกว้างไกลขึ้นมากๆ แล้วก็จะเป็นประโยชน์จริง พอเป็นประโยชน์จริงมันจะเกิดการตลาดแบบปากต่อปากเอง

ต้องระวังประเด็นที่เป็นกระแส มันอาจจัดได้ครั้งเดียว ครั้งหน้าถ้าไม่อยู่ในความสนใจคนก็ไม่มา แต่ถ้ามันเป็นเรื่องของประโยชน์ในการใช้ชีวิตมันก็จะต่อเนื่องไปได้ ทุกสัปดาห์ก็ว่ากันไป มาขยายความกันให้เป็นองค์ความรู้ จะเผยแพร่ทาง website ก็ว่ากันไปให้มันเป็นประโยชน์ในวงกว้าง ประการแรกเราต้องเชื่อมั่นว่าเรามียา แล้วมันแก้ได้จริง อันที่สองคือคนที่ไม่รู้ว่าเขาป่วยก็ทำให้เขาารู้จักว่าป่วยจริง เข้ามาตรวจก่อนนะก่อนที่จะเป็นมะเร็งมารักษาไว้ก่อน มันก็จะยั่งยืน กระแสไม่ยั่งยืน

ในแง่การอ่าน พี่ยังคิดว่า paper จำเป็น มันจะไม่เปลี่ยนเป็น e-book แต่มันจะเป็น kindle ที่ต่างกันคือ paper หรือ kindle เนี่ยมันเป็นแสงสะท้อนแต่ถ้าเป็นพวก tablet เนี่ยมันเป็นแสงตรงเข้าที่ตาซึ่งตรงเนี่ยเนี่ยมันจะกวนจิตได้สำนึก มันจะมีไฟกระพริบๆ ซึ่งเวลาอ่านจริงจิตมันจะโฟกัสไม่ได้ คนสมัยนี้เลยได้รับข้อมูลตลาดเคลื่อนไปหมด มันจะไปไม่ถึง under the line คือการเข้าถึงตัวนักเขียนสามารถรู้เลยว่าคนเขียนเขียนด้วยสภาพอะไรในขณะนั้น การอ่านสื่อวรรณกรรมก็เป็นแบบเดียวกันซึ่งไอ้เทคโนโลยีแบบนี้มันจะทำลายสิ่งเหล่านี้ออกไป ถ้ามันจะเปลี่ยนมันต้องเปลี่ยนเป็น kindle หรือ e-ink ปริณญาตรีสอนให้อ่าน above the line ปริณญาโทสอนให้อ่าน between the line ปริณญาเอกสอนให้อ่าน under the line คุณต้องอ่านไปให้ถึงคนเขียนให้ได้ นั่นคือการหาข้อมูลความรู้กันจริงๆ

อย่างในอนาคตถ้าที่ห้องสมุดน้องที่ไม่พอจะมาจัดกิจกรรมที่นี้ก็ได้ หรือในเรื่องศาสนาที่น้องบอกว่ายังขาดก็จะให้ช่วยให้คำแนะนำก็ได้ ยินดีครับ

การสัมภาษณ์ที่ 28: ธนบูรณ์ สมบูรณ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 สิงหาคม 2557)

(เจ้าของกิจการเพื่อสังคม CreativeMOVE และ PORTFOLIOS.NET)

การสัมภาษณ์แบบ Discovery

Q: ประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการทำงานที่นี้เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย ?

A: เราเริ่มจากอาสาสมัครฟื้นฟูประเทศไทยหรือสยามอาสา มีเป็น facebook website และ

twitter มี volunteer อยู่ประมาณ 160,000 คนใน network มีเป้าหมายในการที่จะรวบรวมชาวอาสาสมัครไว้ serve คนที่สนใจทำงานด้านสังคมหรือสนใจการบริจาคให้มาอยู่ที่เดียวกัน ทำ part-time กันอยู่ 2 คน พอมีภัยพิบัติต่างๆ เราเริ่มจากตอนที่เผาบ้านเผาเมือง ก็มาตอนน้ำท่วมแต่ละครั้ง หนักๆ เมื่อ 3 ปีก่อน ปี 54 เราก็เกิดก่อน big cleaning day ประมาณ 3 วัน แล้วมีเป้าหมายว่าจะชวนคนที่สนใจทำงานอาสาแล้วเป็น networking connection คนเข้ามาด้วยกัน ช่วงนั้นก็มีคนเข้า page ก็ประมาณเกือบ 20,000 คนในเวลาไม่ถึง 1 สัปดาห์ ก็พอดีคนนั้นก็จะเป็นคนที่ทำในเรื่องของงาน social media เราก็เป็นเน้นในเรื่องของ community คือสร้างกลุ่มคนขึ้นมา

เรามองว่าถ้างานอาสาสมัครทำแบบที่ผ่านมา page แต่ละ page ก็มีคนเป็นหลักพัน หลักร้อย แต่ละองค์กรต่างคนต่างมีของตัวเอง เวลาทำกิจกรรมอย่างหนึ่งมาก็จะลำบาก เราก็เลยคิดว่า ถ้าเรารวมให้มันแข็งแรง ที่เดียว เราให้ทุกคนเอางานตัวเองมาโพสต์ได้ concept ของ SiamArsa มีเป้าหมายหลักๆคือ เป็นสื่ออาสาสมัคร ตลาดนัดงานอาสา สารและกิจกรรม สร้างสรรค์สังคม

ทำยังไงที่ผู้คนสนใจสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคมมาอยู่ที่เดียวกัน และทุกครั้งที่มีการรวมเราก็ทำหน้าที่ประสานนั้นคือ Creative Move ซึ่ง content จะเป็นการสร้างสรรค์สังคมด้วย infographic ให้คนตระหนักถึงปัญหาสังคม การศึกษา สิ่งแวดล้อม ภัยพิบัติ สุขภาพ ก็มีการทำหน้าที่ประสานข่าวว่าที่ไหนต้องการรับบริจาคอาหาร บริจาคเงิน บริจาคเรือ บริจาคของแห้ง บริจาคอาหารกล่อง ทุกคนมาส่งข่าวแล้ว connect กับ NGO ทั้งหมด มูลนิธิระจกเงา มูลนิธิต่างๆ ปอเต็กตึ๊ง

เรารู้สึกว่าคนที่สนใจอยากทำงานสังคม คนที่สนใจอยากบริจาคมาอยู่ที่เดียวกัน นั้นเราโพสต์อะไรไป feedback มันจะดีมาก ๆ ก็ทำหน้าที่เป็นคนกลาง คนที่มีปัญหา องค์กรต่างๆ อยากได้คนรับบริจาคเท่าไร อยากได้คนเท่าไร ชุดไหน อยากได้อาสาสมัครไปลงพื้นที่แจกข้าวแจกของ เราก็โพสต์บน page ในขณะที่เดียวกันเราก็แปลงข้อมูลข่าวต่างๆ ให้มันอ่านง่าย ย่อยง่าย สำหรับคน

พีก็เป็นผู้ร่วมก่อตั้งเรื่อง social media สังเกตว่ากลุ่มใหญ่ ๆ กลุ่มนั้นก็ 3-4 หมื่นแล้วมั้งถ้าจำไม่ผิด กลุ่มนั้นพีก็เข้าไป kick start เรื่อง social media เรื่องการสื่อสาร เรามองว่ามันต้องมีวิธีการสื่อสารแบบใหม่เกิดขึ้นกับภาคสังคม เราวาง plan ให้ เหมือนกันพีทำกลุ่มอาสา กลุ่มสิ่งแวดล้อม กลุ่มจักรยานแล้วก็มากลุ่มนักสร้างนวัตกรรมสังคม หรือแม้แต่สร้าง portfolio ทำยังไงให้คนมารวมกันได้ เราสะสม skill ในการสร้าง community มาหมดทำให้เรารู้จักตัวเองๆ ในสายสังคมทั้งหมด

Q: อะไรที่ทำให้งานของคุณในกิจการแห่งนี้มีคุณค่า / มีความหมาย ?

A: รู้สึกว่าเราไม่ได้เปลี่ยนแปลงคนเดียว CreativeMOVE ทำให้เราสามารถชวนคนอีกจำนวนมาก ที่ผ่านมาระดมคนมาเป็น 700-800 คน มาร่วมลงมือทำ offline กันจริงๆ ไม่ว่าจะเป็นคนที่มาช่วยส่งประกวด คนที่ร่วมส่ง idea ร่วมมาทำ idea จริง ๆ หรือว่า volunteer 300-400 คน น่าจะเกินอะ 700-800 คนได้มั้ง ที่ลงมาสร้างการเปลี่ยนแปลงโดยใช้ skill ของตัวเอง อย่างช่วยวาด

ภาพ ช่วยระบายสี ช่วยตัดนู่นตัดนี่อะไรกัน เรามองที่ impact ว่า CreativeMOVE ทำให้คนลุกขึ้นมาทำอะไรได้มากน้อยแค่ไหน ส่วนที่ทำ social enterprise ที่ดีก็คือว่า เราสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับตัวเองและคนรอบข้างได้อย่างไรบ้าง สร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับองค์กรได้อย่างไรบ้าง ซึ่งตอนนี้ก็หมายถึงว่า portfolio, SiamArsa ต่าง ๆ แล้วเราสร้างการเปลี่ยนแปลงระดับใหญ่อะไรบ้างให้กับสังคม สิ่งแวดล้อม ได้ยังไงบ้าง ถ้าเรามองแล้วถ้าเราจะเปลี่ยนตัวเองและเปลี่ยนองค์กรให้ได้ ก็ต้องเปลี่ยนคนรอบๆ ข้างให้มาร่วมทำกันคนละ community แล้วก็คนในองค์กรภาคใหญ่ การสร้างห้องสมุดอันนี้ ชวนคนร่วมสร้าง การสร้าง impact ต่อสังคมได้ยังไงบ้าง คน 1,200 คนก็มีการศึกษาที่ดีขึ้น คุณภาพชีวิตก็ดีขึ้น สังคมก็จะดีขึ้น

Q: คุณรู้จักห้องสมุด *The Reading Room* หรือไม่ ถ้ารู้จักคุณมีความรู้สึกที่ดี อย่างไรต่อ *The Reading Room* ?

A: รู้จักจากเพื่อนนะ ก็เข้าใจว่าเป็นห้องสมุดที่มีกิจกรรมบ่อยๆ แต่ยังไม่เคยเข้าไปเลยยังบอกรายละเอียดอะไรไม่ได้

การสัมภาษณ์แบบDream:

Q: คุณปรารถนาอยากเห็นอะไรเกิดขึ้นกับกิจการแห่งนี้ในอนาคตบ้าง ?

A: โครงสร้างหลักของ CreativeMOVE คือ เรารู้ว่าสังคมต้องการแก้ปัญหาอยู่ตรงไหนบ้าง แล้วก็เรามีเครือข่ายของกลุ่มของ portfolio คือคนในสาย portfolio ที่เป็น creative artist designer เรามี database เค้ายูทั้งหมด เรามีกลุ่มด้านงานอาสาทั้งหมด แล้วรู้จักแหล่งเงินทุน เพราะฉะนั้น นี่คือ believe ขององค์กร “creative, art & design can change the world” แล้วก็เราทำทุกอย่างที่จะทำให้สังคมและสิ่งแวดล้อมดีขึ้น โดยใช้ 3 อย่างนี้ ทุกคนที่มาเพราะว่าอยากเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลง ฉะนั้น target กลุ่มนี้ชัดเจน (Social Innovation Agency)

มันคือพลังด้านบวก คือการรวมเค้าให้ทำในเรื่องดีๆ กัน เช่น ชวนมาปั่นจักรยาน รณรงค์เรื่องจักรยานกัน ชวนเรื่องต้นไม้ ชวนคนมาทำด้าน volunteer ณ ปัจจุบันก็คือ ชวนคนมาทำ social innovator ใหม่ ใช้ทักษะความสามารถสร้างสิ่งที่เป็นประโยชน์กับสังคมและสิ่งแวดล้อม

การสัมภาษณ์แบบDesign:

Q: หากจะทำให้ความปรารถนานั้นเป็นจริง จะมีวิธีการใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เป็นจริง ขึ้นได้ อย่างไร ?

A: อันแรกคือCreativeMOVE เรียกแทนตัวเองว่า Social Innovation Agency ก็เป็น agency ด้าน creative กับ design ที่รับงานเฉพาะด้านสังคมกับสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันลูกค้าเรา 80% คือทำงานด้านสิ่งแวดล้อม อีกส่วนในตอนนี้ก็เป็นหุ้นส่วนกับของ Ma.D เป็นพื้นที่ offline เราก็จะมีพื้นที่ online เรามีพื้นที่ offline สำหรับทำกิจกรรม สัมมนา workshop อบรม เข้ามานั่งคิดกันนะอะ ก็เป็น coworking space สำหรับ social enterprise, social innovator ทำเรื่อง social design

product, service อะไรก็ตามที่ทำได้เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดีขึ้น โดยใช้ skill creative, art, design เราทำหมด ไม่จำกัดรูปแบบ ออกแบบ CSR campaign

อันที่ 2 ทำเรื่อง community เรามีประสบการณ์มายาวนานพอสมควร ที่นี้ทำเป็น professional เลย ตั้งแต่เปิด portfolio เมื่อ 5 ปีก่อน เราทำอย่างไรให้คนมารวมอยู่ที่เดียวกันได้ แต่ความสำคัญของการทำให้คนมารวมอยู่ที่เดียวกันได้ มันยังไม่ที่ที่สุด ที่สุดของการทำ online community คือทำให้คนมาทำกิจกรรม offline กันได้ นี่คือความที่เจ๋งที่สุดแล้วก็ เป็น idol ของการทำ online community ทั้งหมด หรือทำให้เกิด action เกิดขึ้น มาร่วมกันทำให้เกิด หลักการทำ brand online ทำให้เกิดกิจกรรมให้คนมารวมกันได้แล้วสามารถไปซื้อ product ได้ นั่นคือที่สุดของการทำด้าน marketing online

ในส่วนนี้ที่เราทำก็คือการสร้างแรงบันดาลใจ website CreativeMOVE generate content ประมาณ 600 content ต่อปี ปัจจุบัน 2 ปีกว่า มีประมาณ 1,200 content ที่บอกคุณว่า creative, art, design และ technology ที่เราเพิ่มเข้ามา สร้างการเปลี่ยนแปลงสังคมได้อย่างไรบ้าง เพื่อ inspire คนให้รู้สึกว่าคุณเองมีศักยภาพ inspire กลุ่มไหน

อันที่ 3 ก็คือเรื่องของ communication ทุกอย่าง social media เป็น part หนึ่ง การออกแบบ InfographicMOVE ใช้ infographic ในการสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคมให้คนเข้าใจปัญหา สังคมมากขึ้น ก็คือด้าน communication สื่อสาร จริงๆ แล้วทำอย่างไรให้ project message หรือสิ่งที่เราทำกระจายออกสู่คนข้างนอก ทำอย่างไรให้คนข้างนอกเข้ามามีส่วนร่วมกับทุก project เราได้ 2 ways communication ก็ส่วนหนึ่งของ social innovation design หรือใน facebook มี 2 ตัวนี้ ไม่ใช่ของเรา Big Tree กับ Bangkok Bicycle Campaign นอกนั้นของผมนเองทั้งหมด ดังนั้นจำนวนคนเหล่านี้ ในกลุ่มคนสาย creative, art, design, volunteer, คนสนใจสิ่งแวดล้อม, คนสนใจการปั่นจักรยาน, อยากให้สังคมดีขึ้น เรามี direct community อยู่

เราทำให้คนรู้ว่าเค้าสามารถใช้ skill ทำอะไรได้บ้าง แล้วก็หลังจากที่คนเข้ามาอ่านแล้ว เค้าอยากทำอะไร เราก็เลยจัด workshop สัมมนา social media for social change, InfographicMOVE หรือจัดสัมมนาเรื่อง CreativeMOVE SALON ก็จะเป็นคล้าย ๆ TED Talk ปีก่อนเราจัดเดือนพฤศจิกายนที่ TCDC ขวน social innovator ในสาย creative, art, design, technology มาเล่าประสบการณ์ว่า โปรเจกต์ที่เค้าทำสำเร็จมา ตอนเริ่มเริ่มยังไง มีอุปสรรคอะไรบ้าง แล้วเค้ามาถึงวันนี้ได้อย่างไร เราก็ inspire คนว่า การเปลี่ยนแปลงสังคมมันไม่จำเป็นต้องใช้เงิน ต้องใช้เวลาเยอะ แต่เอาอาชีพที่คุณทำอยู่มา blend กับสิ่งที่คุณทำ มันก็เป็นได้หลายๆ คน 10 คนในนั้นก็ผันตัวเองมาเป็น social enterprise จากงานโปรเจกต์ของตัวเอง บางคนก็ success โดยที่ตัวเองไม่ต้องออกมาเหนื่อยอะไรมากมาย แล้วก็สุดท้ายพอคนฟังเยอะ ๆ แล้วเริ่มอยากทำ เราชวนเค้ามาทำ action ร่วมกัน เรากำลังสร้าง community ที่ยิ่งใหญ่มาก

ยกตัวอย่าง IdeaMOVE” จะเป็นเรื่องของการให้นักคิดได้มีพื้นที่ออกมาทำ สนับสนุนเงิน ก็คือเริ่ม action ละ แล้วก็ “DesignMOVE” ก็จะเริ่มให้ NGO list project ที่เค้าอยากได้แล้วส่งมาให้ designer ช่วยออกแบบ ก็จะเป็นสิ่งที่เราพยายาม build community empower คนให้มีพลัง สร้างพลังให้กับพวกเค้า ส่วนที่ action ต้องการเงิน ช่วยหาเงิน ต้องการคนช่วยทำ partner มาช่วยหา ต้องการหาปัญหา เราก็คือช่วยหา

แต่เราไม่สามารถทำกันเองได้ มีพนักงานประจำอยู่ 5-6 คน เรามีพนักงานที่ทำประจำไม่เข้าออฟฟิศอีก 3 คน แล้วก็ freelance อีก 25 คนทำ content อยู่ เราก็ไม่มีใคร นอกจาก project ที่ต้องการคนช่วยเราก็คือพยายาม run เป็น automatic แล้วก็ใช้คนน้อยที่สุด

ลูกค้าของเราในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ สสส., สกส. หรือแม้แต่ NGO อย่าง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง, WWF, Greenpeace ก็เป็นลูกค้าของเรา project ทุก project เกิดขึ้นได้มาจาก 3 ทาง นักคิดเดินมาหาเรา

รูปแบบการทำงานคือเราจะไปเป็น partner เค้า บอกคุณไม่ต้องทำอะไร หน้าที่คุณคิด project คุณ manage ไป เรื่องของสื่อสาร, ประชาสัมพันธ์ online, หาคนร่วมทำ หาเงินให้ เราช่วย คุณเหนื่อยกับสิ่งที่คุณถนัด เราคอย manage ให้คุณ ฉะนั้นปีนึงสมมติว่าเราปั้นสัก 2 บริษัท 5 ปี กลายเป็น 10 บริษัทที่เราเป็นหุ้นส่วนใน project ที่ดี ๆ ก่อนที่ลงทุนเราก็มี plan ว่า ก็คงต้องดูว่าบริษัทนี้ไปได้แค่ไหน การที่มี social investor หลาย ๆ คนที่สนใจเข้ามาร่วมให้เราปั้น project แล้วก็มองว่ามี project ตัวไหนทั้งในและต่างประเทศ ต่างประเทศเค้ามีเงินมหาศาลอยู่แล้ว เรา connect กับ NGO ต่างๆ แล้วก็รับรู้ปัญหาต่างๆ อยู่ที่ไหน เราก็มองเห็นว่ามันมีองค์กรที่พยายามทำเพื่อสังคม อยู่ ทำ CSR (Corporate Social Responsibility) อยู่ มีเงินอยู่ SCB (ธนาคารไทยพาณิชย์) มีเงินเป็นร้อย ๆ ล้านสำหรับ CSR ในแต่ละปี ยังไม่รวมองค์กรภาคประชาชนทั้งหลาย แล้วก็ NGO ต่างประเทศที่อยากเอาเงินมาช่วย ให้ funding แต่ละประเทศทำอะไร ทำที่เราถนัด ในสิ่งที่เราทำ ก็ทำหน้าที่เป็น connector

CreativeMOVE เปิดช่องทางให้คนในสายสร้างสรรค์ได้มีโอกาสสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคม เราจัดทำ project ทางด้านสังคมเป็นหลัก ใน plan อนาคตที่บอกว่า 80 : 20 เรา plan จะให้เป็น 100 : 0 ปีแรกเปิดเรามี 50 : 50 เรามีบริษัทอยู่ คนเริ่มชัดละ ลูกค้าเริ่มเห็นละ ก็เรียกว่าเปิดช่องทางให้คนในสายสร้างสรรค์ได้มีโอกาสได้สร้างการเปลี่ยนแปลงสังคมกับสิ่งแวดล้อม

สิ่งที่ CreativeMOVE provide ให้กับลูกค้าคือ เป็น pack ช่วยคิด ช่วยทำ ดูความเป็นไปได้ หากคนมาร่วมงาน หากคนมาร่วมกิจกรรม หาแหล่งทุน หา sponsor เรามีตั้งแต่ แม้แต่ช่วยหา sponsor ลูกค้าไม่มี partner sponsor ถ้าไม่มี เดี๋ยวผมช่วยหา sponsor หา partner ให้กับลูกค้าด้วย สุดท้ายทำยังไงให้ project เกิดขึ้น นักคิดก็ได้คิด ปัญหาก็ได้ถูกแก้ เจ้าของแหล่งเงินก็ happy มีหน้าที่ทำยังไงให้ project สังคมดี ๆ เกิดขึ้น เราถึงเรียกตัวเองว่า Social Innovation Agency เรา

เปลี่ยนวิธีคิด เรามองว่า project เดิม ๆ ทำแบบเดิม ๆ มันก็ไม่ success ทำไมทำตั้งนานไม่มีการเปลี่ยนแปลง เราก็มองว่าเราต้องหาวิธีการใหม่ ๆ CreativeMOVE ก็คือ concept คือ creative solution for social innovation นั้นเป็น motto ของเรา

การสัมภาษณ์แบบDestiny:

Q: หากจะมีสิ่งดีๆที่เกิดขึ้นแก่กิจการแห่งนี้ เราจะเริ่มต้นทำอะไร /วิธีการ /แนวทาง /กระบวนการ /กิจกรรม /เทคนิคใหม่ๆ มาใช้รวมกันกับกิจการทั้ง2อย่าง ให้ดำเนินกิจการอย่างยั่งยืนอย่างไร ?

A: ถ้ามองCreativeMOVE ว่าช่วยพัฒนาด้านศิลปะและการออกแบบ อาจจะไม่ได้ตรงนักที่มองว่าเป็นการผลักดันในด้านสังคมให้คนมาสนใจมากกว่า เป็นการพัฒนาเชิงสังคม อาจจะไปเปิดช่องทางใหม่ในการสร้างรายได้ให้กับคนใหม่ เพราะว่ากลุ่มคนที่เราชวนมาร่วมทำเนี่ย เราไม่ได้ขอให้เค้ามาทำฟรี เค้าจะมาเป็น outsource ให้เราในการทำอะไรภายใต้การดูแลของเราต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด

CreativeMOVE ตอนนี้มี investor ที่เตรียมมาลงทุนขยายกับเราละ ก็น่าจะเป็นสักปีหน้า ก็จะเป็นช่วง convert กันว่าจะขยับขยายยังไงบ้าง ก็เค้าก็มาเห็นสิ่งที่เราทำว่า 2 ปีที่คุณทำมันเกิด impact พอสมควรนะ แล้วเห็นว่าโอกาสที่เราจะเติบโตสูง เค้าก็มองเหมือนกันว่าตลาดมันใหญ่ และตอนนี้ creative agency ด้านสังคมเนี่ย มันจะมีอยู่แค่ไม่กี่เออะที่ निकออก อย่าง ชูใจ, why not, CreativeMOVE อะไอย่างนี้ ตลาดใหญ่แต่กลุ่มคนที่กระโดดมาแค่ 3 ฉะนั้นมันก็ ถ้าเรารีบขยายได้ มันก็จะดี

ตามเป้าหมายหลักๆ ของ social enterprise จะมี 5 ข้อ ข้อแรกคือ มีเป้าหมายในการช่วยเหลือสังคมหรือสิ่งแวดล้อม อันที่สอง มีรายได้มั่นคง ก็ไม่ต่างจากธุรกิจ มันก็คือธุรกิจแบบหนึ่งแต่มีเป้าหมายนำ แล้วก็มีการดำเนินงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ อาจจะไม่เกี่ยวกับ social โดยตรง แต่ว่าเป็นสิ่งที่ระบุมาจากสภส. ขั้นตอนการดำเนินงานไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แล้วก็ผลกำไรคืนสู่สังคม จริงๆ เค้ากำหนดไว้ 50% เมืองไทย กำไร 50% จะต้องกลับคืน อันนี้เป็นที่สภส.เค้ากำหนดขึ้น เพราะว่าผ่านการ approve เป็นแบบนี้ แต่จริงๆ แล้วต่างประเทศก็ไม่ได้มีอะไร strict มากมาย อย่างอังกฤษมีอยู่ 70,000 แห่ง เพราะว่ามันมีแรงดึงดูดว่าคนทำธุรกิจนี้จะได้ส่วนลดในเรื่องภาษีด้วย คนทำดีต่อสังคมก็ควรจะได้อะไรตอบแทน แต่เมืองไทยไม่มีกฎหมายพวกนั้น

จริงๆ เราเปิดขึ้นมา เราเห็นช่องว่างทางการตลาดละ แล้วก็คิดว่าถ้าทำตรงนี้ไม่อดตายแน่ เพราะก่อนหน้านี้ก็มีคนมาถามว่า อยากให้ช่วยคิดนู่นคิดนี่ เราก็มีกลุ่ม target อยู่ เราเองก็อยากทำตอนแรกไม่คิดว่า NGO อย่าง Greenpeace หรือ WWF จะมาจ้างเราด้วย เราคิดว่า เราอยากทำงานบริษัท อย่างบริษัทที่คิด CSR เนี่ยแล้วมาทำงานฟรีให้กับ NGO ส่วนหนึ่งแบ่งสลับเวลากัน เพราะฉะนั้นถามว่า ทำไมลูกค้าเรามี 50:50 เพราะว่าคนภาคสังคมเค้ายังไม่เห็นชัดว่าเราทำอะไร ก็มี

บางส่วนเข้ามา เราก็เลยต้องรับ 50:50 พอทำสักพักหนึ่ง คนที่เราเคยทำฟรีให้ หรือว่าคนที่เห็นว่าเราทำ project อะไรในปีแรก เดินเข้ามา อ้อ นี่มันทำงาน CSR นี่ มันทำงานด้านสิ่งแวดล้อม ในส่วน 20 ทำไม่มันลดลงไป เอาตั้งแต่ปีแรก เราไม่รับงานจากลูกค้าที่เป็นเหล่า บุหรี่ และ ปตท. เราปฏิเสธชัดเจน อย่างล่าสุดปตท. ใน 3 เดือนมีการติดต่อเข้ามาประมาณ 5 ครั้งจาก agency ที่แตกต่างกัน เราปฏิเสธหมดเลย ก็อาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่เราเริ่ม screen ในลูกค้า commercial ใน product หน้า ขวาก็มีมาให้ทำ infographic เราก็ไม่เอา แล้วพอลูกค้าฝั่ง social มันชัดเจนขึ้น เราก็เลยเริ่มปฏิเสธ บางเจ้าได้ง่ายขึ้น ก็ลูกค้าหลังๆ เราก็จะเป็น SCG, แอสเสอรี่, แมกโนเลีย, SCB บริษัทที่มีงบทางด้าน การเงินที่ค่อนข้างดี เราก็เลยไม่ค่อย concern เรื่องของ commercial

ค่าบริการเราไม่ถูกกว่าที่อื่น บาง project แพงกว่าที่อื่นด้วย เราถือว่าเรารู้เยอะกว่าเจ้าอื่น ตอนเปิด CreativeMOVE ใหม่ มีบริษัททำออกแบบ application ให้เราเข้าไปช่วยทำ campaign เพื่อสังคมอันนึงของลูกค้าธนาคาร คือให้เราเข้าไปช่วย communication ประคบประกำกัน เราก็ไปนั่ง ขายเค้บบอกว่า เราก็เป็นบริษัท social enterprise เหมือนกัน แต่ว่าเราเป็นในนามของเรา ช่วงนั้น pitching กันประมาณ 5 เจ้า ลูกค้าบอกว่า อ้าว เป็น social enterprise ทำไมคุณราคาเท่าคนอื่นละ ไม่ถูกกว่าหรือ เราเลยบอกว่า คุณเข้าใจอะไรผิดหรือเปล่า ก็เลย เอ๊ะ คนเข้าใจอะไรผิดอย่างนั้น ณ วัน นั้นก็เลยทำให้ตัวเองแบบว่า เราทำงานเพื่อสังคมได้ เราเอาเวลาไปช่วย NGO เราทำงานให้ฟรีกับเค้า ด้วยซ้ำ เราทำงานให้ discount กับเค้า เราควรจะได้อย่างน้อยเท่ากับหรือมากกว่าเค้าหรือเปล่า เพราะฉะนั้น project เราก็จะมองว่าราคาต้องไม่ถูกกว่าคนอื่นละ หรืออะไรที่มันใช้ skill พิเศษขึ้นมา เราก็ charge ขึ้นไป การทำ research กับชุมชน การเข้าใจเรื่องชุมชนมากขึ้น เราก็ถือว่าเป็น skill ที่เราต้องขาย แต่ก่อน 50:50 ตอนนี้ 80:20 goal ในอนาคตก็จะเป็น 100:0

ช่วงสัก 2-3 ปีก่อน คนจะมองว่า social enterprise ในไทยคือบริษัทที่ทำ organic ปลูกผัก ปลูกผลไม้ ปลูกกล้วยไม้ แล้วไม่มีแรงบันดาลใจให้คนปกติเข้าไปทำเลย social investor ฉะนั้นจะลงทุนกับ project ที่ ปลูกผักนี้มัย มันก็ไม่ใช่ social investor ใหญ่ๆ เคื่อก็มองว่า project มีแนวโน้มที่น่าจะเติบโต จาก 1 ถึง 10 10 เป็น 100 ได้ เคื่อก็จะมาลงทุน เพราะฉะนั้นถ้าปลูกผัก ถ้ายังทำ social enterprise มอง เศรษฐกิจเพียงพอไม่ได้ มันต้องมอง scale แบบว่ารองเท้า TOMS เมื่อ 3 ปีก่อนแจกรองเท้าไป 1 ล้านคู่ ขายรองเท้า 1 ล้านคู่ แจกรองเท้า 1 ล้านคู่ ใน 2-3 ประเทศ นอกจากอิสราเอล สถิติล่าสุดเมื่อ เดือนที่ผ่านมา ปัจจุบันแจกไป 10 ล้านคู่ใน 38 ประเทศทั่วโลก impact ขยาย ผลประกอบการยิ่งดีก็ ยิ่งทำให้ช่วยคนได้เยอะ ปัจจุบันแตกออกมาเป็น TOMS Glasses แว่นตา แล้วก็ใครซื้อแว่นตาจะเอา เงินส่วนหนึ่งไปให้คน บริจาคเนี่ย ทำ 3 อย่าง ตัดแว่นตาให้คนต้องการแว่นตา รักษาโรคตา แล้วก็ช่วย ในการผ่าตัดเปลี่ยนตา ล่าสุดก็แตกออกมาอีก ขายกาแฟ ทำกาแฟ ให้ซื้อกาแฟเค้าจะเอาเงินไป บริจาคให้คนที่ไม่มีน้ำดื่มสะอาดกิน ไม่มีน้ำดื่ม access พวก South Africa คือมันยิ่งโตมันยิ่งสร้าง impact ไร คุณมองว่า โอ้ย ฉะนั้นเศรษฐกิจเพียงพอ ไม่อยากทำนู่นนี่เยอะไม่ได้ 3-4 ปีก่อนคนไทย

มองแบบ หูย เป็น organic มอง social enterprise ว่าคุณต้องทำเพื่อสังคม คนมีอาหารสุขภาพดี ๆ กิน แล้วก็สิ่งแวดล้อมไม่สูญเสีย มันก็ขายผักอยู่แบบนี้อีก 10 ปีก็เหมือนเดิม อาจจะกำไรก็เพิ่มขึ้น หน่อย จากแต่ก่อนทำ portfolio ก่อน แล้วมาเปิด SiamArsa เหตุเกิดเพราะว่าวันหนึ่งช่วงน้ำท่วม ช่วง 3 เดือนผมทิ้งตรงนี้ไป ไปทำอันนี้ 3 เดือนเต็ม ทำงานวันละ 18-20 ชั่วโมง ทำกันอยู่ 2 คน website ตอนนั้นมีคนเข้า 170,000 คน ในเดือนตุลา 54 เราช่วยคนแพทตาย 3 เดือนกลับมาธุรกิจ เราเย็นมากเลย เหมือนอารมณ์มานั่งเลียแผล เราอยู่แบบนี้ต่อไปไม่ได้ละ เราก็อยากช่วยคนทุกครั้งที่มี ภัยพิบัติ แต่ว่าเราไม่สามารถทุ่ม ทั้งตัวแบบนี้ได้บ่อย ๆ ละ คราวนี้เป็นนานไป 3 เดือน ปกติ 2-3 สัปดาห์ น้ำท่วมเหนือมาช่วยประจำหน้าคอมมาช่วยทำสื่อสาร เราก็ไม่ต้องเหนื่อยไปไหน อยู่หน้าคอม แต่มันก็ใช้พลังกำลังพอสมควร กรองข่าว โทเรชั่นข่าวทั้งหมด ติดต่อ NGO เราก็มาคิดว่ามันไม่ยั่งยืน ถ้ามันยั่งยืนได้ ทำไมเราช่วยเหลือ 2 คน นั้นเราปั้นทีมให้มันโตขึ้น 5 คน 10 คน 20 คน แล้วก็สร้าง impact ขึ้น ถ้าเมื่อก่อนผมทำอย่างนี้ ผมไม่มีสิทธิ์ที่จำทำให้ชุมชนอิมมูมที่นั่นทบรูมีห้องสมุด 1,200 คนใช้ได้แน่นอน คือถ้าเรามาทำอะไรที่ model มันชัดเจน มันสร้าง impact ได้สูงขึ้น นี่เรากำลังสร้าง ห้องสมุดให้ 1,200 คนที่อ้างทอง อันนี้เป็น project เรายัง เราขอ sponsor แล้วก็ไปหางบภายใน กันเองกับเพื่อนๆ ก็กลับมาที่สถานการณ์เป็นยังไง ก็ดีขึ้น คนเริ่มมองมากขึ้น เราพยายามจะเอา case social enterprise ต่างประเทศเจ๋งๆ มาให้เค้าดูว่า เราเป็น designer ทำให้ social enterprise มัน สุดได้อย่างไร เช่น รongเท้า TOMS ในฐานะ social enterprise ด้านเทคโนโลยี คุณสามารถใช้ เทคโนโลยีสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคมยังไงให้มันสุด

ในส่วนของ offline ปีที่ 3 ปีนี้เราลุยเต็มที่ เราจะเริ่มมี จริงๆ plan จะเปิด online community ที่มันเป็นคนย้ายๆ portfolio ให้คนมาสร้าง profile กัน แลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน บอก skill ตัวเองอยู่ แต่ตอนนี้ delay ไปนิดนึง ก็เลยน่าจะเปิด offline ในส่วนของ offline มี กิจกรรมบ้าง แต่ยังไม่ถึงอย่างที่เรอยากได้ เร็วๆ นี้ น่าจะมีกิจกรรมเกิดขึ้น อย่าง IdeaMOVE หรือ DesignMOVE ก็จะเป็นกิจกรรม offline ที่ทำให้คนมานั่งทำ project ร่วมกันในพื้นที่ที่มี เราก็มี plan ทำรองรับไว้อยู่แล้ว Ma.D เป็นการเช่าระยะยาวแล้วก็มีน้องที่ทำ 2 คน เข้ามาทำ social enterprise ด้วยแล้วจริงๆ เค้าก็ให้หุ้นมาส่วนหนึ่ง เพราะเราก็เป็น consult ให้เค้า รู้สึกให้มาช่วยหนุน นี้นั้น แล้วก็เราก็ลงทุนเพิ่ม ก็เลยเป็น partner กับทั้งทางด้าน skill ด้วยแล้วก็เงินด้วย

CreativeMOVE งานแต่ละชิ้นที่เราทำแต่ละปีมีโควต้า ทำให้ NGO ฟรีด้วย แต่ลูกค้าที่เป็น NGO หรือ social enterprise เรามี discount ทันที 25%

สำหรับ The Reading Room คงต้องมองการต่อยอดจากกิจกรรม ดูอย่างพวก Co-working space ที่เริ่มทำกันเยอะมาก แต่สุดท้ายได้รายได้หลักไม่ได้มาจากการเช่าพื้นที่แต่มาจากการจัดกิจกรรม อย่างต่อเนื่อง เช่น Hubba ก็ต้องเอาตัวรอดจากกิจกรรมเหมือนกัน ดีที่มีฐาน connection แข็งแรง ซึ่ง The Reading Room มีจุดแข็งตรงกิจกรรมและ connection อยู่แล้วคงต้องหาวิธีการที่ทำให้เกิด

รายได้จากตรงนี้ ต่อยอดจากการสร้างชุมชน ถ้ามีอะไรให้เจ้าของมาปรึกษากันก็ได้นะ

ยกตัวอย่างงานเกี่ยวกับห้องสมุด อย่างที่บอกว่าเรากล้าให้กับกลุ่มคนเหล่านี้ หรือบางทีกลุ่มคนเดินเข้ามาหาเราเลย ล่าสุดก็มี CSR แสนสิริ เอาของเหลือใช้จาก site ก่อสร้างแสนสิริไปสร้างห้องสมุดในชุมชนที่มีคน 1,200 คน 800 ครั้วเรือน แล้วชวน volunteer อีก 300 คนมาร่วมกิจกรรมอีก 8 workshop แล้วชวน creative artist designer 8 คนมาเป็น head ของแต่ละ workshop ชวนคนมา paint ห้องสมุด มาชวนลงวาดลายเส้น ให้คนมาช่วยกัน paint เด็กมาช่วยกัน paint เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในห้องสมุด เค้าเป็นเจ้าของ ปลุกสวนผักแนวตั้ง ห้องสมุดที่เราไปสร้างไปสร้างทับแปลงปลูกผักของเค้า อันเดียวของชุมชน เราก็เลยบอกว่า สร้างห้องสมุดเสร็จเราจะสร้างแปลงปลูกผักคืนเค้ารอบ ๆ ผนังห้องสมุด ชวน designer ที่เป็นเขียนชนะการประกวด bean bag ระดับนานาชาติมาออกแบบ bean bag จากโวนิลโฆฆณาป้ายแสนสิริ ชวนอู้ฟู D.I.Y ที่เค้าเป็นเขียน D.I.Y ที่ทำกับอ้อมรินทร์ ทำรายการทีวี ทำหนังสือ มาช่วยหาวิธีทำไม้บันได ชั้น เก้าอี้ นั่ง ม้านั่ง หรือว่าเป็นชั้นหนังสือจากไม้บันไดของเค้าที่มีตำหนิของแสนสิริที่เอาออกมา นี่คือนตัวอย่างกิจกรรม นี่คือนวัตกรรมคิดเราคิดออกมาสักก้อนแล้วมา manage ว่าส่วนนี้จะทำยังไงให้เกิด impact เกิดขึ้น

ยกตัวอย่างการทำonline community เราต้องดูว่าทำพื้นที่ยังไงให้เค้าอยากจะมาอยู่ พื้นที่ก็เหมือนบ้านแหละ อยากจะเชิญคนเข้ามาถึงว่าเรา media PR ดีแค่ไหน พี่เชิญเค้าเข้ามา พี่จะเปรียบเทียบเหมือนจัด house party ที่บ้าน แล้วชวนคนเข้ามาที่บ้าน เค้าอาจจะไปชวนคนอื่นมาต่อ หรือเราอาจจะไปชวนคนที่เราไม่รู้จักแต่เราอยากให้มา อาจจะยื่นบัตรหรือประกาศไป ส่ง PR บนหน้าหนังสือพิมพ์ ฉันทัดงานเปิดบ้านให้มา party พรินะ มากินข้าว กินอาหาร กินเบียร์ กันได้ เข้ามาแล้ว first impression ก็คือ invitation ทางด้าน PR ให้มันน่าสนใจ คนก็อยากมา ถ้าออกแบบตรงนั้นไม่น่าสนใจ ฉันทไม่รู้จัก ฉันทไม่ไป แต่ถ้า concept น่าสนใจ คนก็อยากเดินเข้ามาลอง เฮ้ย ไปลองดูมันหน่อยว่าเป็นยังไง พอเข้ามาหน้าบ้าน ตกแต่งสวยมัย มีลูกโป่งนำเข้าไปมัย มีกิจกรรมแบบว่า OK มัยก็เหมือนตัว website พอเข้ามาในบ้าน เจ้าบ้านทักทายดีมัย ทักทายคือ ตั้งแต่เนี่ยเลยนะ พอสมัครเสร็จปุ๊บมี e-mail มา welcome to portfolio.net มันจะมี e-mail ส่งให้ invitation แล้วบอกด้วยว่า ถ้าคุณอยากไปห้องน้ำอยู่ตรงนี้นะ ถ้าห้องครัวอยู่เนี่ยะ บริการตัวเองเลย แล้วก็สรวายน้ำอยู่เนี่ย สวนเป็นส่วนดนตรี DJ ไปเดินได้นะ แล้วเจ้าบ้านก็ไป เตี่ยคุณดูแลตัวเองก่อนนะ ถ้ามันอย่างเนี่ย เราก็จะเริ่มง จะเริ่มยังไงดี ตั้งแต่เข้ามาจะเดินเข้ามาแบบไม่รู้อะไรเลยอยู่ตรงไหน เจ้าบ้านก็ไม่มา เค้าก็เริ่มเอ้อละ ฉันทจะไปยังไง อันนี้ถ้ายังอยากอยู่ต่อก็ต้องคลำละ งงไม่รู้เริ่มที่ไหน อันนี้แนะนำตัว introduction ถ้ากรณีเจ้าบ้านแนะนำไปแล้วหรือเจ้าบ้านไม่มีโอกาสมาแนะนำ เค้าจะเดิน มีป้ายบอกมัยว่าห้องน้ำไปทางไหน ไปหยิบเบียร์ที่ไหน หรือว่าอยากไปนั่ง chill chill ตรงไหน หรือว่า program ของ party มีอะไรบ้าง ป้ายที่บอก sign ที่บอก มันก็เป็น UI user interface ของ website ของ community ให้เค้าเดาได้ UX ก็แบบว่า ห้องน้ำอยู่ใต้บันไดซัวร์ นี่คือน UX user

experience ส่วน UI คือ ทำยังไงให้เค้ารู้ว่า ตรงเนี้ยเล่นดนตรีแน่นอนเลย UI อาจจะเป็นเรื่องของดนตรี การตกแต่ง เข้ามา อาหารอร่อยมัย ดนตรีเพราะมัย ประสบการณ์รู้สึกว่าจะเข้ามาแล้วมีสิ่งทีเค้าอยากได้หรือเปล่า ถ้าเกิดเข้ามาแล้ว อาหารอร่อย ดนตรีเพราะ เจ้าบ้านดูแลดี แล้วที่สำคัญคนใน party ถ้ามาคนเดียวไม่รู้จักใครแล้วคนใน community คนใน party เดินเข้ามาคุย อ้าว เพิ่งมาหormaคุยกันสิ กับมาถึงต่างคนก็จับกลุ่มคุย ไม่คุยกันเลย community ไม่แข็งแรง รู้สึกว่าเราไม่สามารถสร้างตัวแทน community เข้ามา welcome ได้ เค้ารู้สึกเหงา เค้าก็ไม่อยากกลับมาอีก เพราะฉะนั้นกลับมา case เดียวกัน เค้ามาบอกกินอิมละ อาหารอร่อย แต่ชาวบ้านดูแลไม่ดี เพลงไม่เพราะ เบียร์ก็หมด เบียร์เตรียมไว้ไม่พอ กลับออกไป เค้าอยากกลับมาอีกครั้งที่ 2 หรือเปล่าถ้ามีการถูกชวน ถ้าเค้าประทับใจเค้าจะกลับมา แต่ถ้าไม่ประทับใจก็จะไม่กลับ แถมไปค่าข้างนอกอีก เวลาไป PR เพิ่มเงิน PR มหาศาล มา party กันเถอะ โอโห ไม่ไปหรอก คราวก่อนไปห่วยมากเลย ของนู่นของนี่ขาด เจ้าบ้านดูแลไม่ดี คนก็หึง ก็ไม่อยากจะมา แต่ถ้าดี โห งานนี้ไปเลย ฟรีก็ฟรี เจ๋งอะ อาหารก็อร่อย ดนตรีก็เพราะ สาวก็สวย ทุกคนก็เป็นมิตร คนเข้ามาเป็นโหลเลย มันต้องพร้อมจะไป PR ให้คนเค้ามาที่บ้าน บ้านพร้อมหรือยัง บ้านสวยอย่างเดียวแต่คนแขกมี party แต่คนไม่ welcome คนแปลกหน้า เจ้าบ้านไม่มาต้อนรับ จบ compare กับการจัด house party อย่างนี้

เปรียบเทียบ offline กับ house party จัด event จัดกิจกรรมยังไงให้เค้ารู้ว่าต้องทำอะไร เค้ามาแล้วเค้าได้อะไร จุดประสงค์มันคืออะไร ความอบอุ่นของการรวม concept ของ house party นี้ตอบคำถามเลย ทั้ง offline และ online ความยากของมันคือส่งจาก online ไป offline นี่แหละ ทำยังไงให้คนอยากมาร่วมกับเรา มันจะเริ่มได้เมื่อ community online แข็งแรง เฮ้ย เรามาเจอกัน หน้อยมัย คุยกันมาหลายทีแล้ว หรือถ้ายังไม่แข็งแรงพอ จุดอะไรที่ทำให้เค้าอยากมา จัดประกวดเอา งาน 20 ขึ้นมาโชว์ 20 ขึ้นเนี้ยเราออกเงินให้คุณเข้า frame มี party มีเบียร์ให้ บัตรชวนมา gallery เนี้ยมีชื่อคุณเลยนะ 20 คนนั้นจะเป็นคนที่เดินไปแจกบัตรอีก 100 ใบให้กับเรา คนมาสัก 100 - 200 คนก็หุแล้ว นั่นคือการสร้างให้เค้ามี value ให้กับงาน offline เค้าเป็นเจ้าของงาน เราเป็นเพียงแคคนจัดงานให้ แล้วบางทีอย่าไปมองแบบว่า UX, UI, technology, web ที่พูดมาไม่ได้พูดถึง technology เลย จั๊น concept เดียวกัน บ้านคุณไม่ต้องมี lift หรือไม่ต้อง high tech หรือ website ไม่ต้องเป็น web ที่มี technology ที่ใหม่ที่สุดในโลก แต่สร้าง community สำคัญว่า คุณทำยังไงให้คนรู้สึก comfortable เมื่อมาใน online, comfortable เมื่อมาใน offline ได้ อันนี้ตอบคำถามทุกอย่าง จนกระทั่งครั้งที่ 2 กลับมา มานี้เลยคร่าวอยู่เดี่ยวพาไป อาหารอร่อย ดูสาวที่นี้เลย ห้องนี้ เค้าจะกลายเป็น guide นี่คือ community ที่เกิดขึ้นใน portfolio คือ member guide กันเองนั่นแหละคอยดูแลตรวจตรา ถ้ากินเบียร์ในตู้เย็นเสร็จแล้วเอาใส่คืนด้วยนะเพื่อคนมากินต่อ เค้าเริ่มกลายเป็นพวกเรา เพราะฉะนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นใน portfolio ก่อนที่จะมี facebook เข้ามาเป็นแบบนั้น

การสร้าง online community ณ ตอนนี้อยู่ในเมืองไทยยาก คนอยู่บน facebook หมด ถามว่ามีโอกาสมั้ย มี มีจุดอะไรที่ทำให้ดึงคนจาก facebook ออกไปได้ ฉะนั้นวิธีที่ง่ายที่สุดคือ สร้าง online community บน facebook แล้วสร้าง content บน website แล้วสร้างพื้นที่ที่ใช้ community กัน ซึ่งหลายๆ คนก็ทำอยู่ รวมถึง CreativeMOVE content อยู่บน website ที่เป็นเรื่องของ event, static content แต่อะไรที่เป็นการพูดคุยกันเราจะยกไปอยู่ใน facebook นั้นเป็นตัวอย่างการ combine ที่ดี portfolio.net เป็น web ที่สมบูรณ์แบบในเรื่องของ community แต่พอเจอ facebook มา community หายไป เราก็เลยต้องเปลี่ยน ฉะนั้น CreativeMOVE คิดจะสร้าง online community เหมือนกัน แต่ก็ยังดู วิเคราะห์ที่อยู่ว่ามันแย่มั้ย ถ้าเข้ามาแล้วไม่มีคนมันก็ไม่ดี ประโยชน์ที่จะทำ ฉะนั้น CreativeMOVE ใช้ model นี้ในการ combine ตอนนี้อยู่ใน facebook เกือบ 100,000 แล้ว สัปดาห์ก่อนมี reach คน share ไป 1,000,000 คน ถ้าเห็นใน facebook ที่ post ไป อันนี้คือการทำ online คือ combine 2 ตัวให้มันแข็งแกร่งที่สุด จุดเสียของ facebook คือเวลาทำ content เวลา search content มันไม่สามารถจัด system ให้มันนำใช้ในโครงสร้างนี้ได้ ฉะนั้นตัว website ถ้ามันทำหน้าที่ได้สมบูรณ์ใน part ของ content, การจัดการ, event, เก็บข้อมูลกิจกรรมที่เราเคยทำมา บางคนเค้าจะใช้ facebook เป็นแค่ที่รวม fan แล้ววันนึง เองง่าย ๆ facebook มันต้องปิดแหละ เกิด facebook โดน hack ไป ซึ่งก็มีบ่อย

ภาคผนวก ง
แบบสอบถาม
ความคิดเห็นต่อห้องสมุดศิลปะร่วมสมัย The Reading Room

คำชี้แจง แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด The Reading Room

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อบริการของห้องสมุด The Reading Room

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำโครงการฯ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงในการตอบแบบสอบถาม

ขอแสดงความนับถือ
นายบดินทร์ บัวหลวงงาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง และเขียนคำตอบลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง
ของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

1.เพศ

- () ชาย () หญิง

2.อายุ

- () ไม่เกิน 20 ปี () อายุ 21-30 ปี
() อายุ 31-40 ปี () อายุ 41-50 ปี
() อายุ 51 ปีขึ้นไป

3.ระดับการศึกษา

- () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() ปริญญาโท () ปริญญาเอก

4. อาชีพ

- () นักเรียน / นักศึกษา () อาจารย์ / นักวิชาการ
() พนักงานบริษัท () รับราชการ
() เจ้าของธุรกิจ () อิสระ
() อื่นๆ (โปรดระบุ)

5. รายได้ต่อเดือน

- () น้อยกว่า 10,000บาท () 10,001-20,000 บาท
() 20,001-30,000 บาท () 30,001บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด The Reading Room

6. ท่านใช้บริการห้องสมุด The Reading Room บ่อยครั้งเพียงใด

- () น้อยกว่า1ครั้งต่อเดือน () 1 ครั้งต่อเดือน
 () 2 ครั้งต่อเดือน () 3ครั้งต่อเดือน
 () มากกว่า3ครั้งต่อเดือน () ไม่เคยใช้บริการ

7. ระยะเวลาที่ท่านใช้บริการห้องสมุดThe Reading Room ต่อ1ครั้ง

- () ไม่เกิน 1 ชั่วโมง () 1-2 ชั่วโมง
 () 3-4 ชั่วโมง () นานกว่า4 ชั่วโมง

8. ท่านใช้ห้องสมุดThe Reading Roomเพื่อกิจกรรมใด (ตอบได้หลายข้อ)

- () ค้นคว้าหาความรู้จากหนังสือ () ร่วมกิจกรรมของห้องสมุด
 () นั่งอ่านหนังสือ () นั่งทำงาน
 () เป็นที่นัดหมาย () พักผ่อน
 () อื่นๆ (โปรดระบุ)

10. ท่านรู้จักห้องสมุด The Reading Room ได้อย่างไร

- () Social media () Web site
 () จดหมายข่าว () สื่อสิ่งพิมพ์
 () รายการโทรทัศน์ () มีผู้แนะนำ
 () อื่นๆ (โปรดระบุ)

11. ท่านสะดวกใช้บริการห้องสมุด The Reading Room ในช่วงเวลาใด

- () ช่วงกลางวัน วันจันทร์-ศุกร์ () ช่วงเย็น วันจันทร์-ศุกร์
 () ช่วงกลางวัน วันเสาร์-อาทิตย์ () ช่วงเย็น วันเสาร์-อาทิตย์

12. ท่านคิดว่าห้องสมุด The Reading Room ช่วยแก้ปัญหาใดในสังคม (ตอบได้หลายข้อ)

- () ช่วยให้คนอ่านหนังสือมากขึ้น
 () ช่วยสร้างชุมชนทางศิลปวัฒนธรรม
 () ช่วยในการแสวงหาความรู้เพื่อการพัฒนาความคิด
 () เป็นพื้นที่พบปะสังสรรค์ของกลุ่มคนที่สนใจในสิ่งเดียวกัน
 () เป็นพื้นที่สาธารณะ (Open space / Public space) เปิดโอกาสให้คนได้
 แสดงออกทางความคิด ความเชื่อ และทัศนคติ
 () อื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อบริการของห้องสมุด The Reading Room

13. ภาระบุงัจจยที่มผลต่อการปรบปรุงและพัฒนาห้องสมุด The Reading Room

5 = สำคัญมากที่สุด, 4 = สำคัญมาก, 3 = สำคัญปานกลาง, 2 = สำคัญน้อย, 1 = สำคัญน้อยที่สุด

Discovery = สิ่งจ้จำเป็นมากที่สุด

ปัจจย	5	4	3	2	1
1. การเป็นชุมชนทางความคิด (Intellectual Community)					
2. เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่เข้าถึงคนทุกกลุ่ม					
3. เป็นห้องสมุดเฉพาะทางด้านศิลปวัฒนธรรม					
4. พื้นที่สามารถรองรับกิจกรรมได้หลากหลาย					
5. เป็นห้องสมุดมีบรรยากาศอบอุ่น สบายๆ ไม่เป็นทางการ					
6. การคัดเลือกหนังสือในห้องสมุดให้น่าสนใจ					
7. การจัดกิจกรรมในห้องสมุดให้มีความน่าสนใจ					
8. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรในห้องสมุดได้อย่างครบถ้วนและรวดเร็ว					
9. ประสิทธิภาพในการประสานงานและดำเนินการจัดกิจกรรม					
10. การรักษาแนวคิดและมาตรฐานของห้องสมุด					

Dream = สิ่งที่ยากได้มากที่สุด

ปัจจย	5	4	3	2	1
11. เป็นศูนย์รวมด้านศิลปวัฒนธรรม (Art & Cultural Community Complex) ขนาดใหญ่					
12. ช่วยในการขยายตัวทางความรู้และความคิด นำไปสู่การยกระดับและพัฒนาความรู้ของคนให้เท่าทันอยู่เสมอ (Media literacy)					

ปัจจัย	5	4	3	2	1
13. ช่วยสนับสนุนกลุ่มคนด้านแคววงศิลปวัฒนธรรมให้รวมตัวกันจนเป็นชุมชน (Community) เกิดการสนับสนุนแบ่งปันทรัพยากรด้านต่างๆ การขยายความร่วมมือ และพัฒนาศักยภาพไปร่วมกัน					
14. เป็นจุดหมาย (Destination) สำหรับบุคคลทั่วไป ผู้ที่สนใจนักท่องเที่ยว ช่วยสนับสนุนคนรุ่นใหม่ให้มีความสนใจในศิลปวัฒนธรรมมากขึ้น					

Design = สิ่งที่ยากมีที่สุด

ปัจจัย	5	4	3	2	1
15. ห้องสมุดมีพื้นที่และที่นั่งเพิ่มขึ้น					
16. ห้องสมุดมีพนักงานดูแลเพิ่มขึ้น					
17. ยืดเวลาการเปิด-ปิดห้องสมุด					
18. มีหนังสือหลากหลายและจำนวนมากขึ้น					
19. มีกิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่หลากหลายอย่างสม่ำเสมอ					
20. มีการเปิดอบรมหลักสูตรต่างๆ ให้แก่ผู้สนใจ					
21. มีการให้เข้าสถานที่สำหรับจัดกิจกรรม จัดประชุม หรือทำงาน					
22. มีบริการเป็นที่ปรึกษาและรับจัดงานกิจกรรม					
23. มีอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ชา กาแฟ ขนมเค้ก จำหน่าย					
24. มีบริการถ่ายสำเนาหนังสือ เอกสาร และพิมพ์งาน					
25. มีบอร์ดสำหรับฝากข่าวสารและหางาน					
26. มีระบบค้นหาข้อมูลหนังสือและเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง (Digital Archive)					

ปัจจัย	5	4	3	2	1
27. มี Web Site ของห้องสมุดที่มีเนื้อหาที่ครบถ้วน เช่น การวิจารณ์และแนะนำหนังสือใหม่ การสืบค้นข้อมูล เป็นต้น					
28. มีการนำข้อมูลกิจกรรมต่างๆมารวบรวมเป็นซีรี่ย์หนังสือจำหน่าย					
29. สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกห้องสมุด เช่น ยืมคืนหนังสือ ได้รับของที่ระลึกพิเศษจากวิทยากรแขกรับเชิญ					

Destiny = สิ่งที่มีแล้วเกิดความยั่งยืน

ปัจจัย	5	4	3	2	1
30. การนำกำไรจากการบริหารห้องสมุดมาเป็นส่วนหนึ่งในการซื้อหนังสือและสนับสนุนกิจกรรมให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น เป็นการดำเนินกิจการในลักษณะของกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

4.1 สิ่งที่ยากให้ The Reading Room มีเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

4.2 สิ่งที่ยากให้ The Reading Room ปรับปรุงแก้ไข

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล : บดินทร์ บัวหลวงงาม

วัน เดือน ปีเกิด : 21 เมษายน พ.ศ. 2525

ประวัติการศึกษา :

- 2551 - Gen-X Academy : Certificate of Studio Sound Engineer
- 2543-2548 - มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์
- 2531-2543 - โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ฝ่ายประถมและมัธยม)

ประวัติการทำงาน :

- 2557 - Creative Legend Co.,Ltd : Creative marketing apprentice
- 2555 - Academy Fantasia 9 : Live production apprentice
- 2553-2554 - Sugar Lust Cafe & Bistro : Partner
- 2551-2553 - Rock the House Group : Concert event promoter
- 2551-2553 - Swee.tdream.music Studio : Owner, Producer, Composer, and studio sound engineer
- 2550-2551 - Ixora Design Co.,Ltd : Landscape designer
- 2548-2550 - Q-bism Studio Co.,Ltd : Architect and Interior designer

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 26 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2558

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นภัทร บัณฑิต อยู่บ้านเลขที่ 8/1

ซอย 42 ถนน งามวงศ์วาน ตำบล/แขวง ลาดยาว

อำเภอ/เขต จตุจักร จังหวัด กทม. รหัสไปรษณีย์ 10900

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7550300052

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

คณะ นิเทศศาสตร์ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

โครงการพัฒนาระบบพัฒนาห้องสมุดศิลปะ The Reading Room

Improvement and Development of "The Reading Room" Art Library

ซึ่งถือ

เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า "วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวพร หวังพิพัฒน์วงศ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.ปีเตอร์ กั่น)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร