

การจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ กรุงเทพมหานคร
STUDY OF FUNCTIONAL AND ENVIRONMENTAL DESIGN FOR INDEPENDENT
BOOKSTORE IN BANGKOK



การจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ เขตกรุงเทพมหานคร

STUDY OF FUNCTIONAL AND ENVIRONMENTAL DESIGN FOR INDEPENDENT
BOOKSTORE IN BANGKOK



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการออกแบบภายใน
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



© 2561

จุฬามาศ จำปาบุรี

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารจัดการออกแบบภายใน

เรื่อง การจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ เขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย จุฑามาศ จำปาบุรี

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนธร กิตติกานต์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ธีระยุทธ ชุมสาย ณ อยุธยา)

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ รุจิพงษ์)

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก



(ดร.ภิรมย์ แจ่มใส)



(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

8 ธันวาคม 2561

จุฬามาศ จำปาบุรี. ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการออกแบบ
ภายใน, ธันวาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ เขตกรุงเทพมหานคร (111 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนธร กิตติกานต์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ เขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงกิจกรรมภายในร้าน แล้วนำมาเปรียบเทียบเพื่อหาแนวทางเสนอแนะการออกแบบที่เหมาะสมกับร้านหนังสืออิสระ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนแรก เป็นการสำรวจร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 13 ร้าน จากนั้นจึงทำการเลือกกรณีศึกษาด้วยเกณฑ์ด้านลักษณะอาคารที่เป็นตึกแถวเหมือนกัน มีขนาดพื้นที่และกิจกรรมที่ใกล้เคียงกัน จึงได้ผลการเลือกกรณีศึกษาทั้งหมด 4 ร้าน ได้แก่ Book & Belonging Dasa book café Fathom book space และ Zombie book ส่วนที่สอง คือ การลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์ การบันทึกและรังวัดพื้นที่ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาร้านนี้

ผลการศึกษาพบว่า หากต้องการทำธุรกิจร้านหนังสืออิสระ สิ่งที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่ 1) ทำเลที่ตั้ง ที่อยู่ในแหล่งชุมชน มีคนพลุกพล่านตลอดเวลา และการเดินทางที่สะดวก 2) การจัดการพื้นที่ใช้สอยภายในร้าน พบว่า ขนาดพื้นที่ภายในไม่มีผลต่อการจัดกิจกรรมที่หลากหลายภายในร้านหนังสืออิสระ เพราะการจัดการพื้นที่ใช้สอยด้วยความยืดหยุ่น เป็นรูปแบบที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด 3) ด้านสภาพแวดล้อม เน้นให้อาคารมีจุดเด่นในส่วนหน้าร้าน เน้นให้ความโปร่ง มองดูสบายตา มองเห็นได้ง่าย และแสงสว่างเป็นสิ่งสำคัญต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกอาคาร ในการรับรู้การมองเห็น 4) การจัดการด้านบริหารและการบริการสำหรับธุรกิจร้านหนังสืออิสระ คือ การสร้างกิจกรรมที่หลากหลาย ในรูปแบบหมุนเวียน และปรับเปลี่ยนได้ตามช่วงเวลานั้นๆ เพื่อให้ทันยุคทันสมัย รวมถึงการจำหน่ายหนังสือในปัจจุบันต้องอาศัยการขายทั้งในส่วนหน้าร้านและออนไลน์ควบคู่กันไป จึงทำให้เกิดรายได้มากยิ่งขึ้น

อนุมัติ:



อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Jumphaburee, J. M. Arch (Interior Architecture, Interior Design Management),
December 2018, Graduate School, Bangkok University.

Study of Functional and Environmental Design for Independent Bookstore in Bangkok.
(111 pp)

Thesis Advisor: Asst.Prof. Thanathon Kittikarn, Ph.D.

ABSTRACT

A study of management for functional space and working environment of independent bookstores in Bangkok. For to know the activities within interior space, then compare them to find the right design ideas for independent bookstores. The research was method 2 parts by the first was a survey of 13 independent bookstores in Bangkok, and then selected the case study with the same building criteria as the commercial building. The result is a selection of four case studies: Book & Belonging Dasa book café, Fathom book space, and Zombie book. The second part is the storage area by observing, interviewing, recording and surveying areas. To analyze the data useful to study.

The research results for independent bookstores. Things to consider include:
1) Location in the community. People are busy all the time. 2) The management of the interior space about the size of the interior space did not affect the various activities in the independent bookstore. Because of flexible space management. It is the most appropriate and effective form. 3) Environment The building is featured in the front. Focus on light, easy to see. And lighting is important for both indoor and outdoor environments. 4) Management and service for the independent bookshop business is to create a variety of activities. In a revolving form and adjust the time. To keep up with present time. Including the current book sales need to sell both in front of the store and online simultaneously. This leads to sustainable income.

Approved: _____



Thesis Advisor

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนธร กิตติกานต์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธิรายุ ชุมสาย ณ อยุธยา ที่ปรึกษา ร่วมวิทยานิพนธ์ซึ่งท่านได้เสียสละเวลาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ ชี้แนะแนวทางในการทำวิจัย รวมถึง การให้แง่คิด และโอกาสในการพัฒนาความสามารถเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่าน และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการทุกท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ รุจิพงศ์ และดร. ภิรมย์ แจ่มใส ที่ได้ให้คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อการทำ วิจัยในครั้งนี้ รวมถึงอาจารย์ทุกท่านที่เคยให้ความรู้ต่างๆในชั้นเรียน

ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลจากร้านหนังสือทั้ง 4 ร้าน ร้านZombie Books ร้าน Fathom Book space ร้าน Books and Belongings และร้าน Dasa book&café ที่ เสียสละเวลาให้สัมภาษณ์ ตอบคำถาม และให้ข้อมูลต่างๆเพื่อเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้ รวมถึงการให้ความร่วมมือในการแนะนำพื้นที่ภายในร้าน และหนังสือต่างๆที่มี

และที่สำคัญขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อนๆ ที่คอยเป็นแรงผลักดัน และสนับสนุนดูแลกัน มาตลอด ขอบคุณอาจารย์สิน ที่คอยช่วยเหลือให้คำปรึกษา แนะนำ และแชร์ประสบการณ์ต่างๆที่ ผ่านมาให้ฟังเสมอ

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระโยชน์ และคุณค่าอันพึงมีในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ แต่ผู้ที่นำมาใช้งาน ให้เป็นข้อเสนอแนะในการเลือกประกอบธุรกิจร้านหนังสืออิสระ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จุฑามาศ จำปาบุรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในงานวิจัย	3
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.4 สมมติฐานงานวิจัย	4
1.5 ตัวแปรในการวิจัย	4
1.6 คำถามงานวิจัย	5
1.7 ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ	5
1.8 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 บรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ความหมายของร้านหนังสือ	7
2.2 โครงสร้างของธุรกิจร้านหนังสือ	8
2.3 หลักการและพื้นฐานในการออกแบบ	16
2.4 แนวคิดและความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ	17
2.5 แนวคิดจิตวิทยาสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง	19
2.6 กรณีศึกษาร้านหนังสืออิสระ	21
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	27
3.1 การสำรวจผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	27
3.2 การสำรวจผู้ให้ข้อมูลสำคัญและกำหนดกลุ่มกรณีศึกษาในงานวิจัย	29
3.3 เครื่องมือในการวิจัย	33
3.4 การเก็บข้อมูล	34
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.1 สถานที่ตั้ง	38
4.2 การจัดการพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในร้าน	46
4.3 โครงสร้างองค์กร การบริหารและการบริการ	77
4.4 การเปรียบเทียบการจัดการพื้นที่ใช้สอย และสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน	81
4.5 สรุปการวิเคราะห์เปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน	89
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ	91
5.1 สรุปผลการศึกษา	91
5.2 สรุปข้อเสนอแนะในการจัดการพื้นที่ใช้สอย และสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ	96
5.3 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยต่อไป	99
5.4 ประโยชน์จากการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้	99
บรรณานุกรม	100
ภาคผนวก	103
ประวัติเจ้าของผลงาน	111
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในวิทยานิพนธ์	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: สถิติจำนวนร้านหนังสืออิสระที่เข้าร่วมในงาน สัปดาห์ร้านหนังสืออิสระ แห่งชาติ ตั้งแต่ พ.ศ. 2556 – 2560	3
ตารางที่ 2.1: ข้อเปรียบเทียบมูลค่าของธุรกิจหนังสือ และจำนวนผลิตรายหนังสือใหม่ ต่อประชากร	11
ตารางที่ 3.1: การเปรียบเทียบรายละเอียดร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 13 ร้าน	30
ตารางที่ 3.2: สรุปการเลือกกรณีศึกษาในงานวิจัย	32
ตารางที่ 3.3: แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)	35
ตารางที่ 4.1: การเปรียบเทียบทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้าน หนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน	45
ตารางที่ 4.2: สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Book & Belonging	52
ตารางที่ 4.3: สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Dasa Book&Café	60
ตารางที่ 4.4: สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Fathom Book Space	67
ตารางที่ 4.5: สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Zombie Books	75
ตารางที่ 4.6: สรุปการเปรียบเทียบโครงสร้างองค์กร การบริหารและการจัดการร้าน หนังสืออิสระ	79
ตารางที่ 4.7: การเปรียบเทียบขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน	82
ตารางที่ 4.8: การแสดงความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน	83
ตารางที่ 4.9: ข้อมูลพื้นที่ใช้สอยร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน	85
ตารางที่ 4.10: การวิเคราะห์เปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน	86
ตารางที่ 5.1: สรุปผลการศึกษาร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน	94
ตารางที่ 5.2: ตัวอย่างหัวข้อกิจกรรมเสวนาและสัมภาษณ์ในร้านหนังสืออิสระ	96

สารบัญภาพ

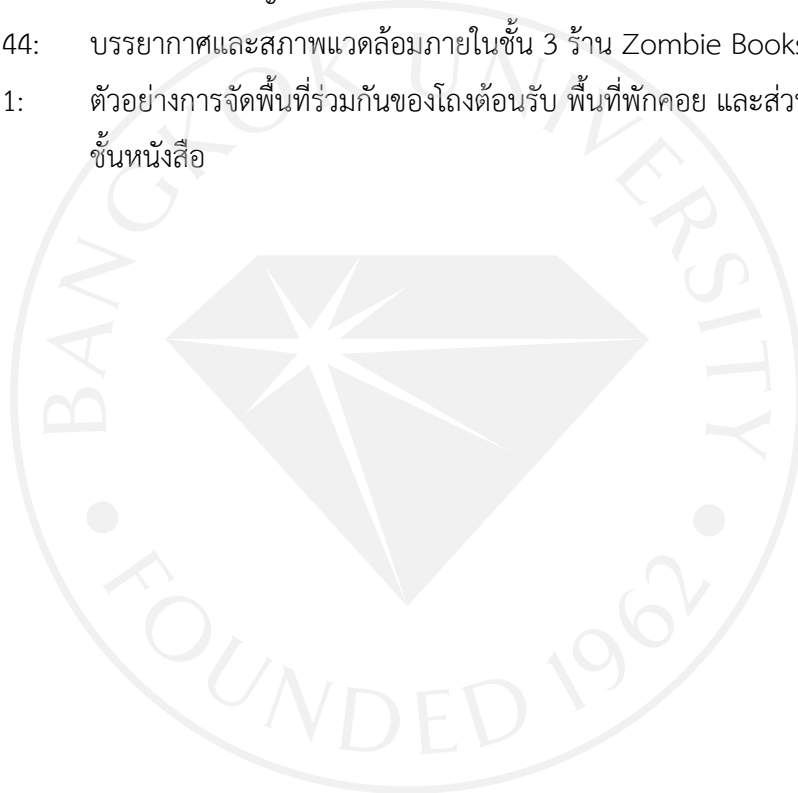
	หน้า
ภาพที่ 1.1: สถิติพฤติกรรมการอ่านของคนไทยในรอบ 10 ปี	1
ภาพที่ 1.2: กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
ภาพที่ 2.1: บรรยากาสร้านหนังสืออิสระที่มีการจัดวางหนังสือและสร้างบรรยากาศให้เชื้อเชิญ	9
ภาพที่ 2.2: หนังสือรูปเล่มที่วางขายในร้านหนังสืออิสระ	10
ภาพที่ 2.3: บรรยากาสร้านหนังสือ วิลเลจ วอยซ์ (Village Voice Bookshop) ประเทศฝรั่งเศส	22
ภาพที่ 2.4: บรรยากาศภายนอกอาคารร้าน Book Bar ในเดนเวอร์	23
ภาพที่ 2.5: บรรยากาสร้านหนังสือ Upshur Street Books	24
ภาพที่ 2.6: บรรยากาศภายนอกอาคารร้านหนังสือ Daikanyama T-Site	25
ภาพที่ 2.7: บรรยากาศภายในร้านหนังสือ Daikanyama T-Site	26
ภาพที่ 3.1: ผังแสดงความเชื่อมโยงขั้นตอนการวิจัย	28
ภาพที่ 4.1: ตำแหน่งที่ตั้งของร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน กรุงเทพมหานคร	38
ภาพที่ 4.2: ตำแหน่งที่ตั้งของร้านหนังสือ Book & Belonging	39
ภาพที่ 4.3: ลักษณะส่วนหน้าร้านหนังสือ Book & Belonging	39
ภาพที่ 4.4: ตำแหน่งที่ตั้งของร้านหนังสือ Dasa Book&Café	40
ภาพที่ 4.5: ลักษณะอาคารตึกแถวและบรรยากาศหน้าร้าน Dasa Book&Café	41
ภาพที่ 4.6: ตำแหน่งที่ตั้งของร้านหนังสือ Fathom Book Space	42
ภาพที่ 4.7: ลักษณะอาคารตึกแถวและบรรยากาศหน้าร้าน Fathom Book Space	42
ภาพที่ 4.8: ตำแหน่งที่ตั้งของร้านหนังสือ Zombie Books	43
ภาพที่ 4.9: ลักษณะอาคารตึกแถวและบรรยากาศหน้าร้าน Zombie Books	44
ภาพที่ 4.10: ผังเฟอร์นิเจอร์ร้าน Book & Belonging ทั้ง 3 ชั้น	47
ภาพที่ 4.11: ลักษณะพื้นที่และบรรยากาศภายในพื้นที่ชั้น 1 ร้าน Book & Belonging	48
ภาพที่ 4.12: ผังความสัมพันธ์ของพื้นที่การใช้งานภายในร้าน Book & Belonging	48
ภาพที่ 4.13: รูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการจัดที่นั่งพักคอยภายในพื้นที่โถงต้อนรับของร้าน Book & Belonging	48
ภาพที่ 4.14: ภาพถ่ายพื้นที่ทำงานและพื้นที่เคาน์เตอร์เครื่องดื่มและแคชเชียร์ร้าน Book & Belonging	50

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.15: แสดงเส้นทางสัญจรภายในร้าน Book & Belonging ทั้ง 3 ชั้น	51
ภาพที่ 4.16: ผังเฟอร์นิเจอร์ร้าน Dasa Book&Cafe ทั้ง 3 ชั้น	54
ภาพที่ 4.17: ภาพบรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในชั้น 1 ร้าน Dasa Book&Café	55
ภาพที่ 4.18: ภาพบรรยากาศภายในพื้นที่ร้านชั้น 2 ของร้าน Dasa Book&Café	55
ภาพที่ 4.19: ภาพบรรยากาศภายในพื้นที่ร้านชั้น 3 ของร้าน Dasa Book&Café	55
ภาพที่ 4.20: ผังความสัมพันธ์ของพื้นที่การใช้งานภายในร้าน Dasa Book&Café	56
ภาพที่ 4.21: (ก) ภาพโต๊ะนั่งพัก รูปแบบวงกลม 2 ที่นั่ง 1 ชุด และ (ข) ภาพโต๊ะสูง วางติดกระจกผนังทางเข้าร้านซึ่งวางหนังสือเป็นดิสเพลย์ร้านและนั่งพักได้	57
ภาพที่ 4.22: เคาน์เตอร์แคชเชียร์และเคาน์เตอร์เครื่องดื่มรูปตัวไอ (I)	57
ภาพที่ 4.23: แสดงเส้นทางสัญจรภายในร้าน Dasa Book&Cafe ทั้ง 3 ชั้น	58
ภาพที่ 4.24: รูปแบบชั้นวางหนังสือในร้าน Dasa Book&Café	59
ภาพที่ 4.25: ลักษณะทางสัญจรภายในร้าน ซึ่งเกิดจากการจัดวางชั้นหนังสือตาม รูปแบบอาคาร	59
ภาพที่ 4.26: ภาพแสดงจุดที่มีแสงบาดตา โดยแสงจากช่องหน้าต่างด้านหน้าอาคาร	60
ภาพที่ 4.27: ผังเฟอร์นิเจอร์ร้าน Fathom Book Space ทั้ง 3 ชั้น	62
ภาพที่ 4.28: รูปแบบชั้นวางหนังสือและเฟอร์นิเจอร์ในร้าน Fathom Book Space	64
ภาพที่ 4.29: แสดงเส้นทางสัญจรภายในร้าน Fathom Book Space ทั้ง 3 ชั้น	64
ภาพที่ 4.30: พื้นที่โถงทางเข้าและส่วนต้อนรับหน้าร้าน Fathom Book Space	65
ภาพที่ 4.31: การจัดพื้นที่ชั้นลอย ด้วยรูปแบบการนั่งพื้น แบบญี่ปุ่นของร้าน Fathom Book Space	65
ภาพที่ 4.32: ห้องอเนกประสงค์ สำหรับทำกิจกรรมที่หลากหลายของร้าน Fathom Book Space	66
ภาพที่ 4.33: ผังความสัมพันธ์ของพื้นที่การใช้งานภายในร้าน Fathom Book Space	66
ภาพที่ 4.34: ผังเฟอร์นิเจอร์ร้าน Zombie Books ชั้น 1 และ ชั้นลอย	69
ภาพที่ 4.35: ผังเฟอร์นิเจอร์ร้าน Zombie Books ชั้น 2 ชั้น 3 และชั้น 4	70
ภาพที่ 4.36: บรรยากาศและการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือชั้น 1 ร้าน Zombie Books	70
ภาพที่ 4.37: บรรยากาศและการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือชั้นลอย ร้าน Zombie Books	71
ภาพที่ 4.38: บรรยากาศและการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือชั้น 2 ร้าน Zombie Books	71

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.39: บรรยากาศและการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือชั้น 3 ร้าน Zombie Books	71
ภาพที่ 4.40: บรรยากาศและการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือชั้น 4 ร้าน Zombie Books	72
ภาพที่ 4.41: ผังความสัมพันธ์ของพื้นที่การใช้งานภายในร้าน Zombie Books	72
ภาพที่ 4.42: รูปแบบชั้นวางหนังสือและเฟอร์นิเจอร์ร้าน Zombie Books	73
ภาพที่ 4.43: แสดงเส้นทางสัญจรภายในร้าน Zombie Books ทั้ง 3 ชั้น	74
ภาพที่ 4.44: บรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในชั้น 3 ร้าน Zombie Books	75
ภาพที่ 5.1: ตัวอย่างการจัดพื้นที่ร่วมกันของโถงต้อนรับ พื้นที่พักคอย และส่วน ชั้นหนังสือ	98



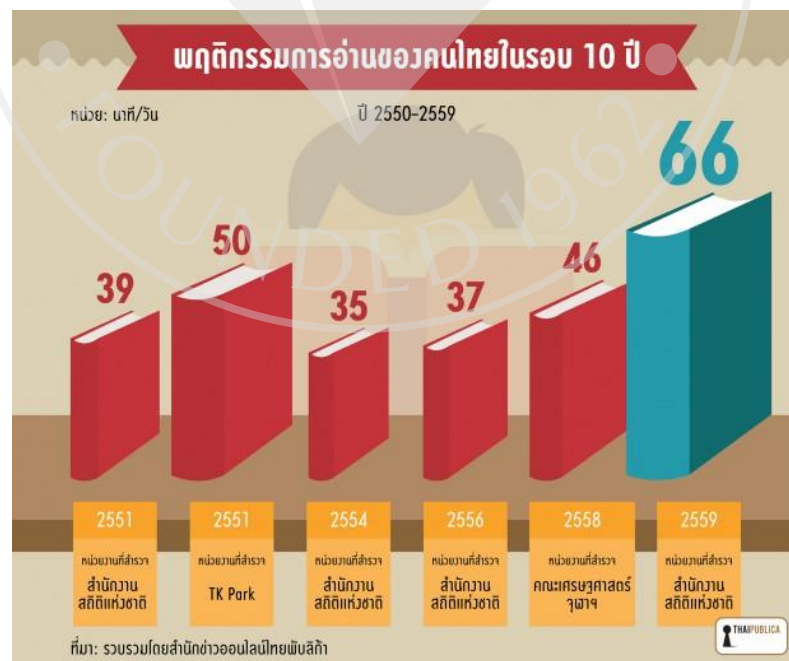
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การอ่านเป็นรากฐานแห่งปัญญา เป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการศึกษาหาความรู้และพัฒนาชีวิต นอกจากจะทำให้เกิดความรู้แล้วยังก่อให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน มีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนเติบโต ซึ่งในปัจจุบันการอ่านหนังสือของคนไทยเป็นไปในทางที่ดี โดยจากสถิติพฤติกรรมการอ่านของคนไทยในรอบ 10 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2551 ถึง พ.ศ. 2559 นั้น มีสถิติการอ่านเพิ่มมากขึ้น โดยมีสถิติการอ่านที่ 66 นาทีต่อวัน (“มายาคติ “คนไทยอ่านหนังสือน้อย” เปิดงานวิจัย”, 2559) ดังแสดงในภาพที่ 1.1 โดยยุทธศาสตร์การส่งเสริมการอ่านส่วนหนึ่งมาจากการสร้างบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการส่งเสริมการอ่าน แสวงหาภาคีเครือข่ายรวมถึงพัฒนาและเพิ่มจำนวนแหล่งการเรียนรู้ให้สามารถครอบคลุมทุกชุมชนอย่างทั่วถึง มีคุณภาพ เพื่อให้การอ่านเป็นที่สนใจมากขึ้น และพัฒนาปัจจัยต่างๆ ที่สนับสนุนและส่งเสริมการอ่านของประชาชนชาวไทย

ภาพที่ 1.1: สถิติพฤติกรรมการอ่านของคนไทยในรอบ 10 ปี



ที่มา: มายาคติ “คนไทยอ่านหนังสือน้อย” เปิดงานวิจัย 10 ปีย้อนหลัง ไม่พบข้อมูล “อ่านแค่ปีละ 8 บรรทัด”. (2559). สืบค้นจาก <https://thaipublica.org/2016/04/print-10/>.

สถิติการอ่านหนังสือที่เพิ่มขึ้นของคนไทยข้างต้น สวนทางกับธุรกิจร้านหนังสือไทยในปัจจุบัน โดยเฉพาะร้านเครือข่าย (Chain Store) หายยปิดตัวลง และในทางกลับกันร้านหนังสืออิสระกลับมีความเข้มแข็งและยืนหยัดได้ ผ่านรูปแบบการบริการที่สร้างประสบการณ์ให้กลุ่มผู้อ่านได้หลากหลายขึ้น ผ่านประวัติศาสตร์การต่อสู้เพื่อหาพื้นที่ให้กับร้านหนังสือทางเลือกและสำนักพิมพ์อิสระยาวนานกว่า 10 ปี ซึ่งเป็นการต่อสู้อย่างต่อเนื่องในแง่ตัวบุคคลและเครือข่าย โดยได้มีการจัดเสวนาถึงแนวทางการอยู่รอดของร้านหนังสืออิสระขนาดเล็กในวงการหนังสือไทยมาอย่างต่อเนื่อง จัดครั้งแรกโดยเครือข่ายธุรกิจหนังสืออิสระขนาดเล็ก (คสล.) ดังตารางที่ 1.1 ได้เริ่มตระหนักถึงที่อยู่ที่ยืนของกลุ่มตัวเองที่ถูกผลักดันด้วยระบบร้านหนังสือขนาดใหญ่ จึงได้มีการจัด สัปดาห์ร้านหนังสืออิสระแห่งชาติ ครั้งที่ 1: พลังขับเคลื่อนของกลุ่ม Stand Alone ขึ้นครั้งแรกเมื่อ 22-29 มิถุนายน 2556 จัดโดย สัปดาห์ร้านหนังสืออิสระแห่งชาติ ครั้งที่ 1' (สอช.) ต่อเนื่องมาจนถึงปี 2560 เพื่อแสดงพลังสามัคคีของกลุ่มร้านหนังสืออิสระเล็กๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ต่อผู้อ่าน จึงจำเป็นต้องหาทางอยู่รอด ซึ่งในปัจจุบันที่ร้านหนังสืออิสระเพิ่มขึ้นในรูปแบบการจัดการที่แตกต่างกันออกไป ตามผู้บริหารร้านนั้นๆ ดังที่ เรืองเดช จันทรศิริ ได้กล่าวไว้ว่า “ร้านหนังสืออิสระจะเป็นกระแสนิยมของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการอ่านสาระบันเทิงใหม่ๆ ด้วยวิธีการใหม่ที่ผสมผสานหลายสื่อเข้าด้วยกัน โดยยังมีตัวหนังสือกระดาษเป็นแกนกลางอยู่” และดังที่เอ็ดการ์ โร ได้กล่าวไว้ว่า “จากร้านหนังสือ (Bookshop) สู่พื้นที่เรียนรู้หรือพื้นที่กิจกรรม (Bookspace) ทุกวันนี้ไม่มีใครไปร้านหนังสือ เพื่อซื้อหนังสืออย่างเดียวอีกต่อไปแล้ว” (“เปิดทางรอด ‘ร้านหนังสืออิสระ’: ล้อมวงคุย”, 2560) ด้าน Brandbuffet ให้ความเห็นว่า การปรับตัวของร้านหนังสืออิสระมีทิศทางเดียวกันคือ ปรับร้านให้มีความเป็นวิถีชีวิต (Lifestyle) มากขึ้น เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า (Customer Experience) เช่น การเพิ่มร้านกาแฟ การจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับหนังสือภายในร้าน ให้เป็นพื้นที่ขายประสบการณ์ ดึงดูดคนให้มากขึ้น (“ผ่าทางตัน “ร้านหนังสือ” จะอยู่รอด”, 2560) หรือการพบ 1 ใน 3 ปัจจัยหลักในการอยู่รอดของร้านหนังสืออิสระคือ Curation ร้านหนังสือต้องปรับตัวโดยทำหน้าที่เป็นศูนย์ปัญญา (Intellectual Center) สำหรับลูกค้าที่คิดหรือมีความสนใจตรงกัน ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น งานเซ็นหนังสือ บอร์ดเกม จัดกลุ่มอ่านหนังสือ (ทีปกร วุฒิพิทยามงคล, 2560) เป็นต้น ซึ่งทิศทางในการปรับตัวดังกล่าว เป็นที่น่าสนใจว่า เมื่อร้านหนังสืออิสระมีเพิ่มการจัดกิจกรรมภายในร้านที่ไม่ได้มีเพียงส่วนขายหนังสือเพียงอย่างเดียว นั้น จะมีรูปแบบการจัดพื้นที่ใช้สอยในรูปแบบใดบ้าง มีรูปแบบกิจกรรมอะไรบ้างในการดึงดูดความสนใจจากลูกค้า สภาพแวดล้อมหรือแนวคิดในการออกแบบพื้นที่เป็นอย่างไร เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

ตารางที่ 1.1: สถิติจำนวนร้านหนังสืออิสระที่เข้าร่วมในงาน สัปดาห์ร้านหนังสืออิสระแห่งชาติ ตั้งแต่ พ.ศ. 2556 – 2560

ครั้งที่	ช่วงเวลาจัดงาน	จำนวนร้านหนังสือที่เข้าร่วมทั่วประเทศ (ร้าน)	จำนวนร้านหนังสือในกรุงเทพฯ (ร้าน)
1	22-29 มิถุนายน 2556	15	5
2	21-29 มิถุนายน 2557	41	8
3	20-28 มิถุนายน 2558	55	19
4	17-26 มิถุนายน 2558	30	10
5	24 มิถุนายน -2 กรกฎาคม 2560	37	9

ที่มา: เครือข่ายธุรกิจหนังสืออิสระขนาดเล็ก (คสล.). (2556). *สัปดาห์ร้านหนังสืออิสระแห่งชาติ ครั้งที่1: พลังขับเคลื่อนของกลุ่ม stand alone*. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/508862>.

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว รวมถึงการส่งเสริมการอ่านทั้งภาครัฐบาลและเอกชน จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยนี้ เน้นการศึกษาร้านหนังสืออิสระที่กำลังเติบโตในปัจจุบัน เพื่อศึกษาการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในร้านหนังสืออิสระ กิจกรรมภายในที่เป็นการปรับบรรยากาศใหม่ในการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ตลอดชีวิตได้ ซึ่งรูปแบบร้านหนังสืออิสระในปัจจุบันยังไม่มีรวบรวมข้อมูลเชิงกายภาพที่สามารถนำมาเป็นข้อมูล รวมทั้งแนวคิดและแนวทางในการออกแบบร้านหนังสืออิสระว่าเป็นมาอย่างไร มีองค์ประกอบหรือส่วนเสริมใดบ้างที่สร้างสภาพแวดล้อมให้ร้านหนังสืออิสระเป็นที่นิยมและน่าเข้าไปใช้งานมากขึ้น โดยการศึกษาจากสถานที่จริงของร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพมหานคร

1.2 วัตถุประสงค์ในงานวิจัย

1.2.1 เพื่อเสนอแนะแนวทางในการจัดพื้นที่ใช้สอยให้สอดคล้องกับกิจกรรมและสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เหมาะสมของร้านหนังสืออิสระในปัจจุบัน

1.2.2 เพื่อศึกษาการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในร้านหนังสืออิสระ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมที่ส่งเสริมการบริการของร้านหนังสืออิสระ จังหวัด กรุงเทพมหานคร

1.2.4 เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา โดยทำการศึกษาเฉพาะร้านหนังสืออิสระ ใน กรุงเทพมหานคร

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยศึกษาการจัดการพื้นที่ใช้สอยภายใน รูปแบบกิจกรรมการ ให้บริการ และการสร้างสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ ด้านแสงสว่าง รูปแบบผนัง ฝ้าเพดาน

1.3.3 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ด้านรูปแบบอาคาร ตึกแถว เนื่องจากเป็นตัวแปรควบคุมในการวิเคราะห์เปรียบเทียบขนาดพื้นที่แบบเดียวกัน ขนาด ใกล้เคียงกัน เพื่อให้ทราบความแตกต่างในการจัดพื้นที่ใช้สอยภายใน

1.3.3 เสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการออกแบบพื้นที่และสภาพแวดล้อมของร้านหนังสือ อิสระ

1.4 สมมติฐานงานวิจัย

1.4.1 การสร้างกิจกรรมที่หลากหลายในร้านหนังสืออิสระ สามารถส่งเสริมการขายหนังสือได้

1.4.2 การจัดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสืออิสระควรแยกพื้นที่ชัดเจนตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น

1.4.3 สภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในร้านหนังสืออิสระที่ดีคือการตกแต่งร้านในรูปแบบ ทันสมัย

1.5 ตัวแปรในการวิจัย

1.5.1 ตัวแปรต้น

- 1) ทำเลที่ตั้งโครงการ
- 2) ขนาดพื้นที่ภายในอาคาร
- 3) ลักษณะกิจกรรม
- 4) รูปแบบการให้บริการ

1.5.2 ตัวแปรตาม

- 1) รูปแบบการจัดพื้นที่ใช้สอยภายใน

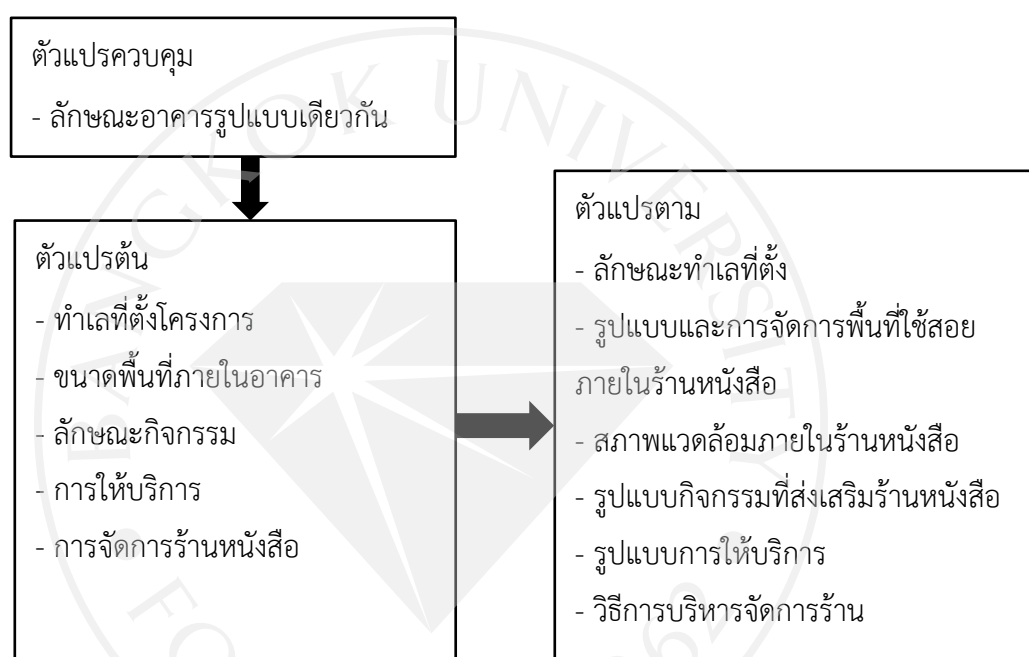
2) รูปแบบกิจกรรม

3) สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ต้องการ

1.5.3 ตัวแปรควบคุม

1) ลักษณะอาคาร

ภาพที่ 1.2: กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.6 คำถามงานวิจัย

1.6.1 การจัดพื้นที่ใช้สอยภายในอย่างไรให้สอดคล้องและเหมาะสมกับกิจกรรมที่จัดขึ้นภายในร้านที่มีความหลากหลาย

1.6.2 สภาพแวดล้อมทางกายภาพรูปแบบใดที่เหมาะสมและเชื่อเชิญให้กับร้านหนังสืออิสระ

1.6.3 เมื่อเปรียบเทียบการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสือจากรูปแบบอาคารเดียวกันรูปแบบใดมีการจัดพื้นที่ให้สอดคล้องกับผู้ใช้งานมากที่สุด

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ได้ทราบลักษณะกิจกรรมที่ส่งเสริมและสามารถทำร่วมกันกับร้านหนังสืออิสระได้ดี

1.7.2 ได้ทราบถึงรูปแบบการจัดพื้นที่ใช้สอยและลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในร้านหนังสืออิสระว่าเป็นไปในทิศทางใดจึงเป็นการปรับตัวอย่างเหมาะสมกับปัจจุบัน

1.7.3 ได้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการพื้นที่ใช้สอยอย่างเหมาะสมของร้านหนังสืออิสระ สำหรับผู้ประกอบการที่สนใจในธุรกิจนี้

1.8 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ร้านหนังสือ หมายถึง ร้านที่จำหน่ายหนังสือประเภทต่าง ๆ ที่มีลิขสิทธิ์มาจากในประเทศและต่างประเทศ โดยร้านหนังสือนั้นอาจแบ่งเป็นในหลากหลายประเภท เช่น ร้านที่จำหน่ายหนังสือใหม่และหนังสือเก่า ร้านที่จำหน่ายหนังสือในประเทศและหนังสือต่างประเทศ ฯลฯ ร้านหนังสือนี้มีประวัติความเป็นมาอันยาวนานนับหลายพันปีโดยเชื่อว่าเริ่มต้นมาจากประเทศในแถบยุโรปและมาสู่ยุคร้านหนังสือสมัยใหม่โดยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการพิมพ์

ร้านหนังสืออิสระ หมายถึง ร้านหนังสือที่ไม่ได้มีการจัดการจากส่วนกลาง ร้านที่ไม่มีค่าย ไม่มีสังกัด และทำด้วยความตั้งใจเพื่อส่งเสริมให้คนรักการอ่าน (สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ, 2548) ร้านหนังสืออิสระจะมีเอกลักษณ์เป็นตัวของตัวเอง มีจุดเด่นคือบรรยากาศภายในร้าน การบริการและจัดกิจกรรมที่หลากหลายและน่าสนใจ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถกำหนดรูปแบบของร้านให้สอดคล้องกับนักอ่านและความต้องการของท้องถิ่นนั้นๆ ได้ นอกจากนี้นักอ่านเองก็มีส่วนร่วมกำหนดบทบาทของร้านให้เป็นมากกว่าสถานที่ซื้อขายหนังสือได้ (สิรินันท์ ห่อหุ้ม, 2556)

ร้านหนังสือเครือข่าย (Chain Store) หมายถึง ร้านค้าปลีกเครือข่ายของร้านหนังสือขนาดใหญ่ ที่มีการลงทุนสูงและขยายเครือข่ายไปทั่วประเทศในชื่อร้านเดียวกัน

สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นกลไกของการควบคุมพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมของมนุษย์ที่อยู่ร่วมกัน โดยมีการตอบสนองและจะสะท้อนออกมาในลักษณะของ บริบท ที่ว่างหรือพื้นที่ว่าง ภูมิทัศน์ ธรรมชาติ ภูมิอากาศ เป็นต้น (นิรันดร์ ทองอรุณ, 2557)

สภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในอาคาร หมายถึง ประเภทการใช้งานของพื้นที่ โดยมีแนวคิดของสภาพแวดล้อมที่ประกอบด้วยความสะดวก การเว้นจังหวะที่ว่าง การให้น้ำหนัก ความกลมกลืน สัดส่วน และขนาด ซึ่งเป็นองค์ประกอบภายในที่ใช้คำนึงถึงการออกแบบและการแก้ปัญหาของสภาพแวดล้อมภายในอาคาร (Kisuk, 1997)

สภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน เป็นองค์ประกอบโดยรวมภายในที่ประกอบไปด้วยเฟอร์นิเจอร์ สี แสง ความเป็นส่วนตัว มุมมอง เสียงและกลิ่นรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พื้นที่นั้นๆ มีความสำคัญในการสร้างประสบการณ์และการตัดสินใจของผู้ใช้งานในพื้นที่ (เมธิณี ภิญโญประการ, 2558)

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมถึงข้อมูลสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ตที่ผู้วิจัยจะนำมาใช้ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ กรุงเทพมหานคร โดยมีประเด็นดังต่อไปนี้

- 2.1. ความหมายของร้านหนังสือ
- 2.2 โครงสร้างของธุรกิจร้านหนังสือ
- 2.3 หลักการและพื้นฐานในการออกแบบ
- 2.4 แนวคิดในการออกแบบร้านหนังสือ
- 2.5 แนวคิดและความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ
- 2.6 แนวคิดจิตวิทยาสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรณีศึกษาร้านหนังสืออิสระ

2.1 ความหมายของร้านหนังสืออิสระ

ร้านหนังสือ หมายถึง ร้านที่จำหน่ายหนังสือประเภทต่าง ๆ ที่มีลิขสิทธิ์มาจากในประเทศ และต่างประเทศ โดยร้านหนังสือนั้นอาจแบ่งเป็นในหลากหลายประเภทเช่น ร้านที่จำหน่ายหนังสือใหม่ และหนังสือเก่า ร้านที่จำหน่ายหนังสือในประเทศและหนังสือต่างประเทศ ฯลฯ ร้านหนังสือนี้นับประวัติความเป็นมาอันยาวนานนับหลายพันปีโดยเชื่อว่าเริ่มต้นมาจากประเทศในแถบยุโรปและมาสู่ยุคร้านหนังสือสมัยใหม่โดยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการพิมพ์

ร้านหนังสืออิสระ หมายถึง ร้านหนังสือที่ไม่ได้มีการจัดการจากส่วนกลาง ไม่มีสังกัด และทำด้วยความตั้งใจ เพื่อส่งเสริมให้คนรักการอ่าน (สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ, 2548, หน้า 22)

ร้านหนังสืออิสระ หมายถึง ร้านหนังสือที่มีเอกลักษณ์ มีความเป็นตัวของตัวเอง สามารถกำหนดรูปแบบของร้านให้สอดคล้องกับนักอ่านและความต้องการของท้องถิ่นนั้นๆ ได้ ทั้งนักอ่านในชุมชนเองก็มีส่วนร่วมกำหนดบทบาทหน้าที่ของร้านมากไปกว่าการเป็นสถานที่ซื้อขายหนังสือ (สิรินันท์ ห่อหุ้ม, 2556)

ร้านหนังสืออิสระหรือร้านหนังสือขนาดเล็ก หมายถึง ร้านที่มีจุดเด่น คือ บรรยากาศ ปัจจุบันพัฒนารูปแบบให้มีลักษณะเฉพาะตัวของตัวเองมากขึ้นเรื่อยๆ มีตั้งแต่ ‘กาแฟ’ ที่เป็นเอกลักษณ์ หรือการสร้างกลิ่นอายในแบบเฉพาะตัวที่เจ้าของร้านถูกใจ รวมถึงสร้างความประหลาดใจให้กับคอบหนังสือหรือลูกค้าอย่างไม่คาดฝัน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือใหม่หรือเก่าสักเล่มที่หายากแต่มีวางจำหน่ายในร้าน

ทางร้านมีการรับซ่อมหรือบูรณะปรับปรุงหนังสือเก่า มีการจัดสนทนาและเสวนากับนักเขียนชื่อดัง หรือนักเขียนคนโปรดของลูกค้าประจำโดยเฉพาะ การได้พบหน้าค่าตานักเขียนคนโปรด เรื่อยไปจนถึง การได้สนทนาแลกเปลี่ยนเรื่องหนังสือกับพนักงานประจำร้านที่มีความรู้เรื่องหนังสือดี มีโอกาสได้ ลายเซ็นของนักเขียนเจ้าของผลงาน รวมถึงการจัด การจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีเอกลักษณ์ของทางร้านที่ ไม่มีใครเลียนแบบได้ (พิศาล ศรัทธาเปี่ยม, 2558)

ร้านหนังสืออิสระในต่างประเทศ คือ ร้านหนังสือมักตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน แต่ละร้านที่ความ แตกต่างกัน มีตัวตนของตนเอง เจ้าของร้านหนังสือรักและอุทิศชีวิตตนเองให้กับหนังสือ ชักชวนให้ ลูกค้าสนับสนุนธุรกิจภายในชุมชนตัวเอง สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่น มีความกระตือรือร้นในการทำ สิ่งที่ดีอย่างมาก มีแนวทางของตัวเองในการเลือกหนังสือเข้าร้าน หรือเลือกที่จะโปรโมทงานขึ้นไหน หรือผลงานของนักเขียนคนใดเป็นพิเศษ แทนที่จะขายแต่หนังสือขายดี เหมือนๆ กัน แต่ร้านหนังสือ จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่พิเศษให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าได้ค้นพบหนังสือเล่มใหม่ๆ ผลงานของ นักเขียนบางคนที่ยังไม่ได้รับความนิยม ก็อาจจะเริ่มมีคนอ่านมากขึ้น โดยที่ร้านหนังสือทำตัวเองให้ เป็นศูนย์กลางทางปัญญา โดยการจัดกิจกรรมต่างๆ งานเสวนา เพื่อให้คนที่มีความสนใจเหมือนๆ กัน มาพบปะพูดคุยกัน (สำนักพิมพ์ประพันธ์สาส์น ชุมชนคนรักการอ่าน, 2561)

จากการศึกษานิยามและความหมายของร้านหนังสืออิสระ สามารถสรุปได้ว่า ร้านหนังสือ อิสระ หมายถึง ร้านหนังสือที่เจ้าของร้านตั้งใจทำด้วยใจรัก มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสูง มีอิสระ ในการจัดการทั้งด้านการออกแบบร้าน รูปแบบการขายการบริการ และการนำเสนอจัดกิจกรรมที่ น่าสนใจ เพื่อนำเสนอต่อลูกค้าหรือผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกัน นอกจากนี้ ภายในร้านหนังสืออิสระมีการ ให้บริการอย่างอื่นที่มากกว่าขายหนังสือ การสร้างบรรยากาศที่ดี ขายประสบการณ์กับพื้นที่ของร้าน หนังสือควบคู่กับหนังสือ เช่น จัดกิจกรรมเสวนา จัดกิจกรรมศิลปะ มีมุมขายกาแฟและพื้นที่นั่งดื่ม กาแฟ มีพื้นที่นั่งทำงานได้ โดยสร้างพื้นที่และกิจกรรมที่หลากหลายให้สอดคล้องกัน จึงเป็นทิศทาง ของร้านหนังสืออิสระในปัจจุบัน

2.1.1 ข้อดีของร้านหนังสืออิสระ

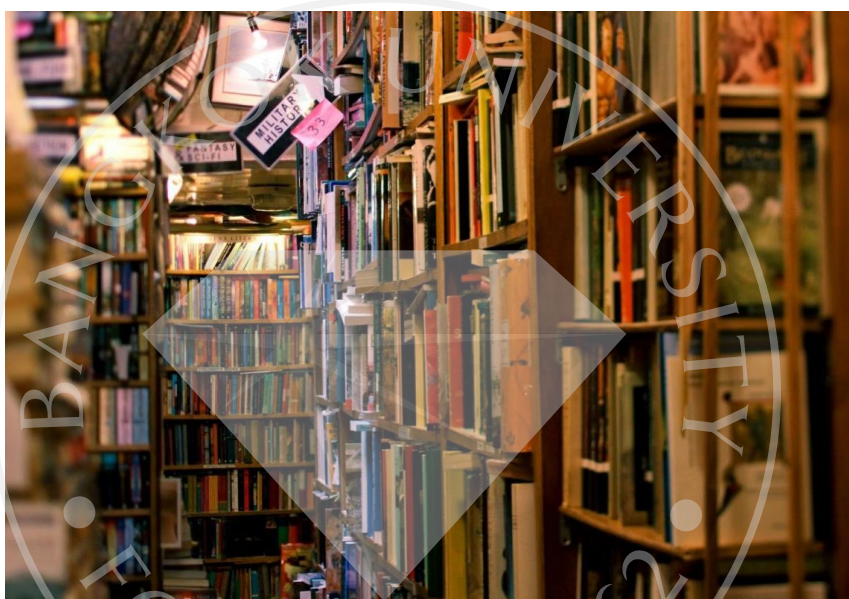
1) พื้นที่ทางกายภาพ (Physical Space) มีการจัดวางหนังสือและสร้างสรรค์ บรรยากาศของร้านให้น่าเข้าไปเยือน เชื่อเชิญให้ไปสัมผัสเลือกดู เลือกซื้อหนังสือ ซึ่งเป็นการเพิ่ม โอกาสในการขายที่ร้านค้าออนไลน์ไม่สามารถทำได้ ดังภาพที่ 2.1

2) ครอบรู้เรื่องหนังสือ (Book Knowledge) ด้วยพนักงานในร้านหนังสืออิสระมักมี ความเป็นนักอ่านอยู่ในตัว ทำให้รู้จักหนังสือหลากหลายประเภทมากพอที่จะแนะนำและบอกต่อ เรื่องราวโดยย่อของหนังสือแต่ละเล่มให้กับผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี ซึ่งนับว่าเป็นบริการคุณภาพที่หาได้ยาก จากที่อื่น

3) ความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) เป็นความเชื่อมโยงระหว่างนักอ่านและร้านหนังสือ ที่สร้างบรรยากาศในการอ่านให้เกิดความประทับใจต่อร้านได้

4) เอกลักษณ์ของลูกค้า (Customer Identity) นักอ่านเป็นผู้ช่างเลือกสรร รู้จักหนังสือดีและหลากหลาย ทำให้ลูกค้ามีความกระตือรือร้นต่อการอ่าน จนเกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และรวมไปถึงให้ความรักกับร้านหนังสือด้วย

ภาพที่ 2.1: บรรยากาศร้านหนังสืออิสระที่มีการจัดวางหนังสือและสร้างบรรยากาศให้เชิญชวน



ที่มา: เสน่ห์ร้านหนังสืออิสระในต่างประเทศ. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก
<https://board.postjung.com/804746>.

2.1.2 ข้อจำกัดของร้านหนังสืออิสระ

1) หนังสือมีจำนวนจำกัด (Limited Selection) กรณีนี้ถือเป็นข้อจำกัดในแง่ที่ว่า บางครั้งผู้ซื้ออาจต้องการหนังสือเฉพาะด้านที่ไม่มีจำหน่ายในร้านหนังสือ อาจเป็นเรื่องยากที่จะรอและจ่ายเงินเต็มราคา ในเมื่อมีทางเลือกที่จะสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์ได้ในราคาที่ถูกลงและได้รับสินค้าในเวลาใกล้เคียงกัน

2) กระแสเงินสด (Cash Flow) นับเป็นปัญหาที่พบได้ในธุรกิจแทบทุกประเภท เจ้าของร้านต้องบริหารจัดการระหว่างจำนวนหนังสือกับจำนวนเงินสดที่หมุนเวียนในการทำธุรกิจ

3) รูปแบบที่จำกัด (Limited Formats) อาจเป็นข้อจำกัดที่สำคัญอีกข้อหนึ่ง ร้านหนังสืออิสระจำหน่ายเพียงหนังสือที่เป็นรูปเล่ม ในขณะที่ร้านหนังสือขนาดใหญ่มีการสร้างแพลตฟอร์มหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมา ทำให้สามารถจำหน่ายหนังสือให้กับลูกค้าที่อ่านผ่าน e-Book Reader ได้อีกช่องทางหนึ่งด้วย (ภาวิณี ปานน้อย, 2558) ดังภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2: หนังสือรูปเล่มที่วางขายในร้านหนังสืออิสระ



2.2 โครงสร้างของธุรกิจร้านหนังสือ

ธุรกิจหนังสือในประเทศไทยถือว่าเป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็กมากเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้วหลายๆประเทศหนังสือของประเทศไทยนั้นมีขนาดเล็กในแง่ของมูลค่าของธุรกิจ ซึ่งจำนวนของหนังสือใหม่ต่อปีนั้น กลับสวนทางกับจำนวนหนังสือใหม่ต่อประชากร เห็นได้ชัดว่าบางประเทศที่มีมูลค่าธุรกิจหนังสือน้อยกว่าประเทศไทย แต่กลับผลิตหนังสือได้มากกว่าประเทศไทย ทั้งจำนวนที่ผลิตได้ต่อปีและหนังสือใหม่ต่อประชากร (สมคิด พุทธศรี, 2557) ดังตารางเปรียบเทียบที่ 2.1

ตารางที่ 2.1: ข้อเปรียบเทียบมูลค่าของธุรกิจหนังสือ และจำนวนผลิตงานหนังสือใหม่ต่อประชากร

ประเทศ	มูลค่าของธุรกิจ (ล้าน เหรียญสหรัฐ ฯ)	จำนวนปกหนังสือ ที่ ผลิต (ต่อปี)	จำนวนหนังสือใหม่ต่อ ประชากร (ต่อหนึ่งล้านคน)
สหรัฐอเมริกา (2553)	27,100	316,480	1,018
อังกฤษ (2553)	5,034	151,969	2,156
ญี่ปุ่น (2553)	9,166	74,714	586
เกาหลีใต้ (2552)	2,558	42,191	863
ไต้หวัน (2553)	1,543	35,000	1,522
จีน (2553)	13,630	328,000	245
อินเดีย (2550)	2,153	100,000	87
ไทย (2554)	681	15,086	236
เวียดนาม (2553)	71	24,589	299

ที่มา: สมคิด พุทธศรี . (2557). *บทสำรวจองค์ความรู้และข้อเสนอว่าด้วยบทบาทของรัฐในการสนับสนุนธุรกิจหนังสือและการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ*. สืบค้นจาก <http://v-reform.org/v-report/column-book-market-community/>.

2.2.1 แนวทางการทำธุรกิจร้านหนังสือ

ร้านหนังสือเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันปานกลาง มีความเติบโตควบคู่ไปกับการพัฒนาของคนในประเทศ เพราะยังคนในประเทศหันมาสนใจความรู้มากเท่าใด นักเขียนก็มีมากขึ้น เขียนผลงานมากขึ้น ทำให้ร้านขายหนังสือสามารถขายได้มากขึ้นเช่นกัน และธุรกิจนี้ถือเป็นธุรกิจที่มีระยะเวลาในการทำธุรกิจที่ยาวนาน ทำให้การลงทุนต้องใช้เวลาในการคืนทุนพอสมควร โดยกำไรของธุรกิจนี้จะคงที่อยู่ที่ประมาณ 10-20 เปอร์เซ็นต์ เพราะไม่สามารถขึ้นราคาเกินกว่าปกได้ ทำให้อาชีพนี้มีความเสี่ยงที่ต้องยอมรับอยู่พอสมควร (“รู้จักกับธุรกิจเปิดร้านหนังสือ”, 2557)

2.2.1.1 การลงทุน การเปิดร้านหนังสือจำเป็นต้องมีสถานที่และทำเลที่ตั้งที่ดี โดยร้านหนังสือจำเป็นต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้

- 1) หนังสือ สามารถส่งหนังสือผ่านตัวแทนหน่วยของสำนักพิมพ์ หรือส่งหนังสือโดยตรงจากสำนักพิมพ์ได้

2) ชั้นวางรูปแบบต่างๆ ขึ้นอยู่กับการออกแบบร้าน และบรรยากาศที่ผู้ประกอบการต้องการให้ร้านเป็นแบบไหน

3) เครื่องเก็บเงิน หรือที่เรียกว่าแคชรีจิสเตอร์ ขึ้นอยู่กับขนาดและความสามารถของเครื่อง

2.2.1.2 ทำเลการเปิดร้าน ทำเลของร้านหนังสือถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด จำเป็นต้องอยู่ในบริเวณที่มีคนผ่านตลอดวัน อาจจะเป็นในเขตชุมชนใหญ่ๆ หน้าร้านสะดวกซื้อ หรือบริเวณที่มีการเปิดตลาดต่างๆ หรือเป็นทำเลที่รองลงมาคือ การเปิดตามหน้าสถานศึกษา ตามบริษัทต่างๆ ทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายขึ้น

2.2.1.3 กลุ่มลูกค้า ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งเป็นส่วนใหญ่ เพราะทั้งอายุ เพศ หรืออาชีพต่างก็มีความสนใจในหนังสือด้วยกันทั้งสิ้น ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจะมาจากคนที่เดินผ่านไปมาหน้าร้าน จากนั้นอาจจะลงลึกเข้าไปถึงกลุ่มลูกค้า เช่น ร้านหนังสือในเซียร์รังสิต จะขายหนังสือ IT การหาเงินจากอินเทอร์เน็ต ส่วนร้านหน้ามหาวิทยาลัยจะเป็นหนังสือวิชาการตามสายอาชีพต่างๆ

2.2.1.4 การติดต่อซื้อหนังสือ ผู้จัดจำหน่ายหนังสือในเมืองไทยมีมากมาย บริษัทใหญ่ทุกบริษัทต่างมีหน่วยจัดจำหน่ายเตรียมไว้ โดยมีตัวแทนคอยให้คำปรึกษาในเรื่องการสั่งซื้อหนังสือโดยเฉพาะ ซึ่งจะประเมินจากทำเลและกลุ่มลูกค้าในบริเวณร้านหนังสือที่เปิด

2.2.1.5 เทคนิคการขาย การขายหนังสือหรือการรักษาภาพสต็อกถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะสามารถลดค่าใช้จ่ายในการสต็อกหนังสือไว้ ทำให้ไม่ต้องทำการขายเลหลังในกรณีหนังสือตกยุคสมัย และการให้ความซื่อสัตย์และจริงใจต่อลูกค้า การสร้างความประทับใจและทำให้ลูกค้ากลับมาอีกครั้ง

2.2.2 แนวคิดในการออกแบบร้านหนังสืออิสระ มีปัจจัยหลักๆ 3 ปัจจัยด้วยกัน คือ

1) Community คือ การสร้างร้านที่อยู่ภายใต้แนวความคิดคุณค่าแบบท้องถิ่น ร้านหนังสือจะต้องมีความสัมพันธ์กับชุมชนนั้นๆ ต้องสามารถทำให้คนอื่นเห็นค่าของร้านและชุมชนด้วย

2) Curation คือ หนังสือของร้านจะต้องไม่เป็นหนังสือที่ขายดีหรือเป็นที่นิยม แต่เป็นหนังสือที่แสดงความเป็นตัวตนและจุดยืนของร้าน ซึ่งเป็นบทบาทที่สำคัญของร้านหนังสืออิสระ การทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการค้นพบ จะทำให้นักอ่านรู้จักหนังสือและนักเขียนที่ผู้อ่านไม่รู้จัก

3) Convening คือ การปรับตัวของร้านหนังสือตามรูปแบบต่างๆ โดยการทำหน้าที่เป็น “ศูนย์ปัญญา” สำหรับลูกค้าที่มีความสนใจตรงกัน เช่น การเล่นเกม การเซ็นต์หนังสือโดยนักเขียน (ทิปกร วุฒิพิทยามงคล, 2560)

2.2.3 การปรับตัวของร้านหนังสือในปัจจุบันและกรณีศึกษา

จากพฤติกรรมของผู้อ่านหรือผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน โดยมีโลกออนไลน์เข้ามาเป็นตัวกลางแทนร้านหนังสือ ทำให้ผู้คนคุ้นชินกับการรับข้อมูลได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านสมาร์ตโฟน

ส่วนตัว ความจำเป็นในการเดินทางไปหาซื้อหนังสือจึงเริ่มลดน้อยลงไป ร้านหนังสือจึงจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนไป โดยจากการศึกษาค้นคว้าผ่านแนวคิดของผู้ประกอบการร้านหนังสืออิสระ มีแนวคิดในการปรับตัว ดังต่อไปนี้ (“การปรับตัวของ ร้าน (ขาย) หนังสือ”, 2560)

ดวงฤทัย เอสนาชาตัง บรรณาธิการสำนักพิมพ์ระหว่างบรรทัดและเจ้าของร้านหนังสือก๊องดิด (Candide Books) ได้ค้นพบจุดลงตัวในการอยู่ได้ทางธุรกิจของร้านหนังสืออิสระ ได้แก่

- 1) การคงความเป็นร้านหนังสือขนาดเล็ก
- 2) การมีกาแฟให้บริการ เป็นการเพิ่มรายได้ช่องทาง เพราะคนอาจจะไม่ซื้อหนังสือ แต่อย่างน้อยก็ซื้อกาแฟ
- 3) การใช้สื่อออนไลน์เป็นอีกช่องทางในการขายหนังสือ ประชาสัมพันธ์
- 4) การมีเอกลักษณ์ (Unique) แตกต่างจากคนอื่น เป็นสิ่งสำคัญ

จากวิธีการปรับตัวทั้ง 4 ข้อดังกล่าว ร้านหนังสือต้องปรับตัวให้เข้ากับกระแสยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยร้านหนังสือก๊องดิด นอกจากมีส่วนร้านกาแฟ ห้องสมุด ที่ช่วยให้มีรายได้เพิ่มขึ้นแล้ว ยังใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการโฆษณา รวมถึงเป็นช่องทางในการสั่งซื้อ ทั้งเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม ปัจจุบันทำให้มียอดขายจากทางออนไลน์ถึงเกือบ 1 ใน 3 ของยอดขายทั้งหมด อีกจุดแข็งของร้านหนังสือก๊องดิด คือการเป็นร้านหนังสือขนาดเล็ก เมื่อเศรษฐกิจโดยรวมตกลง จึงไม่ได้กระทบกับยอดขายของร้านมากนัก อีกอย่างก็คือ “ทำเล” บริเวณท่าเรือคลองสาน ซึ่งใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดความแตกต่างจากร้านอื่นๆ มีพื้นที่ในการเสวนา รวมถึงการมี “เอกลักษณ์” แตกต่างจากร้านหนังสืออื่นๆ คือการออกแบบร้าน ที่มีรูปลักษณ์คล้ายโกดัง มีต้นไทรโบราณขนาดใหญ่ตั้งอยู่ ซึ่งให้ความร่มรื่นแก่ผู้ที่มาดื่มกาแฟ อ่านหนังสือ พักผ่อน ทำให้ผู้ผ่านไปผ่านม่ายุ่เป็นที่ระลึกได้

พิมพ์สุตา วรพงศ์พิเชษฐ ผู้จัดการร้านหนังสือบุ๊คบูรี (Bookburi) ซึ่งเริ่มต้นกิจการจากการปรับปรุงร้านและรูปแบบการขายใหม่จากกิจการของครอบครัว มีการทำการตลาดใหม่เพื่อรองรับและตอบสนองลูกค้าในยุคปัจจุบัน โดยอาศัยช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ และมีทิศทางในการให้บริการคือ ยังคงเป็นร้านที่มีหนังสือที่ดี มีคุณภาพ ตอบโจทย์ลูกค้าที่ต้องการหนังสือไปสานต่อความคิด โดยเฉพาะลูกค้าข้าราชการ หรือนักเรียนนักศึกษา ซึ่งร้านมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กระทรวงศึกษาธิการและหลายๆ หน่วยงานของรัฐ ปรับพื้นที่ร้านให้สามารถพบปะ พูดคุยกันได้ เพิ่มการสร้างชุมชน (Community) กับคนอ่าน ในรูปแบบเป็นกันเองผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่ร้านจัดขึ้น ซึ่งร้านบุ๊คบูรีมีข้อดีตรงทำเลเข้าถึงง่าย และมีแผนจำหน่ายกาแฟในอนาคต

ภัทรอนงค์ สิริพิพัฒน์ และ ชนิษฐา ธรรมปัญญา ผู้จัดการร้าน Fathom Book Space มีจุดเริ่มต้นจากวัตถุประสงค์ที่ต้องการมีพื้นที่ให้คนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน และมองเห็นกันในฐานะมนุษย์มากขึ้น ไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นคนรักหนังสือ เป็นคนทั่วไป เพราะต้องการให้คนได้มาพบกัน

พื้นที่กิจกรรมหรือการเรียนรู้บางอย่างที่จัดสรรขึ้น ได้เรียนรู้คนอื่นและตัวเองมากขึ้น หนังสือจึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจ ซึ่งมีการสร้างกิจกรรมภายในร้านโดยมีการเปลี่ยนธีมหนังสือในร้านทุก 2 เดือน เพื่อให้หนังสือหลายเล่มถูกพบเห็นมากขึ้น และจัดกิจกรรมใหม่ทุก 2 เดือน

เซน สุวิกะปกรณกุล ผู้จัดการร้าน Hardcover เป็นร้านหนังสือศิลปะที่มีหนังสือเฉพาะด้านศิลปะมากมาย สิ่งนี้คือจุดแข็งของร้าน ซึ่งมีวิธีการนำหนังสือเข้ามาจำหน่ายโดยลำดับแรกให้ความสำคัญกับหนังสือศิลปะ แล้วจึงนำหนังสือประเภทอื่นๆ เข้ามาจำหน่าย เพราะข้อมูลสำคัญๆ เกี่ยวกับศิลปิน การถ่ายภาพ ทุกรายละเอียดที่สำคัญอยู่ในหนังสือที่ดี แนวคิดในการบริหารจัดการและทิศทางการขาย โดยการเลือกที่ทำร้านให้กว้างที่สุด ให้ผู้คนรับรู้และสร้างผลกระทบได้กว้าง เพื่อให้ทุกคนเข้ามาแล้วรู้ว่ามีคนทำหนังสืออยู่ภายใน

กรกฤษณ์ พรอินทร์ ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน Zombie Books ด้วยผู้จัดการร้านมีความผูกพันกับร้านหนังสือ จึงเปิดร้านหนังสือที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยรูปแบบร้าน Zombie Books จะมีการตกแต่งภายในร้านที่แปลก ซึ่งพื้นที่กิจกรรมหลากหลาย อาทิ บาร์ที่อยู่ชั้นบนสุดของอาคาร เพราะที่ตั้งร้านอยู่ในย่าน RCA ซึ่งเป็นพื้นที่ของการกินดื่มและชีวิตราตรี มีร้านกาแฟและพื้นที่นั่งอ่านหนังสือ เพื่อให้ลูกค้าได้ทำกิจกรรมที่หลากหลายอยู่ภายในร้านหนังสือได้ และยังรองรับกลุ่มลูกค้าหลายประเภท ทั้งเด็ก ครอบครัว วัยรุ่น หรือชาวต่างชาติ เป็นต้น ปรับเปลี่ยนร้านให้มีความครบครันสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในทางใดทางหนึ่งได้

กิตติพล สรรคานนท์ ผู้จัดการเจ้าของร้าน Books & Belongings ซึ่งเป็นร้านที่สามารถเลือกซื้อหรือหาสิ่งของทั้งหลายที่เป็นแรงบันดาลใจให้อ่านและเขียนได้ ทางร้านมีความสามารถในการจัดหาหนังสือนวนิยาย เรื่องสั้น แม้กระทั่งปรัชญา เข้ามาจำหน่ายที่ร้านได้ โดยผ่านการวิเคราะห์คัดเลือกหนังสือมาแล้วเป็นอย่างดี ตอบสนองกลุ่มลูกค้าของหนังสือประเภทต่างๆ ได้ หนังสือทุกเรื่องทุกเล่มในร้าน เลือกลมาเพราะเป็นเล่มที่มีเรื่องราวที่อยากจะให้ผู้อ่านได้นำกลับไปอ่าน เป็นหนังสือที่อ่านแล้วทำให้รู้สึกชอบมาก สร้างความเฉพาะตัวและประทับใจให้กับลูกค้า เป็นผู้แนะนำหนังสือที่ดี โดยนำเสนอสิ่งที่ไม่เป็นกระแสหลัก แต่ยังได้รับความสนใจอยู่บ้าง เพราะหนังสือหรือการอ่านหนังสือสามารถเป็นแฟชั่นได้ สร้างวัฒนธรรมใหม่ให้กับนักอ่านยุคปัจจุบันได้

สรุปการปรับตัวของร้านหนังสืออิสระในปัจจุบัน คือ การสร้างสรรค์กิจกรรมที่น่าสนใจเข้ามา เช่น ร้านกาแฟ การขายของที่ระลึก การจัดเสวนาในกลุ่มคนที่สนใจเรื่องเดียวกัน การเลือกทำเลที่ตั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในตัวได้ยิ่งดี และสิ่งสำคัญคือการนำเสนอหนังสือที่หาซื้อไม่ได้จากร้านหนังสือทั่วไป ความรักในร้านหนังสืออิสระอย่างแท้จริง จะสามารถแนะนำสิ่งที่ดีและต่างออกไปให้กับลูกค้าได้ นอกจากนี้ การเปิดช่องทางการขายออนไลน์ในปัจจุบัน เป็นการเพิ่มยอดขายได้มากขึ้นอีกช่องทางหนึ่ง

2.2.4 กลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดของร้านหนังสือ โดยมีกลยุทธ์ 5 ข้อ ดังนี้ (“คืนหนังสือให้ร้านหนังสือ: ทางเลือก”, 2561)

2.2.4.1 การสร้างความแตกต่างให้กับร้านหนังสือแต่ละสาขา โดยการคัดเลือกหนังสือให้เหมาะกับแต่ละพื้นที่ของที่ตั้ง ปรับตัวด้วยการให้พนักงานในแต่ละสาขาเป็นผู้คัดเลือกและจัดหนังสือในร้านเอง จะสามารถนำเสนอหนังสือให้สอดคล้องกับความต้องการของนักอ่านในแต่ละพื้นที่ได้

2.2.4.2 การสร้างร้านหนังสือให้เป็นพื้นที่กิจกรรม (3rd Place) มากขึ้น หมายถึง สถานที่ที่นอกเหนือจากบ้าน (1st Place) และที่ทำงาน (2nd Place) โดยพื้นที่กิจกรรมเป็นพื้นที่ที่คนเข้าไปใช้เวลาพักผ่อนและทำกิจกรรมต่างๆ เช่น ห้องสมุด ร้านอาหาร ร้านกาแฟ เป็นต้น สถานที่เหล่านี้ถือว่าเป็นพื้นที่กิจกรรมทั้งสิ้น โดยไม่จำกัดว่าต้องเป็น Co-working Space เท่านั้น ในกรณีศึกษาของต่างประเทศนั้น จะมีทั้งร้านหนังสือผนวกความเป็นคาเฟ่ หรือร้านหนังสือที่ผนวกร้านอาหารเข้ามาอยู่ในพื้นที่เดียวกัน

2.2.4.3 การสร้างชุมชนนักอ่านในร้านหนังสือ โดยที่หนังสือสามารถสร้างเอกลักษณ์ด้วยการเป็นจุดหมายปลายทางเชิงวัฒนธรรม (Cultural Destination) เป็นสถานที่ที่นักเขียนและนักอ่านสามารถมาพบปะกัน พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ เมื่อเกิดชุมชนนักอ่านที่เข้มแข็งรายล้อมร้านหนังสือ ย่อมทำให้ร้านหนังสือยืนหยัดอยู่ได้อย่างแข็งแกร่ง

2.2.4.4 การเป็นผู้แนะนำหนังสือที่ดีให้กับนักอ่าน ซึ่งร้านหนังสือไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงสถานที่จัดวางหนังสือและรอให้นักอ่านมาค้นพบ แต่ยังทำหน้าที่แนะนำหนังสือให้กับนักอ่านอย่างแข็งขัน เช่น การเขียนแนะนำ (Review) ติดไว้ที่หนังสือทุกเล่ม การแนะนำหนังสือที่หน้าร้านในรูปแบบพนักงานเป็นผู้คัดสรรกิจกรรมประจำเดือน หรือ Staff Picks of the Month ฯลฯ หรือมีการแนะนำหนังสือให้กับนักอ่านเป็นรายบุคคล (Personalize)

2.2.4.5 การมีหนังสือที่หลากหลายในร้านหนังสือ เช่น การมีมุมสำหรับหนังสือเก่า และหนังสือหายาก โดยมีผู้เชี่ยวชาญประจำที่ดูแลเรื่องนี้โดยเฉพาะ เพื่อให้คำแนะนำกับผู้อ่านได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ การนำเอาเทคโนโลยีการผลิตหนังสือรูปแบบ On Demand หรือ งานพิมพ์ตามจำนวนที่ต้องการใช้ โดยไม่มีการเก็บสต็อกจำนวนมาก เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในกรณีที่ลูกค้าต้องการหนังสือที่หมดสต็อกแล้ว

2.3 หลักการและพื้นฐานในการออกแบบ

การออกแบบจะต้องคำนึงถึงหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค ซึ่งมีสุนทรียภาพและการบริหารจัดการร้าน ได้แก่

2.3.1 ด้านพฤติกรรม การออกแบบร้านเพื่อให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีความเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ว่ามีความต้องการและตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างไร พฤติกรรมการณ์ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะเกิดจากหลายอย่าง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรและเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านประชากรจะมีเรื่องเพศ อายุ อาชีพ ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนว่าผู้บริโภคที่มีปัจจัยต่างกันจะมีพฤติกรรมต่างกันด้วย ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจจะทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อที่ต่างกัน ได้แก่

2.3.1.1 ปัจจัยด้านสังคม เช่น ครอบครัว ชนชั้น และวัฒนธรรม ความแตกต่างกันด้านสถานภาพ หรือชนชั้นที่มีวัฒนธรรมต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของแต่ละบุคคล

2.3.1.2 ปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น การรับรู้ การเรียนรู้ การสนใจ ทศนคติ และบุคล
ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาเหล่านี้เป็นปัจจัยในการออกแบบสภาพแวดล้อมเพื่อให้สนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้

2.3.2 ด้านสุนทรียภาพ การสร้างสุนทรียภาพให้แก่ร้านถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ร้านประสบความสำเร็จ โดยมีการออกแบบองค์ประกอบภายในร้าน ดังนี้

2.3.2.1 การจัดวางผังของร้าน การออกแบบที่ดีจะต้องคำนึงถึง 3 ประการ ได้แก่

- 1) ประการแรก ร้านจะต้องเอื้ออำนวยให้ลูกค้าสามารถเดินเลือกชมสินค้าได้รอบร้านเพื่อกระตุ้นการซื้อสินค้า
- 2) ประการที่สอง การวางผังของชั้นวางสินค้าจะต้องไม่มากเกินไป ร้านจะต้อง มีพื้นที่เพียงพอสำหรับให้ลูกค้าได้เลือกชมสินค้าด้วย
- 3) ประการที่สาม ร้านจะต้องคำนึงถึงผู้พิการ ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ให้สามารถเข้ามาใช้บริการได้ จะถือเป็นการออกแบบที่ตอบสนองต่อผู้ใช้สอยทุกคน

2.3.2.2 การจัดสรรพื้นที่จัดวางสินค้า จะพิจารณาจากสินค้าที่มียอดขายแต่ละชนิด โดยสินค้าชนิดเดียวกันอาจจะมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่จัดวางสินค้าด้วยปัจจัยบางประการ เช่น สินค้านั้นสามารถขายและหมุนเวียนได้เร็วเพียงใด

2.3.2.3 การกำหนดตำแหน่งของแผนก การออกแบบที่ดีจะต้องกำหนดตำแหน่งของแผนกให้ สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภคได้ และจะต้องสร้างความต่อเนื่องระหว่างแผนกด้วย

2.3.2.4 ตำแหน่งการจัดวางสินค้า จะถูกเขียนเป็นภาพขึ้นมาเพื่อให้เห็นถึงการจัดวางสินค้า แต่ละชนิด และกำหนดว่าสินค้าจะถูกจัดแสดงอย่างไร

2.3.2.5 การจัดวางและแสดงสินค้า เทคนิคการจัดวางสินค้าควรออกแบบให้สร้างแรงจูงใจในการซื้อของผู้บริโภค

2.3.2.6 การสร้างบรรยากาศในร้าน การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในร้านผ่านการรับรู้ โดย การมองเห็นของลูกค้า แสงสว่าง สี สัน เสียงดนตรี หรือกลิ่น เพื่อเป็นการกระตุ้นการซื้อ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

2.3.3. การบริหารและการปฏิบัติการ ปัจจัยข้อนี้ไม่ได้มีส่วนในการออกแบบร้านเหมือนกับ 2 ปัจจัยข้างต้น แต่จะเป็นผลของการออกแบบจากทั้ง 2 ปัจจัยด้านนี้ จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับารออกแบบของ 2 ปัจจัยข้างต้น (สุเจียร โสฎประกิจ, 2546)

โดยสรุปแล้วการออกแบบร้านค้าจะต้องให้ความสำคัญกับทั้ง 3 ด้านคือ ด้านพฤติกรรม ด้านสุนทรียภาพ และด้านการบริหารจัดการ โดยการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมภายในอาคาร จะช่วยให้รับรู้ถึงวิธีการออกแบบร้านให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค และการบริหารจัดการร้าน ที่นำความรู้ด้านการออกแบบมาใช้ร่วม เพื่อให้การบริหารร้านในยุคปัจจุบันประสบความสำเร็จ

2.4 แนวคิดและความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ

การบริหาร (Administration) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน “Administatrae” หมายถึง ช่วยเหลือ (Assist) หรืออำนวยการ (Direct) การบริหารมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า “Minister” ซึ่งหมายถึง การรับใช้หรือผู้รับใช้ หรือผู้รับใช้รัฐ คือ รัฐมนตรี สำหรับความหมายดั้งเดิมของคำว่า Administer หมายถึง การติดตามดูแลสิ่งต่างๆ (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2553)

การบริหาร หมายถึง การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ของหน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่เกี่ยวข้องกับ คน สิ่งของ และหน่วยงาน โดยครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ เช่น 1) การบริหารคน (Man) 2) การบริหารเงิน (Money) 3) การบริหารวัสดุอุปกรณ์ (Material) 4) การบริหารงานทั่วไป (Management) 5) การบริหารการให้บริการประชาชน (Market) 6) การบริหารคุณธรรม (Morality) 7) การบริหารข้อมูลข่าวสาร (Message) 8) การบริหารเวลา (Minute) และ 9) การบริหารการวัดผล (Measurement)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2545, หน้า 18-19) รวบรวมความหมายของ “การบริหารจัดการ” และ “การจัดการ” ได้ดังนี้

การบริหาร (Administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูง โดยเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูง เป็นคำนิยามใช้ในการบริหารรัฐกิจ (Public administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการ คำว่า ผู้บริหาร (Administrator) หมายถึง ผู้บริหารที่อยู่ในองค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร การบริหาร อกลุ่มของกิจกรรม ประกอบด้วย การ

วางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การสั่งการ (Leading/Directing) หรือการอำนวยความสะดวก (Controlling) ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทรัพยากรขององค์กร เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลครบถ้วน

การจัดการ (Management) เป็นการเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบายหรือแผนที่วางไว้ ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (Business Management) ส่วนผู้จัดการ (Manager) หมายถึง บุคคลในองค์กร ที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (Cost-effective) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) หมายถึง การตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right Decision) และสามารถปฏิบัติการสำเร็จตามที่กำหนดไว้ ดังนั้น ผลสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลควบคู่ไป

ความสำคัญของการบริหารจัดการ (Management) การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้ โดยมีเป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือ การสร้างกำไร การบริหารจัดการเกี่ยวกับการเพิ่มผลผลิต (Productivity) โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นวิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุด และประสิทธิผล (Effectiveness) การบรรลุเป้าหมายคือประโยชน์สูงสุด และการบริหารจัดการสามารถนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์กร โดยทรัพยากรทางการบริหาร (Management Resources) ได้แก่ 4M's ดังนี้

1) คน (Man Power) เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาปริมาณคุณภาพ เกี่ยวกับความเพียงพอของบุคลากรรวมถึงพัฒนาบุคลากร ขวัญกำลังใจ ความก้าวหน้า ความรู้ความสามารถและทักษะของบุคลากร ฯลฯ

2) เงิน (Money) เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาปริมาณต้นทุนที่ต้องใช้จ่ายในการลงทุน เพื่อใช้ในการจัดซื้อจัดจ้าง อุปกรณ์เครื่องใช้ที่เป็นในด้านต่างๆ ในการประกอบธุรกิจ

3) วัสดุ (Material) เป็นการวิเคราะห์ในเรื่องความเพียงพอของสื่อวัสดุครุภัณฑ์คุณภาพของสื่อ การใช้และการบำรุงรักษาสื่อ ฯลฯ

4) วิธีการ/จัดการ (Method Management) วิเคราะห์เรื่องระบบการบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมของบุคลากร การกระจายอำนาจ ฯลฯ องค์ประกอบของการบริหารจัดการ ดังนี้

- เป้าหมาย (Goal) หรือวัตถุประสงค์ในการบริหารองค์กร
- ปัจจัยการบริหาร (Factor of Management) ได้แก่ คน เงิน วัสดุ เทคนิค วิธีการ เครื่องจักร การตลาด และ อื่นๆ
- ลักษณะการบริหาร (Management Style) ได้แก่ ผู้นำแบบประชาธิปไตย ผู้นำแบบเผด็จการ และผู้นำปล่อยอิสระ

2.5 แนวคิดจิตวิทยาสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Environmental Factors) (วิลลิสทรี ทรยางกูร, 2554) อธิบายถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ คือ สิ่งต่างๆ รอบตัวที่เป็นรูปธรรม ทั้งสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นและสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับมนุษย์อย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ และเป็นปัจจัยสำคัญต่อการกำหนดภาวะส่วนตัว สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สิ่งของ เครื่องใช้ พื้นที่ และสิ่งก่อสร้างต่างๆ เป็นปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดอาณาเขตครอบครอง โดยสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นที่ส่งเสริมให้เกิดภาวะเป็นส่วนตัวต้องมีสภาพแวดล้อมที่บุคคลหรือกลุ่มสามารถควบคุมการเข้าถึงของบุคคลอื่นได้ เช่น ห้องทำงานของผู้จัดการที่นั่งในห้องสมุดแบบนั่งแยกเฉพาะบุคคล บ้านพักอาศัยที่มีบริเวณพร้อมด้วยรั้วล้อมรอบ และภายในห้องนอนส่วนตัวสำหรับสมาชิกภายในครอบครัว เป็นต้น และสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ไม่ส่งผลให้เกิดภาวะเป็นส่วนตัว มีลักษณะที่ผู้ใช้สอยร่วมกันจำนวนมากจึงไม่สามารถควบคุมการเข้าถึงของบุคคลอื่นได้ เช่น ห้องทำงานของพนักงาน โต๊ะที่นั่งรวมกันในห้องสมุด เป็นต้น จากลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นที่ส่งเสริมให้เกิดภาวะความเป็นส่วนตัว อาจจัดสภาพแวดล้อมให้ตอบสนองความต้องการภาวะเป็นส่วนตัวได้ 2 ลักษณะ คือ

- 1) การแยกผู้ใช้สอยสภาพแวดล้อมออกจากกันโดยการจัดแปลนหรือการวางผัง
- 2) การปิดกั้นพื้นที่จากกัน เพื่อไม่ให้เกิดการรบกวนหรือล่วงล้ำกันโดยองค์ประกอบ

ทางกายภาพ

2.5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อม (Man and Physical Environment Relationships)

สิ่งที่มนุษย์สัมพันธ์ด้วย (Aspects of Human Interaction) มนุษย์มีความสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ รอบตัวที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ สิ่งต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ภาชนะ เครื่องเรือน อาคาร ถนน ชุมชนหรือเมือง สภาพแวดล้อมทางอุณหภูมิ แสงสว่าง ระดับเสียงที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ ฯลฯ และสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏตามธรรมชาติ เช่น ต้นไม้ พืชพรรณต่างๆ แม่น้ำ ลำธาร ที่ราบ ภูมิประเทศ ตลอดจนภูมิอากาศ ฯลฯ และเพราะว่ามนุษย์ไม่อาจอยู่อย่างโดดเดี่ยวได้ มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มสังคม มนุษย์จึงมีความสัมพันธ์กับมนุษย์ด้วยกันอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ มนุษย์มีความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกลุ่มสังคมที่เป็นองค์กรหรือสถาบัน ตามบทบาทหน้าที่และโครงสร้างทางสังคม นอกจากนี้ มนุษย์ยังต้องสัมพันธ์กับสิ่งที่เป็นนามธรรม ได้แก่ ระบบคุณค่าที่ยึดถือ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมของกลุ่มสังคม ขาวสาร ความรู้ ความคิด ตลอดจนความรู้สึกและทัศนคติต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นของตัวเองหรือของคนอื่นก็ตาม สิ่งที่เป็นนามธรรมนี้ให้ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกันเป็นไปได้ โดยเป็นไปตามบรรทัดฐานที่สังคมกำหนดไว้ ทั้งหมดนี้ เป็นองค์ประกอบของสภาวะหรือสภาพการณ์ที่เกิดความสัมพันธ์ขึ้น

ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อม องค์ประกอบเหล่านี้มีส่วนกำหนดสภาพทางพฤติกรรม อาจสนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อการเกิดพฤติกรรมต่างๆ ได้

2.5.2 ความสัมพันธ์ต่อกันใน 2 ทิศทาง (Two-way Interrelation)

ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมกายภาพในเชิงพฤติกรรมขึ้นอยู่กับสิ่งต่างๆ ทั้งหลายข้างต้น โดยเป็นไปตามปัจจัยด้านมนุษย์ เช่น ความจำเป็น ความต้องการ หรือเป้าหมายของบุคคลในขณะนั้น หรือตามการคาดการณ์ในอนาคต และเป็นไปตามประสบการณ์ในอดีตของแต่ละบุคคลซึ่งย่อมไม่เหมือนกัน และขึ้นอยู่กับสถานะของสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงที่อาจมีขึ้นในอนาคต อาจวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมกายภาพ ซึ่งมีความสัมพันธ์กัน 2 ทิศทาง ดังนี้

2.5.2.1 ปัจจัยด้านมนุษย์ต่อพฤติกรรม มนุษย์มีส่วนสำคัญในการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อม พฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้รับอิทธิพลโดยตรงของมนุษย์ที่เกี่ยวข้อง

2.5.2.2 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมกายภาพต่อพฤติกรรมอีกด้านหนึ่งของอิทธิพลที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมกายภาพ เช่น อิทธิพลที่เกิดจากสภาพแวดล้อมกายภาพเอง

2.5.3 การออกแบบและการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

โดย สามารถจัดด้วยการให้มีสภาพแวดล้อมกายภาพที่บุคคลสามารถใช้ควบคุมขอบเขตระหว่างบุคคลได้ และสามารถปรับให้เกิดภาวะเป็นส่วนตัวตามที่ต้องการในสภาพการณ์ต่างๆ ดังนี้

2.5.3.1 การจัดแปลนหรือการจัดผังแบบเปิดโล่ง (Open Plan) เป็นการจัดที่ผู้ใช้งานสามารถควบคุมขอบเขตระหว่างบุคคลได้ตามต้องการ หรือการจัดโดยการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ในการสร้างขอบเขตของพื้นที่นั้นๆ

2.5.3.2 การออกแบบพื้นที่ใช้สอย สำหรับพื้นที่ที่ใช้สอยแบบอเนกประสงค์ โดยไม่คำนึงถึงความต้องการภาวะเป็นส่วนตัวในระดับที่ต่างกัน สำหรับกิจกรรมที่แตกต่างกันย่อมเป็นสภาพแวดล้อมที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการภาวะเป็นส่วนตัวของผู้ใช้

2.5.3.3 ความหนาแน่นและขนาดพื้นที่ใช้สอย การลดความหนาแน่นของพื้นที่ใช้สอยลงโดยให้มีพื้นที่ใช้สอยเฉลี่ยต่อคนอย่างเพียงพอต่อกิจกรรม เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยให้บุคคลสามารถควบคุมขอบเขตระหว่างบุคคลได้ง่ายขึ้น มีภาวะเป็นส่วนตัวเพิ่มขึ้นได้ นอกจากนี้การลดขนาดของพื้นที่ใช้สอยรวมลงโดยแยกส่วนใช้สอยย่อย ให้มากขึ้น ก็เป็นวิธีหนึ่งในการสร้างสภาพแวดล้อมให้เกิดภาวะส่วนตัวได้

2.5.3.4 การกำหนดกิจกรรมลงในพื้นที่การออกแบบสภาพแวดล้อม คือ การพยายามหลีกเลี่ยงการจัดให้มีพื้นที่ที่ไม่มีใครเป็นเจ้าของได้ พื้นที่ที่ว่างเปล่าที่ไม่เกิดการประกอบกิจกรรม ทั้ง

ในรูปแบบบุคคลหรือกลุ่ม ย่อมเป็นพื้นที่ที่ไม่อาจสนองความต้องการภาวะส่วนตัวได้ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ต้องเปิดเผยตลอดเวลา

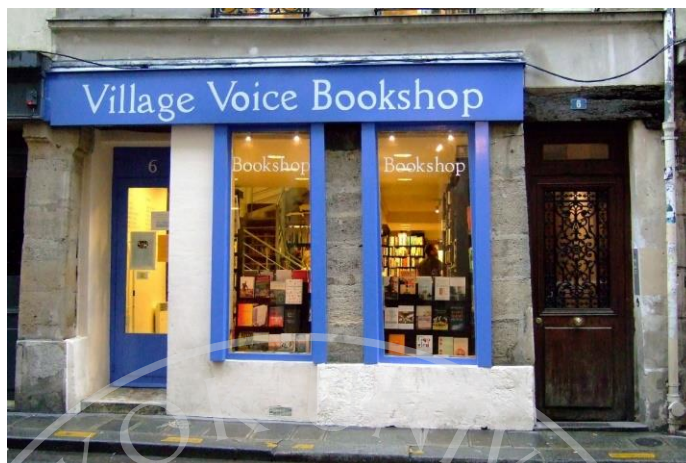
2.5.3.5 การแยกอาณาบริเวณการควบคุมขอบเขตระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ คือ การแยกอาณาบริเวณโดยการแยกส่วนภายในที่เป็นอาณาบริเวณส่วนตัว (Private Domain) ออกจากส่วนภายนอกที่เป็นอาณาบริเวณสาธารณะ (Public Domain) ก่อให้เกิดการรบกวนต่างๆ โดยเฉพาะทางทัศนภาพและทางโสตภาพ ทั้งจากคนและจากเครื่องกลต่างๆ

2.6 กรณีศึกษาร้านหนังสืออิสระ

2.6.1 ร้านหนังสือวิลเลจ วอยซ์ (Village Voice Bookshop) กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส (สำนักพิมพ์ประพันธ์สาส์นชุมชนคนรักการอ่าน, 2561)

ร้านหนังสือวิลเลจ วอยซ์ เป็นร้านหนังสือที่นิตยสารเดอะ บুকเชลเลอร์ ของอังกฤษเคยยกย่องว่า เป็นร้านหนังสืออิสระ (Independent Bookstore) ที่ยอดเยี่ยมที่สุดในทวีปยุโรป เนื่องจากมีทำเลตั้งอยู่ในถนนรู ฟรินเชส ซึ่งเป็นถนนเล็กๆ ห่างจากจุดท่องเที่ยวอื่นในกรุงปารีส มีเจ้าของร้านที่เอาใจใส่ลูกค้า ชื่อว่า โอดิล เฮลลิเออร์ มีความหลงใหลและรักวรรณกรรมพร้อมที่จะแนะนำหนังสือด้วยความรื่นรมย์ ร้านวิลเลจ วอยซ์ เป็นร้านหนังสือสำหรับนักเขียน เพราะนักเขียนยกย่องชื่นชมที่นี่ ไม่เพียงแต่นักเขียนต่างชาติที่มาอาศัยอยู่ในปารีส แต่ยังรวมถึงนักเขียนที่เดินทางมาจากประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษ ซึ่งนักเขียนที่มาเยี่ยมเยือนร้านนี้ต่างบอกว่า โอดิล เฮลลิเออร์ เป็นนักวิจารณ์ที่เชื่อถือได้ ดังนั้น วิลเลจ วอยซ์ จึงเป็นร้านหนังสือที่คัดสรรมาอย่างดี ทำให้ไม่มีเวลาที่สูญเปล่า และไม่มีหนังสือเยอะจนเกินไป สามารถรับรู้ถึงอารมณ์ความรู้สึกของหนังสือที่อยู่บนชั้น ซึ่งเป็นความรื่นรมย์ของร้านหนังสือ และเป็นการย้ำเตือนว่าคุณภาพอยู่เหนือปริมาณ การบริการที่มีความเอาอกเอาใจลูกค้า ความรอบรู้และสามารถวิจารณ์หนังสือที่นำมาขายแต่ละเล่มในร้านได้ และเน้นขายหนังสือที่เปี่ยมคุณภาพมากกว่าปริมาณ กลายเป็นเสน่ห์ที่ผู้มาเยือนหรือนักอ่านกลายเป็นลูกค้าประจำ สร้างความประทับใจและต้องบอกต่อกันไป และกลายเป็นที่รู้จักกันทั่วโลก ดังภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.3: บรรยากาศร้านหนังสือ วิลเลจ วอยซ์ (Village Voice Bookshop) ประเทศฝรั่งเศส



ที่มา: เส้นทางร้านหนังสืออิสระในต่างประเทศ. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก
<https://board.postjung.com/804746>.

2.6.2 ร้าน Book Bar ในเดนเวอร์

ร้าน Book Bar เป็นร้านขายหนังสือสำหรับคนรักไวน์และคราฟเบียร์ เป็นสถานที่ที่กลุ่มนักอ่าน (Book Club) สังสรรค์กัน Book Bar เป็นร้านหนังสืออิสระตั้งอยู่ในย่านศิลปะของเดนเวอร์ รัฐโคโลราโด ชั้นบนเป็นอพาร์ทเมนต์ที่มีธีมเป็นร้านหนังสือ Book มีชื่อว่า Bed เปิดให้บริการในช่วงปี 2015 โดย Book bar ได้รวมกันกับร้านหนังสืออิสระอีก 4 แห่ง เพื่อเชิญชวนให้นักเขียนและนักอ่านมาเยี่ยม เดนเวอร์ พร้อมกับการทำกิจกรรมกับทางร้านหนังสือ โดยมีข้อเสนอให้พักฟรี ดังภาพที่ 2.4

ภาพที่ 2.4: บรรยากาศภายนอกอาคารร้าน Book Bar ในเดนเวอร์



ที่มา: *Book Bar Denver Book Store & Wine*. (2018). Retrieved from <https://www.bookbardenver.com/>.

2.6.3 ร้าน Upshur Street Books

ร้าน Upshur Street Books ตั้งอยู่ใน วอชิงตัน ดี.ซี. สร้างขึ้นในปี 2014 โดยการระดมทุนในโครงการ Kickstarter ที่ผู้ร่วมลงทุนจะมีความรู้สึถึงความเป็นเจ้าของ Upshur Street ร้าน Books จะมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ตลอดทั้งเดือน ทั้งกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน กิจกรรมทางดนตรี และศิลปะ หรือแม้กระทั่งกิจกรรมการกิน การจัดรายการเสียงตามธึมของนักเขียนคือก ด้วยรูปแบบของกิจกรรมที่หลากหลาย ทำให้ร้านหนังสือได้สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ดีขึ้น ดังภาพที่ 2.5

ภาพที่ 2.5: บรรยากาศร้านหนังสือ Upshur Street Books



ที่มา: Upshur street books. (2018). Retrieved from <https://www.upshurstreetbooks.com/>.

2.6.4 ร้านหนังสือ Daikanyama T-Site

Daikanyama T-Site เป็นโครงการร้านหนังสือของ Tsutaya ซึ่งอยู่ในย่าน Daikanyama โครงการนี้ออกแบบโดย Klein Dytham Architecture ได้วางอาคารออกเป็น 3 อาคารย่อยๆ โดยแต่ละอาคารจะมาสะพานตรงบริเวณชั้น 2 เป็นจุดเชื่อมระหว่างอาคาร Daikanyama ร้าน T-Site แบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ ส่วนร้านหนังสือ Anjin Lounge คือส่วนที่ช่วยส่งเสริมให้คนเข้ามาใช้งานและอยู่ได้นานที่สุด สามารถนั่งทานอาหารหรือเครื่องดื่มได้ Coffee และส่วน Shop อยู่บริเวณชั้น 1 ของอาคาร พื้นที่ส่วนใหญ่ของโครงการจะเป็นร้านหนังสือที่ขายหนังสือเกี่ยวกับการออกแบบเป็นหลัก ชั้น 2 ด้านข้างของอาคารสามารถรับประทานอาหาร และเครื่องดื่ม ท่ามกลางคอลเลกชันหนังสือที่หายากรวมถึงงานศิลปะ และบริเวณตรงทางเชื่อมอาคาร ยังถูกออกแบบให้เป็น Magazine Street ที่เหมือนกับถนนที่วางขายนิตยสารนั้ร่อยแบบ (ต่อพงษ์ เอื้อประยูรวงศ์, 2557) ดังภาพที่ 2.6 – 2.7

ภาพที่ 2.6: บรรยากาศภายนอกอาคารร้านหนังสือ Daikanyama T-Site



ที่มา: *Daikanyama T-Site*. (2018). Retrieved from
<http://real.tsite.jp/daikanyama/english/>.

ภาพที่ 2.7: บรรยากาศภายในร้านหนังสือ Daikanyama T-Site



ที่มา: *Daikanyama T-Site*. (2018). Retrieved from
<http://real.tsite.jp/daikanyama/english/>.

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีทำการศึกษาด้วยการสำรวจสภาพแวดล้อม สำรวจพื้นที่ใช้สอยภายในอาคาร การสัมภาษณ์ การสังเกตและจดบันทึกข้อมูลในแบบสำรวจ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้านการจัดการพื้นที่ใช้สอยภายใน รวมถึงวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในอาคารร้านหนังสืออิสระ ในกรุงเทพมหานคร เพื่อหารูปแบบและแนวทางการจัดพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมที่ต้องการของร้านหนังสืออิสระในปัจจุบัน โดยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

- 3.1 การรวบรวมข้อมูล
- 3.2 การสำรวจผู้ให้ข้อมูลสำคัญและกำหนดกลุ่มกรณีศึกษาในงานวิจัย
- 3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล
- 3.6 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอแนะ

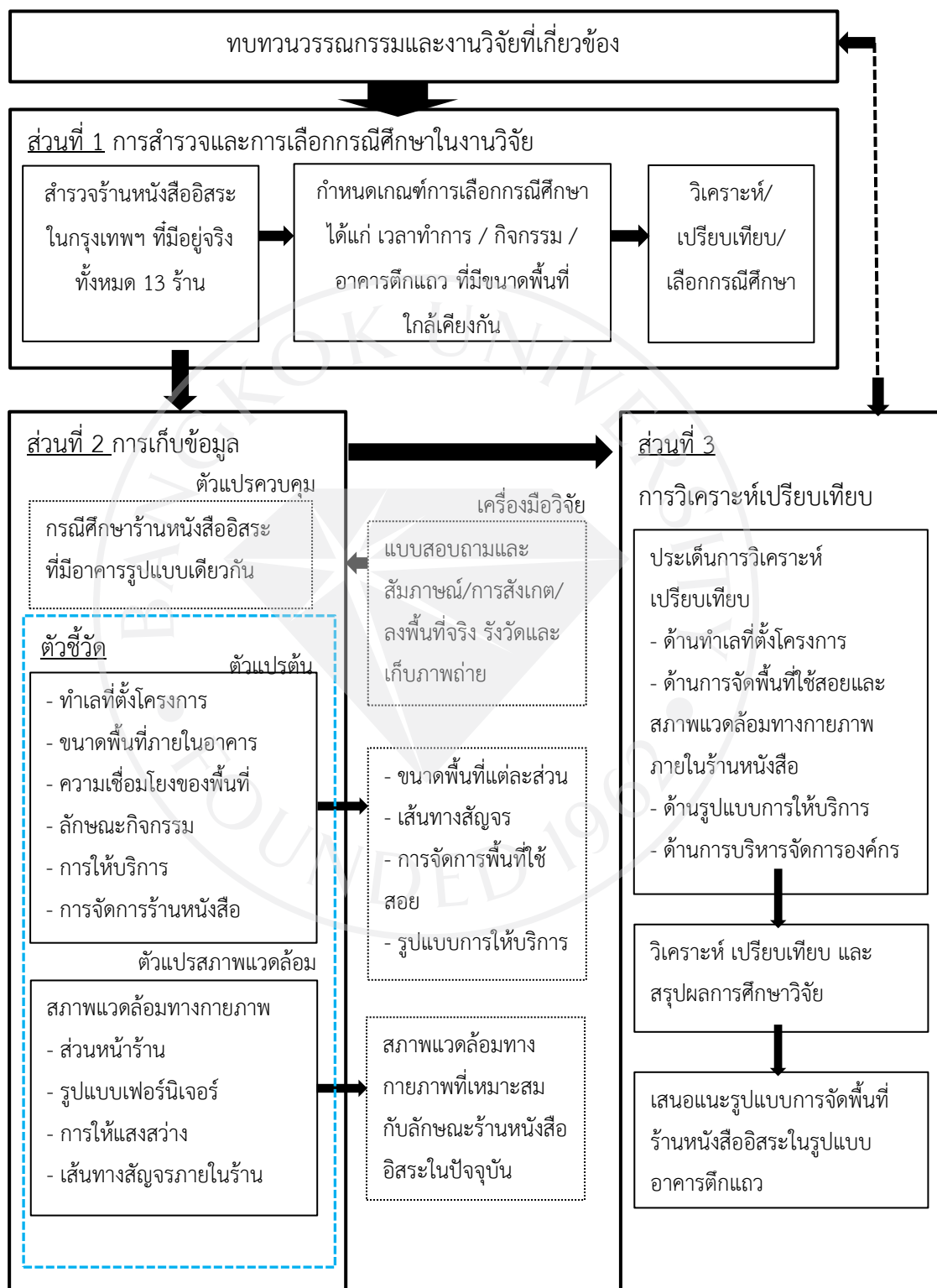
3.1 การรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ ประกอบด้วยแหล่งข้อมูลจาก 2 ส่วนหลัก คือ

3.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องด้านการจัดการพื้นที่ใช้สอยและการจัดสภาพแวดล้อมภายใน ขอบเขตงานวิจัย และกรณีศึกษาร้านหนังสืออิสระในปัจจุบัน เพื่อนำข้อมูลมาอ้างอิงในงานวิจัยนี้

3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและพนักงานร้านหนังสืออิสระ การสำรวจพื้นที่จริง การรังวัดพื้นที่กรณีศึกษา จากนั้นทำการรวบรวมข้อมูลเพื่อไปสู่การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระต่อไป

ภาพที่ 3.1: ผังแสดงความเชื่อมโยงขั้นตอนการวิจัย



3.2 การสำรวจผู้ให้ข้อมูลสำคัญและกำหนดกลุ่มกรณีศึกษาในงานวิจัย

การสำรวจผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อหาตัวแทนสำหรับการวิจัย โดยจากการสำรวจร้านหนังสืออิสระที่มีอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.2.1 สำรวจร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพมหานครเบื้องต้น โดยพบร้านหนังสืออิสระทั้งหมด 13 ร้าน ได้แก่ 1) Zombie Books 2) Fathom Book space 3) Candide Books & Café 4) Books and Belongings 5) Open House Bookshop by Hardcover 6) Happening Shop 7) Bookmoby 8) The Writer's Secret 9) Dasa Book&Café 10) ร้านหนังสือเดินทาง 11) บ๊อคบุรี 12) House of Commons และ 13) แมวหุหนา

3.2.2 รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร บทความ แสดงรายละเอียดกรณีศึกษาทั้ง 13 ร้าน ได้แก่ ลักษณะอาคารเป็นตึกแถว วันทำการ และกิจกรรมภายในร้าน ดังตารางที่ 3.1

3.2.3 เกณฑ์และการเลือกกรณีศึกษา จากการสำรวจและสืบค้นข้อมูลร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพมหานครเบื้องต้น เพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาการเลือกตัวแทนกรณีศึกษาเปรียบเทียบในงานวิจัย ดังตารางเปรียบเทียบ 3.1 โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาเบื้องต้น ดังนี้

3.2.3.1 ลักษณะอาคารเป็นตึกแถว ซึ่งเป็นตัวแปรควบคุมในงานวิจัย เพื่อศึกษาขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในของอาคารที่มีขนาด ระยะ และรูปแบบอาคารใกล้เคียงกัน ซึ่งเป็นตัวกำหนดการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารเพื่อหาความแตกต่างในการจัดการพื้นที่ โดยเลือกจากอาคารตึกแถว ซึ่งจะมีขนาดพื้นที่ใกล้เคียงกัน จากการสำรวจร้านหนังสืออิสระทั้ง 13 ร้าน

3.2.3.2 เวลาทำการ เพื่อศึกษาวันและเวลาในการเปิด-ปิดร้าน ที่มีส่วนสำคัญในการให้บริหาร การบริหารจัดการด้านบุคลากรและโครงสร้างองค์กร โดยให้น้ำหนักร้านที่มีการเปิดทุกวัน และร้านที่เปิดวันเสาร์และวันอาทิตย์ เนื่องจากจะให้เห็นการบริหารจัดการร้านในช่วงวันหยุดหรือช่วงวิกฤติที่มีผู้อ่านหรือลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

3.2.3.3 ลักษณะพื้นที่กิจกรรม โดยพิจารณาหลักคือส่วนร้านหนังสือ และกิจกรรมเป็นส่วนเสริมของร้านที่เน้นการเป็นศูนย์ปัญญาให้กับผู้อ่านหรือลูกค้า (ทีปกร วุฒิพิทยามงคล, 2560)

จากเกณฑ์ทั้ง 4 ข้อ สามารถแสดงรายละเอียดของกิจกรรมทั้ง 13 ร้าน ดังตารางที่ 3.1 และสรุปการเลือกร้านหนังสืออิสระในงานวิจัย ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.1: การเปรียบเทียบรายละเอียดร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 13 ร้าน

ร้านหนังสือ	ลักษณะ อาคาร	วัน ทำการ	พื้นที่กิจกรรม							
			ชั้น หนังสือ	นั่ง อ่าน/ ทำงาน	เคี อง ดื่ม	อา- หาร	สัมมน า/ เวิร์ค- ช็อป	นิทรรศการ	Gift shop	อื่นๆ
Zombie Books	ตึกแถว 3 ชั้นครึ่ง	ทุกวัน 09.00- 24.00	/	/	/	-	/	/	/	บาร์/ บอร์ด เกม
Fathom Bookspace	ตึกแถว 3 ชั้น อาคารเ	ปิดทุก วันพุธ 10.00- 20.30	/	/	/	-	/	/	/	-
Candide Books & Café	โกดังเก่า 1 ชั้น	ทุกวัน 10.00- 20.00	/	/	/	/	/	/	/	-
Books and Belongings	ตึกแถว 3 ชั้น	ทุกวัน 09.00- 19.00	/	/	/	-	/	/	/	-
Open House Bookshop by Hardcover	ชั้น 6 ห้าง สรรพสินค้า	ทุกวัน 10.00- 22.00	/	/	/	/	/	/	/	บาร์
Happening shop	พื้นที่ให้เช่า 1 ห้อง ชั้น 4 หอศิลป์ กรุงเทพฯ	อ-อา 10.00- 21.00	/	/	-	-	-	-	/	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): การเปรียบเทียบรายละเอียดร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 13 ร้าน

ร้านหนังสือ	ลักษณะ อาคาร	วัน ทำการ	พื้นที่กิจกรรม							
			ชั้น หนังสือ	นั่ง อ่าน/ ทำงาน	เคี อง ดื่ม	อา- หาร	สัมมน า/ เวิร์ค- ช็อป	นิทรรศการ	Gift shop	อื่นๆ
Bookmob y	พื้นที่ให้เช่า 1 ห้อง ชั้น 4 หอศิลป์ฯ กรุงเทพฯ	อ-อา 10.00- 21.00	/	/	/	-	-	-	/	-
The Writer's Secret	ตึกแถว 4 ชั้น	ทุกวัน 10.30- 22.00	/	/	/	-	-	-	-	-
Dasa book&caf e	ตึกแถว 3 ชั้น	ทุกวัน 10.00- 20.00	/	/	/	-	-	-	/	-
ร้านหนังสือ เดินทาง	ตึกแถว 2 ชั้น	อ-อา 10.00- 20.00	/	/	/	-	/	-	/	-
บุ๊คบูรี	ตึกแถว 4 ชั้น	จ-ส 07.00- 20.00	/	-	-	-	-	-	-	-
House of Common s	ตึกแถว 3 ชั้น	ทุกวัน 08.00- 19.30	/	/	/	/	/	/	/	ไม่ ขาย หนังสือ อ
แมวหุหนา	อาคาร 2 ชั้น ใน อารีย์ การ์ เด็น คอมมู นิตีมอลล์	ทุกวัน 10.00- 18.00	/	/	/	/	/	/	/	-

ตารางที่ 3.2: สรุปการเลือกกรณีศึกษาในงานวิจัย

ร้านหนังสือ	เกณฑ์การเลือกกรณีศึกษา				สรุปการเลือกกรณีศึกษา
เวลาทำการ เปิดทุกวัน	ลักษณะ อาคารเป็น ตึกแถว	พื้นที่กิจกรรม หลัก (พื้นที่ ขายหนังสือ)	พื้นที่กิจกรรม เสริม 4 กิจกรรมขึ้นไป	เวลาทำ การเปิด ทุกวัน	
Zombie Books					
Fathom Bookspace					
Candide Books & Café					
Books and Belongings					
Open House Bookshop by Hardcover					
Happening shop					
Bookmoby					
The Writer's Secret					
Dasa book&cafe					
ร้านหนังสือเดินทาง					
บู๊คบูรี					
House of Commons					
แมวหุหนา					

หมายเหตุ: แถบสีเทา คือ ร้านตรงตามเกณฑ์แต่ละข้อ และ แถบสีเขียวช่องสุดท้าย คือ ร้านหนังสือที่ตรงตามเกณฑ์การเลือกกรณีศึกษาทั้ง 4 ข้อ

3.2.4 สรุปการเลือกกรณีศึกษาในงานวิจัยจากตารางที่ 3.2 โดยร้านที่อยู่ในเกณฑ์ครบทั้ง 4 ข้อ มีทั้งหมด 4 ร้าน ได้แก่ Zombie Books Fathom Bookspace Books and Belongings และ Dasa Book&Cafe โดยตรงตามเกณฑ์ลำดับแรก คือ ลักษณะอาคารที่เป็นตึกแถว โดยทั้ง 4 อาคารเป็นอาคารตึกแถว 3 ชั้นขึ้นไป ซึ่งมีพื้นที่การใช้งานใกล้เคียงกัน ลำดับถัดมาคือ มีร้านหนังสือเป็นกิจการหลัก มีพื้นที่วางหนังสือและจำหน่ายหนังสือเป็นหลัก และมีกิจกรรมเสริม 4 กิจกรรมขึ้นไป โดยอิงจากการสำรวจกิจกรรมทั้ง 13 ร้านที่เหมือนกันมีทั้งหมด 7 กิจกรรม ดังตารางที่ 3.1 โดยนับเป็น 4 ต่อ 7 กิจกรรมในการเลือก และลำดับสุดท้าย วันทำการหรือการเปิด-ปิดร้าน ซึ่งทั้ง 4 ร้านตรงตามเกณฑ์ที่ตั้ง จึงนำไปสู่การเลือกเป็นกรณีศึกษาในการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่ต่อไป

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.3.1 แบบบันทึก (Field Note) แบบบันทึกเพื่อป้องกันการหลงลืม โดยใช้บันทึกเพื่อรวบรวมข้อมูลต่างๆ ระหว่างดำเนินการวิจัย เช่น กล้องถ่ายรูป เครื่องบันทึกเสียง เป็นต้น

3.3.2 แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaires) เป็นคำถามที่ไม่ได้กำหนดคำตอบไว้ให้เลือก แต่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบคำถามด้วยสำนวนของตัวเองอย่างเสรี ทำให้สามารถแสดงความคิดเห็นได้เต็มที่ตรงไปตรงมา

3.3.3 แบบสัมภาษณ์ (Interview) การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามทั้งแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เป็นการตั้งคำถามแบบมีการวางแผนล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน มีความเข้มงวดพอประมาณ และเป็นคำถามที่มีโครงสร้างแบบหลวม โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชุดเดียวกันเพื่อให้ได้ข้อมูลแบบเดียวกันมาใช้ในการเปรียบเทียบในประเด็นต่างๆ โดยแบบสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการลงพื้นที่กรณีศึกษาในครั้งแรก แล้วข้อมูลเบื้องต้นมาประมวลเพื่อตั้งเป็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ที่อยู่ในขอบเขตและตรงตามความต้องการในการวิจัย โดยการสร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางในการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเก็บข้อมูลของร้านหนังสืออิสระ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

3.3.3.1 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินการจากตำรา เอกสาร บทความ วารสาร สิ่งตีพิมพ์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำการสรุปและวิเคราะห์วิธีการสร้างแบบสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3.3.2 สร้างแบบสัมภาษณ์ทั้งแบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง

3.3.3.3 นำแบบสัมภาษณ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม

3.3.3.4 พัฒนาปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.3.3.5 นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง โดยเฉพาะประเด็นคำถามที่สอดคล้องกับขอบเขตของการวิจัยและวัตถุประสงค์

3.3.3.6 นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว มาตรวจการปรับปรุงอีกครั้ง จึงนำแบบสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์แบบไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลจากร้านหนังสืออิสระที่เลือกทำวิจัย ดังตารางที่ 3.3

3.3.4 แบบสังเกต (Observation) โดยการสังเกตการณ์การเข้าใช้งานภายในร้านหนังสือกับกิจกรรมจากการจัดการของร้านที่เลือกศึกษาด้วยสายตาและการเขียนบันทึกข้อมูล

3.3.5 แผนผังการจัดพื้นที่ภายในและที่ตั่งกรณีศึกษา โดยการเก็บข้อมูลภาคสนาม ทำการรังวัดพื้นที่เพื่อนำเสนอแบบผังของร้านที่ศึกษา เพื่อใช้ในการวิเคราะห์พื้นที่ และการจัดวางองค์ประกอบภายในร้านได้ชัดเจน

3.4 การเก็บข้อมูล

3.4.1 การศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร โดยทำการศึกษารวบรวม เอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับร้านหนังสืออิสระและการจัดการภายในร้าน

3.4.2 การศึกษาภาคสนาม โดยอาศัยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาในภาคสนาม โดยมีขั้นตอนและรายละเอียด ดังนี้

3.4.2.1 การสัมภาษณ์ เป็นการซักถามข้อมูลจากเจ้าของร้านหรือพนักงานโดยตรง ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลด้านการจัดการได้ดีที่สุด เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ดังตารางที่ 3.3

3.4.2.2 การสังเกตการณ์ ด้วยสายตา กับผู้เข้ามาใช้พื้นที่ภายในและกิจกรรมต่างๆ

3.4.3 ข้อมูลที่ต้องการและวิธีการเก็บข้อมูล

3.4.3.1 ข้อมูลสถานที่ตั้ง เพื่อแสดงตำแหน่งที่ตั้งของอาคารตึกแถวของแต่ละร้าน ว่ามีสภาพแวดล้อมด้านหน้าร้านและโดยรอบเป็นอย่างไร โดยใช้วิธีการบันทึกภาพส่วนหน้าร้าน และดูแผนที่ตั้งจาก Google Map

3.4.3.2 ข้อมูลการจัดพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ มีวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์พนักงานหรือเจ้าของร้าน การสังเกตการณ์ การบันทึกภาพถ่าย และการบันทึกผังเฟอร์นิเจอร์ด้วยการสเก็ต รังวัดขนาดพื้นที่ใช้งาน และนำไปสู่การเขียนแบบผัง

3.4.3.3 การบริหารจัดการและการบริการขององค์กร วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์พนักงานหรือเจ้าของร้าน และบันทึกเสียงเพื่อเก็บข้อมูลได้อย่างละเอียด

ตารางที่ 3.3: แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)

วัตถุประสงค์ งานวิจัย	คำถาม	เป้าหมาย/ประโยชน์
เพื่อศึกษาการจัด พื้นที่ใช้สอยและ สภาพแวดล้อมทาง กายภาพ	แนวคิดในการออกแบบตกแต่งร้านคือ อะไร	เพื่อศึกษาแนวคิดการตกแต่งของ ร้าน
	การจัดโซนภายในร้านมีพื้นที่อะไรบ้าง	เพื่อศึกษาพื้นที่การใช้งานภายใน ร้าน
	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้านมี อะไรบ้าง	เพื่อศึกษาสิ่งอำนวยความสะดวก กับกิจกรรมที่เกิดขึ้น
	เหตุผลในการเลือกใช้รูปแบบ เฟอร์นิเจอร์ภายในร้าน	เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายใน ร้าน
เพื่อศึกษาการ บริหารจัดการร้าน หนังสืออิสระ	นิยามร้านหนังสืออิสระคืออะไร	เพื่อหานิยามของร้านหนังสืออิสระ
	การบริหารจัดการด้านบุคคลเป็น อย่างไร	เพื่อทราบผังองค์กรและการ บริหารจัดการบุคลากร
	แนวคิดการให้บริการ	เพื่อทราบแนวคิดและทิศทางของ การให้บริการของร้านหนังสือ
	กิจกรรมภายในร้านมีอะไรบ้าง	เพื่อหาลักษณะกิจกรรมในการ ให้บริการ
	ประเภทหนังสือในร้านมีอะไรบ้าง	เพื่อหาทิศทางการจำหน่ายหนังสือ ของร้าน
	กลุ่มลูกค้ามีกี่ประเภท	เพื่อศึกษากลุ่มลูกค้า

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1.1 นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเอกสารในแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และข้อมูลจากการบันทึกในขั้นตอนการลงสำรวจพื้นที่ของทั้ง 4 ร้าน

3.5.1.2 นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านหนังสือ มาประกอบการวิเคราะห์กับการจัดพื้นที่ใช้งานและการจัดสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารและจากการสัมภาษณ์ทั้งเจ้าของร้าน นำมาทำวิเคราะห์ผล สรุป และอภิปราย ตามวัตถุประสงค์ในงานวิจัย จับใจความหลัก จัดกลุ่มข้อมูล แต่ละประเภท เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ จากแนวความคิดการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว สามารถทำ แผนกระบวนการได้ โดยวิเคราะห์ตัวชี้วัดของตัวแปรต้นดังจะได้แสดงต่อไปในบทที่ 4 ดังนี้

3.5.2.1 ด้านทำเลที่ตั้งที่ตั้ง เพื่อศึกษาการเข้าถึงโครงการและรูปแบบของ สภาพแวดล้อมทางกายภาพส่วนหน้าร้าน ว่ามีความเอื้ออำนวยหรือเชื่อเชิญให้ผู้คนหรือลูกค้าเข้าร้าน อย่างไร

3.5.2.2 การจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ เพื่อศึกษา รูปแบบ วิธีการจัดพื้นที่ส่วนร้านหนังสือและกิจกรรมเสริมต่างๆ ที่ร้านจัดขึ้นเป็นไปในทิศทางใน เชื่อมโยงกับขนาดพื้นที่ของอาคารตึกแล้วอย่างไร

3.5.2.3 การบริหารจัดการและการบริการขององค์กร เพื่อศึกษาการบริหารจัดการ บุคลากรในร้าน ว่ามีการจัดการภายในอย่างไรในวันทำการ และมีการให้บริการลูกค้าในรูปแบบใดบ้าง ที่เอื้อให้การขายหรือการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

3.5.2.4 การเปรียบเทียบการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสือ อิสระ เพื่อให้เห็นถึงความเหมือนหรือความแตกต่างของการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อม ทางกายภาพภายในร้าน เพื่อเป็นข้อมูลและเสนอแนะแนวทางการจัดพื้นที่และกิจกรรมในร้านหนังสือ อิสระในปัจจุบัน

จากการสรุปเกณฑ์การเลือกกรณีศึกษาดังกล่าว จะนำไปสู่ขั้นตอนการลงพื้นที่สำรวจด้านการ จัดการพื้นที่ใช้สอยและการจัดสภาพแวดล้อม ตามวิธีการดำเนินการวิจัยต่อไป

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการศึกษาด้วยการสำรวจสภาพแวดล้อม สำรวจพื้นที่ใช้สอยภายในอาคาร การสัมภาษณ์ การสังเกตและจดบันทึกข้อมูลในแบบสำรวจ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้านการจัดการพื้นที่ใช้สอยภายใน รวมถึงวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในอาคารร้านหนังสืออิสระ เขตกรุงเทพมหานคร เพื่อหารูปแบบและแนวทางการจัดพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมที่ต้องการของร้านหนังสืออิสระตามเกณฑ์การเลือกในข้อ 3.2 โดยร้านหนังสืออิสระที่นำมาศึกษาทั้งหมด 4 ร้าน ได้แก่

- 1) Book & Belonging
- 2) Dasa Book Café
- 3) Fathom Book Space
- 4) Zombie Book

โดยตำแหน่งที่ตั้งของทั้ง 4 ร้าน ดังภาพที่ 4.1 และรายละเอียดในการรวบรวมข้อมูลจากผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลสถานที่ตั้ง
- 4.2 การจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ
- 4.3 การบริหารจัดการและการบริการขององค์กร
- 4.4 การเปรียบเทียบการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระทั้ง 4

ร้าน

ภาพที่ 4.1: ตำแหน่งที่ตั้งของร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน กรุงเทพมหานคร



4.1 สถานที่ตั้ง

4.1.1 ร้าน Book & Belong

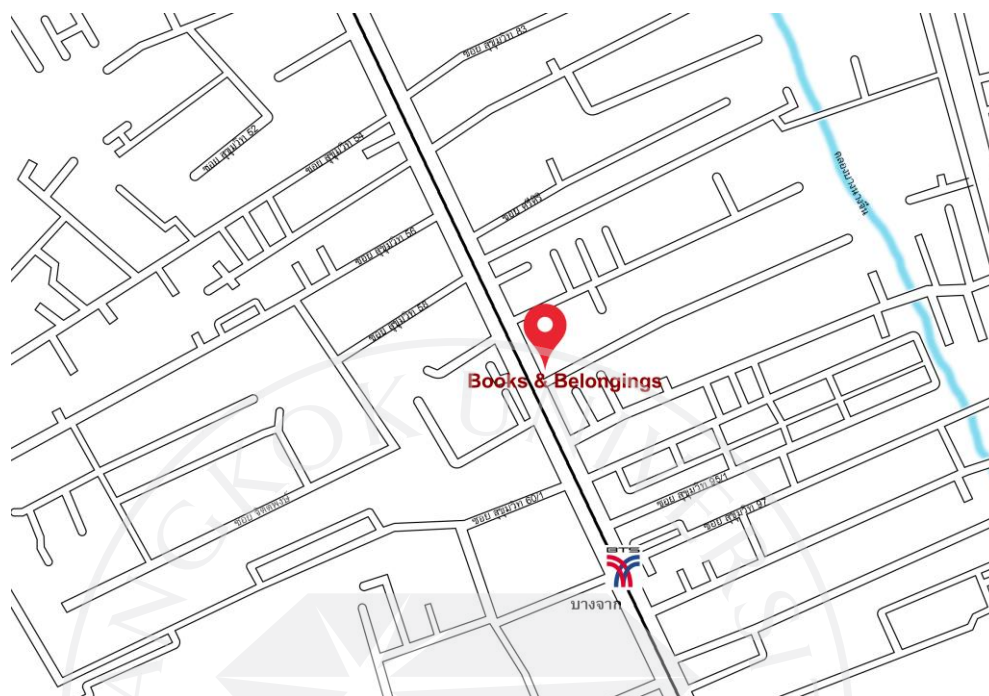
4.1.1.1 ตั้งอยู่ที่ 2281 สุขุมวิท 91 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ ดังภาพที่

4.2 ซึ่งเป็นทำเลที่ติดถนนหลัก การเดินทางสะดวก สามารถเดินทางได้ด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล แท็กซี่ BTS บางจาก หรือเดินเท้า

4.1.1.2 ลักษณะอาคารเป็นตึกแถว 3 ชั้น โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก ด้านหน้าทางเข้าอาคารเป็นผนังกระจกใส กรอบอะลูมิเนียมสีดำ ดังภาพที่ 4.3

4.1.1.3 สภาพแวดล้อมพื้นที่หน้าร้าน มีทางเท้าที่คนสามารถเดินผ่านไปมาได้ปกติ หน้าร้านมีการจัดพื้นที่นั่งพักผ่อน พักคอยหรืออ่านหนังสือได้ มีต้นไม้ประดับส่วนหน้าร้านให้มีธรรมชาติเพิ่มเข้ามา ดังภาพที่ 4.3

ภาพที่ 4.2: ตำแหน่งที่ตั้งของร้านหนังสือ Book & Belongings



ภาพที่ 4.3: ลักษณะส่วนหน้าร้านหนังสือ Book & Belongings



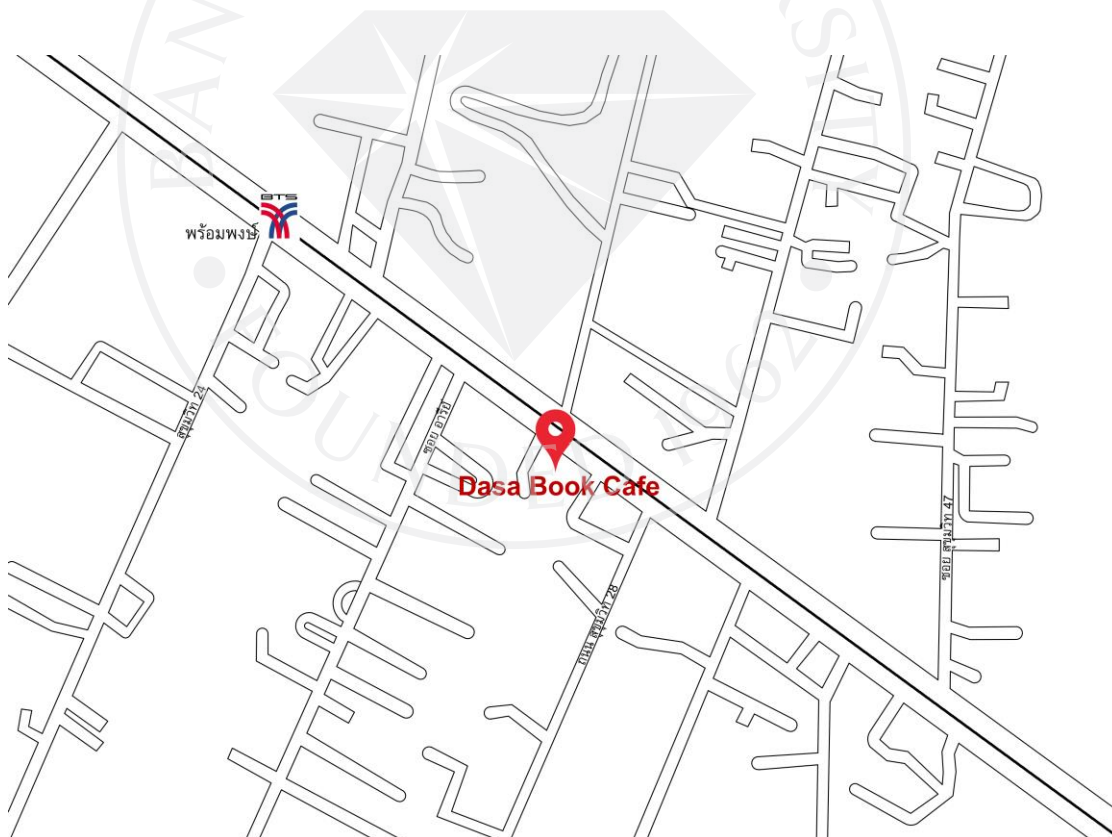
4.1.2 ร้าน Dasa Book&Cafe

4.1.2.1 ตั้งอยู่ที่ 714/4 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ ดังภาพที่ 4.4 ซึ่งเป็นทำเลที่ติดถนนหลัก การเดินทางสะดวก สามารถเดินทางได้ด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล แท็กซี่ BTS ลงสถานีพร้อมพงษ์ หรือเดินเท้าก็ถึงร้านได้

4.1.2.2 ลักษณะอาคาร ตึกแถว 1 คูหา 3 ชั้น เป็นอาคารเก่าซึ่งมีการเสริมโครงสร้างพื้นชั้น 2 ใหม่ เพื่อความคงทน แข็งแรงในอนาคต ผนังทางเข้าเป็นกระจกใส สามารถมองเห็นได้ และมีการจัดวางหนังสือลดราคาวางขายหน้าร้าน

4.1.2.3 สภาพแวดล้อมพื้นที่หน้าร้าน มีทางเท้าที่คนสามารถเดินผ่านไปมาได้ปกติ หน้าร้านมีการจัดพื้นที่สำหรับวางหนังสือลดราคา และมีการติดโปสเตอร์ หรือแสดงหนังสือภายในร้าน เพื่อสร้างความน่าสนใจให้คนที่ผ่านไปมา ดังภาพที่ 4.5

ภาพที่ 4.4: ตำแหน่งที่ตั้งของร้านหนังสือ Dasa Book&Café



ภาพที่ 4.5: ลักษณะอาคารตึกแถวและบรรยากาศหน้าร้าน Dasa Book&Café



4.1.3 ร้าน Fathom Book Space

4.1.3.1 ตั้งอยู่ที่ 572/3 ซอยสวนพลู (สาทร 3) ตรงข้าม สน.ทุ่งมหาเมฆ กรุงเทพฯ ดังภาพที่ 4.6 ซึ่งเป็นทำเลที่ติดถนนหลัก สามารถเดินทางได้ด้วยรถส่วนบุคคล ทั้งรถยนต์ รถจักรยานยนต์ หรือรถจักรยาน แท็กซี่ หรือเดินเท้าก็ถึงร้านได้ ไม่สามารถเดินทางได้ด้วย BTS หรือ MRT

4.1.3.2 ลักษณะอาคาร Fathom Book Space เป็นอาคารตึกแถว 3 ชั้น ผนังทางเข้าอาคารวัสดุกระจกใส สามารถมองเห็นผ่านกันได้ทั้งคนที่อยู่ภายในหรือคนที่อยู่นอกอาคาร และมีการวางชั้นหนังสือหน้าร้านเพื่อสร้างจุดสนใจและการรับรู้ให้กับคนที่ผ่านไปมา มีบรรยากาศของอาคารเก่า ดังภาพที่ 4.7

4.1.3.3 สภาพแวดล้อมพื้นที่หน้าร้าน เนื่องจากเป็นอาคารตึกแถวทำให้มีอาคารขนานข้างทั้งซ้ายและขวา โดยฝั่งขวาทางเข้าเป็นธนาคารออมสิน อาจจะมีคนพลุกพล่านจำนวนมาก และบรรยากาศหน้าร้านมีความร่วมรื่นดีจากร่วมเงาของตัวอาคารเอง ดังภาพที่ 4.7

ภาพที่ 4.6: ตำแหน่งที่ตั้งของร้านหนังสือ Fathom Book Space



ภาพที่ 4.7: ลักษณะอาคารตึกแถวและบรรยากาศหน้าร้าน Fathom Book Space



ที่มา: Fathom Bookspace พื้นที่ของความธรรมดา. (2561). สืบค้นจาก <https://www.sarakadee.com/2018/08/08/fathom-bookspace/>.

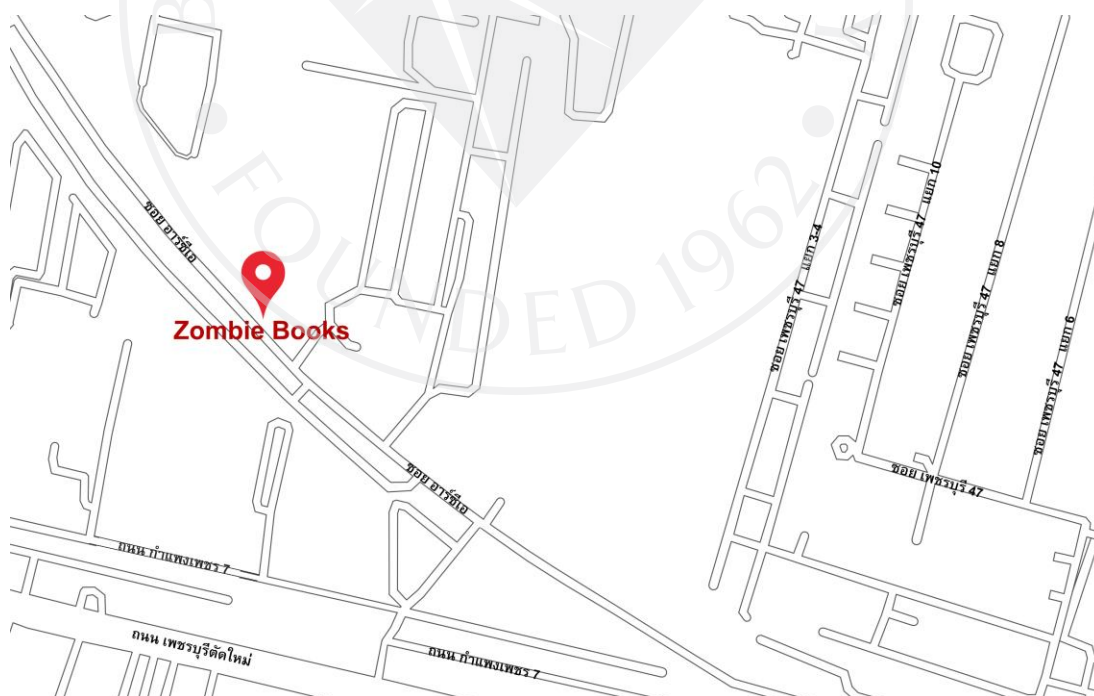
4.1.4 ร้าน Zombie Books

4.1.4.1 ตั้งอยู่ที่ 21/118 อาคาร D โครงการ RCA ซอยศูนย์วิจัย ถ.พระรามเก้า แขวง บางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ 4.8 ซึ่งเป็นทำเลที่อยู่ในพื้นที่ของโครงการ RCA เดินทางได้ด้วยรถส่วนตัวหรือแท็กซี่ จึงสามารถเข้าถึงร้านได้ ซึ่งเป็นทำเลที่มีคนพลุกพล่านและมีความหลากหลายของกิจกรรม

4.1.4.2 ลักษณะอาคาร Zombie Books เป็นอาคารตึกแถว 1 คูหา 4 ชั้น ผนังหน้าร้านทางเข้าตกแต่งด้วยไม้สน ให้บรรยากาศอบอุ่น มีรูปแบบมินิมอล มีกระจกใสมองทะลุเข้าไปด้านในอาคารได้ ซึ่งจะเห็นการจัดหนังสือเพื่อบอกลักษณะโครงการและดึงดูดความสนใจของร้านได้ ดังภาพที่ 4.9

4.1.4.3 สภาพแวดล้อมพื้นที่หน้าร้าน เนื่องจากเป็นอาคารตึกแถวทำให้มีอาคารขนานข้างทั้งซ้ายและขวา มีต้นไม้หน้าร้านและวัสดุตกแต่งเป็นไม้ ทำให้มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ สดชื่น เชื้อเชิญ และสะอาดตา ดังภาพที่ 4.9

ภาพที่ 4.8: ตำแหน่งที่ตั้งของร้านหนังสือ Zombie Books



ภาพที่ 4.9: ลักษณะอาคารตึกแถวและบรรยากาศหน้าร้าน Zombie Books



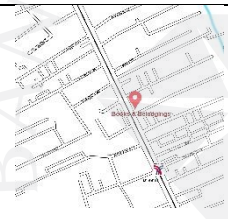
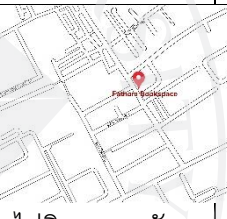
4.1.5 การวิเคราะห์การเลือกทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมหน้าร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน ดังตารางที่ 4.1

4.1.5.1 ด้านทำเลที่ตั้ง สิ่งที่เหมือนกันของการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน คือ เลือกที่ตั้งที่เข้าถึงและมองเห็นโครงการได้ง่าย ด้วยการเลือกที่ตั้งที่ติดถนนที่มีการสัญจรเป็นประจำ อยู่ในแหล่งที่มีคนพลุกพล่าน เดินผ่านหรือสัญจรตลอดเวลา ในแหล่งชุมชน โดยร้าน Book & Belonging และ Dasa Book Café ตั้งอยู่ในโซนใกล้เคียงกัน คือติดถนนสุขุมวิท ซึ่งเป็นเส้นทางที่สามารถเดินทางได้หลากหลาย ทั้งรถไฟฟ้า BTS รถส่วนตัว แท็กซี่ และเดิน ทำให้สะดวกในการเข้าถึงร้านได้ ส่วนร้าน Fathom Book Space และ Zombie Book โครงการไม่ได้ติดถนนหลัก ไม่อยู่ในเส้นทางรถไฟฟ้า BTS ทางเลือกในการเข้าถึงโครงการไม่สะดวกเท่า Book & Belonging และ Dasa Book Café จำเป็นต้องเดินทางด้วยรถส่วนตัวหรือแท็กซี่

4.1.5.2 ลักษณะอาคารและส่วนหน้าร้าน ด้วยลักษณะอาคารเป็นตึกแถวเหมือนกันทั้ง 4 ร้าน ความกว้างหน้าร้านช่วง 4.00-4.50 เมตร ทำให้ทุกร้านมีการออกแบบแตกต่างกัน โดยรวมมีรูปแบบผสมผสานความทันสมัยเป็นปัจจุบัน เช่น Book & Belonging มีรูปแบบโมเดิร์นผสมรูปแบบอุตสาหกรรม รู้สึกแข็งแรง ดิบด้วยวัสดุสีดากับกระจกใส Dasa Book Café มีบรรยากาศความเก่าของอาคาร ผสมรูปแบบโมเดิร์น Fathom Book Space มีรูปแบบโมเดิร์น เรียบง่าย สว่าง และ Zombie Book มีรูปแบบโมเดิร์น โทนสีอบอุ่นด้วยสีและวัสดุไม้ ซึ่งสิ่งที่เหมือนกันของหน้าร้านคือ มีรูปแบบเรียบง่าย ติดกระจกใสเพื่อให้มองเห็นบรรยากาศด้านในหรือหนังสือในร้านได้ มีจุดต่างกันตรงวัสดุ สีสนั ในการตกแต่ง

4.1.5.3 สภาพแวดล้อมทางกายภาพและลักษณะด้านหน้าทางเข้าร้าน โดยรวมทั้ง 4 ร้าน มีบรรยากาศหน้าร้านที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย สะอาดตา มองเห็นได้ง่าย แสงธรรมชาติเข้าถึง จากตารางที่ 4.2 พบว่า มีเพียงร้านเดียวคือ Book & Belonging ที่มีโต๊ะเก้าอี้ไว้ให้นักพักคอย ซึ่งจากการสังเกตพบว่า บางครั้งเป็นพื้นที่นั่งผ่อนคลาย หรือนั่งคุยธุระไปในตัว ซึ่งเมื่อนั่งด้านนอกจะได้มองเห็นบรรยากาศการใช้ชีวิต ผู้คนไปในตัว ในขณะที่ร้าน Dasa Book Café และ Fathom Book Space มีการตั้งโต๊ะวางหนังสือลดราคา หรือติดบอร์ดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของร้าน

ตารางที่ 4.1: การเปรียบเทียบทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

ร้าน/ ประเด็น	Book & Belonging	Dasa book café	Fathom book space	Zombie book
ทำเลที่ตั้ง	 ติดถนนหลัก ถนนสุขุมวิท	 ติดถนนหลัก ถนนสุขุมวิท	 ไม่ติดถนนหลัก ซอยสวนพลู	 ไม่ติดถนนหลัก ซอยอาร์ซีเอ
การเข้าถึง/ การเดินทาง	รถไฟฟ้าBTS/ รถ ส่วนตัว/ แท็กซี่/ เดิน	รถไฟฟ้า BTS/ รถ ส่วนตัว/ แท็กซี่/ เดิน	รถส่วนตัว/ แท็กซี่/ การเดิน	รถส่วนตัว/ แท็กซี่/ การเดิน
ที่จอดรถ	ไม่มีที่จอดรถ	ไม่มีที่จอดรถ	ไม่มีที่จอดรถ	ภายในโครงการ
ลักษณะ อาคารและ ส่วนหน้า ร้าน	 มีรูปแบบโมเดิร์น ผสมอุตสาหกรรม แข็งแรง วัสดุสีดำ กับกระจกใส	 มีบรรยากาศความ เก่าของอาคาร ผสม รูปแบบโมเดิร์น	 มีรูปแบบโมเดิร์น เรียบง่าย สว่าง	 มีรูปแบบโมเดิร์น โทนสีอบอุ่น ด้วยสีและวัสดุไม้

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): การเปรียบเทียบทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้านหนังสืออิสระ
ทั้ง 4 ร้าน

ร้าน/ ประเด็น	Book & Belonging	Dasa book café	Fathom book space	Zombie book
สภาพแวดล้อมหน้า ร้าน	มีชุดโต๊ะ เก้าอี้ วาง ตรงทางเข้าร้าน จัด วางกระถางต้นไม้ จริงหน้าร้าน มี ความเป็นธรรมชาติ มีพื้นที่สีเขียว	จัดโปรโมชั่น หนังสือลดราคา วางบนชั้นหน้าร้าน คนเดินผ่านไปมา เห็นและเข้าถึงได้ ง่าย	สามารถมองเห็น ภายในร้านหนังสือ ได้ชัดเจน มีความ โปร่งเบา มีการจัด หน้าร้านตาม กิจกรรมเพื่อโปร โมต	มีความเป็น ธรรมชาติ อบอุ่น ด้วยแนวรั้วต้นไม้ จริง และวัสดุไม้ สนของผนังและ ประตูหน้าร้าน

4.2 การจัดการพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในร้าน

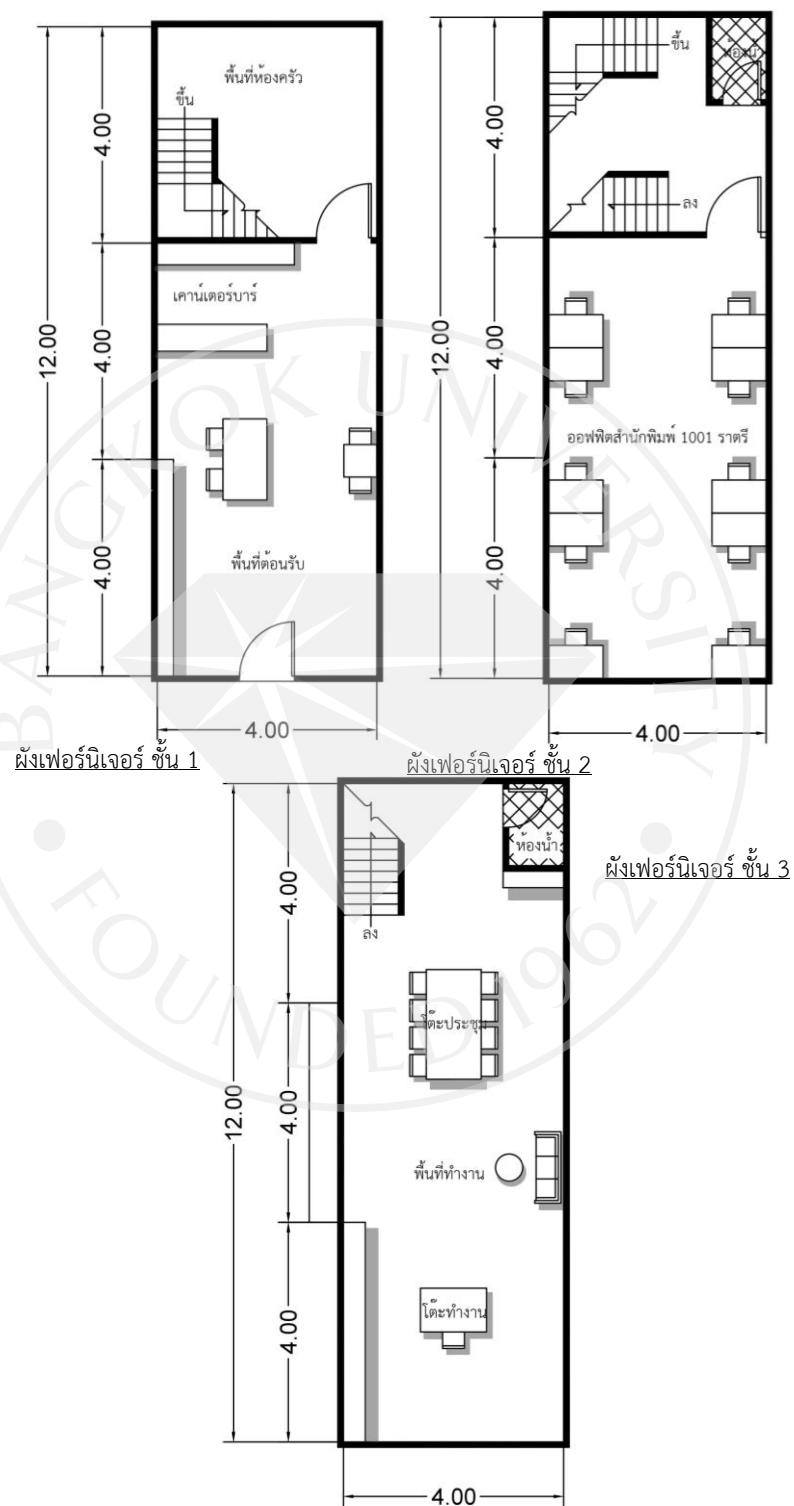
การจัดการพื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสืออิสระ เกิดจากกิจกรรมและพื้นที่ที่ต้องการ จากการศึกษาพบว่า ลักษณะพื้นที่ใช้สอยมี 2 ส่วนหลักด้วยกัน คือ พื้นที่หลักส่วนขายหนังสือและพื้นที่เสริมโครงการในส่วนบริการพิเศษที่เพิ่มเข้ามาตามกิจกรรมภายในร้านที่มีแนวทางแตกต่างกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.1 พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในร้าน Book & Belonging

4.2.1.1 การลงสำรวจพื้นที่และได้บันทึกผังการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ ดังภาพที่ 4.10 และ 4.12

- 1) พื้นที่ชั้น 1 ประกอบด้วยพื้นที่ ร้านหนังสือ นั่งพักคอย พื้นที่ทำงาน เคา์เตอร์เครื่องดี แคชเชียร์ ห้องครัวและห้องน้ำ รวมพื้นที่ทั้งหมด 48 ตารางเมตร ดังภาพที่ 4.10 - 4.11
- 2) พื้นที่ชั้น 2 ประกอบด้วยพื้นที่สำนักงาน สำนักพิมพ์ 1001 ราษฎร์ และห้องน้ำ ดังภาพที่ 4.10 รวมพื้นที่ทั้งหมด 48 ตารางเมตร
- 3) พื้นที่ชั้น 3 ประกอบด้วยพื้นที่ สำนักงาน ห้องประชุม และพื้นที่พักผ่อน รวมพื้นที่ทั้งหมด 48 ตารางเมตร ดังภาพที่ 4.10

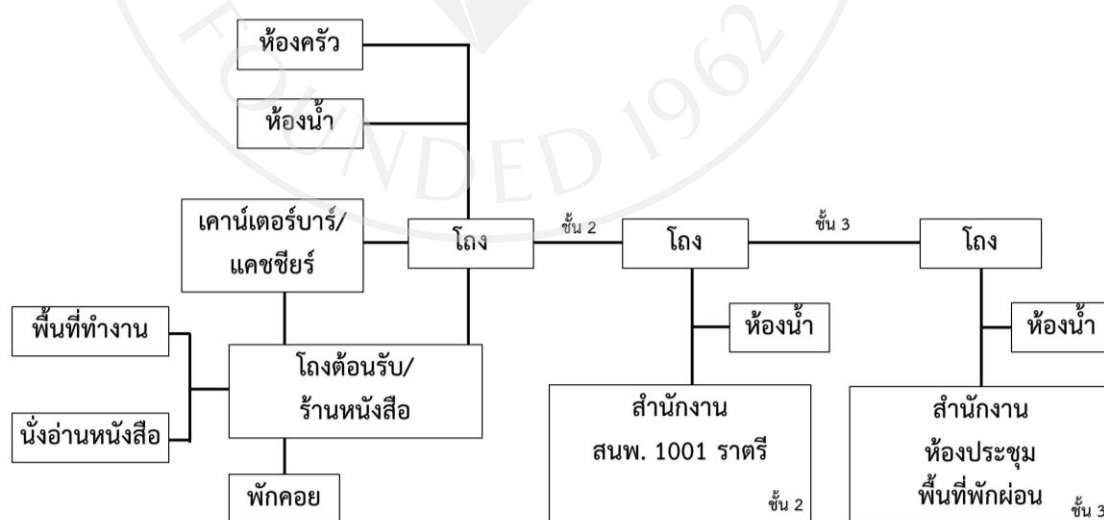
ภาพที่ 4.10: ผังเฟอร์นิเจอร์ร้าน Book & Belonging ทั้ง 3 ชั้น



ภาพที่ 4.11: ลักษณะพื้นที่และบรรยากาศภายในพื้นที่ชั้น 1 ร้าน Book & Belonging



ภาพที่ 4.12:ผังความสัมพันธ์ของพื้นที่การใช้งานภายในร้าน Book & Belonging



4.2.1.2 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Book & Belonging และสรุปดังตารางที่ 4.2

1) การจัดการพื้นที่ใช้สอยภายในร้าน Book & Belonging แบ่งได้ 3 โซน ได้แก่ โซนสาธารณะ โซนกึ่งสาธารณะ และโซนส่วนตัว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ชั้น 1 การจัดวางพื้นที่ภายในชั้น 1 ของร้าน นอกจากเน้นการวางหนังสือที่ผนัง ด้วยเฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับผนังในการประหยัดพื้นที่แล้ว ยังต้องการพื้นที่ว่างในการวางเก้าอี้ หรือโต๊ะ สำหรับกิจกรรมการจัดสัมมนา เสวนา ในหัวข้อต่างๆ ที่น่าสนใจ พื้นที่ชั้น 1 จึงมีลักษณะโล่ง และเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว เพื่อให้สามารถเคลื่อนย้าย เพิ่มลดจำนวนได้อย่างเหมาะสมตามกิจกรรมที่จัดขึ้น มีโซนต่างๆ ดังนี้

- โซนสาธารณะ ได้แก่ โถงต้อนรับ พื้นที่นั่งพักคอย หรือพื้นที่นั่งอ่านหนังสือ เป็นชุดโต๊ะขนาดเล็ก นั่งได้ 2 คน สำหรับรองรับลูกค้าที่เข้ามาซื้อหนังสือ หรือสำหรับผู้เข้ามาติดต่อ งาน ซึ่งจะมีการนั่งคุยรายละเอียดในพื้นที่ร้านขายหนังสือ โดยไม่มีการแบ่งแยกพื้นที่ชัดเจน โถงต้อนรับ เพราะจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์ชั้น 1 เป็นแบบเปิด (Open Plan) ไม่มีการกั้นพื้นที่อย่างเป็นทางการ สดส่วน ทุกพื้นที่มีการเชื่อมโยงกัน ทั้งพื้นที่นั่งอ่านหนังสือหรือพักคอย พื้นที่เลือกหนังสือบนชั้นวาง หรือพื้นที่ทำงาน ก็สามารถมองเห็นกันได้ และมีการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว ซึ่งสามารถเคลื่อนย้าย จัดเก็บ หรือปรับเปลี่ยนการจัดพื้นที่ได้ใหม่ ตามกิจกรรมของร้านที่จะเกิดขึ้น ทำให้มีความยืดหยุ่นในการใช้พื้นที่ ดังภาพที่ 4.12

ภาพที่ 4.13: รูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการจัดที่นั่งพักคอยภายในพื้นที่โถงต้อนรับของร้าน Book & Belonging



- โซนกิ่งสาธารณะ ได้แก่ พื้นที่ทำงาน เป็นโต๊ะไม้ขนาดใหญ่ นั่งได้ 2-4 คน สำหรับพนักงานประจำที่ทำงานในส่วนกราฟฟิกและการขายของร้าน หรือผู้ที่เข้ามาติดต่อกันก็สามารถนั่งคุยได้ โดยจัดวางใกล้กับเคาน์เตอร์ทำเครื่องดื่ม เพื่อต่อการสัญจรและเข้าถึง เมื่อมีลูกค้าสั่งเครื่องดื่มหรือคิกเงิน ดังภาพที่ 4.14 และพื้นที่ห้องน้ำ ซึ่งอยู่ด้านหลังของชั้น 1 ติดกับห้องครัว ทุกคนสามารถใช้งานได้

- โซนส่วนตัว ได้แก่ พื้นที่เคาน์เตอร์เครื่องดื่มและแคชเชียร์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ใช้งานได้เพียงพนักงานทำเครื่องดื่มและคิกเงินเท่านั้น ดังภาพที่ 4.14 โดยที่ลูกค้าสามารถสั่งเครื่องดื่มในโซนสาธารณะก่อน และพื้นที่ครัว ซึ่งอยู่ด้านหลังสุดของชั้น 1 มีเพียงพนักงานที่สามารถใช้งานได้ ยกเว้นในช่วงมีการจัดกิจกรรม อาจมีแขกหรือผู้เข้าร่วมกิจกรรม สามารถใช้งานในพื้นที่ครัวได้

ภาพที่ 4.14: ภาพถ่ายพื้นที่ทำงานและพื้นที่เคาน์เตอร์เครื่องดื่มและแคชเชียร์ ร้าน Book & Belonging



ผังพื้นที่ชั้น 2

- เป็นพื้นที่ส่วนตัว ซึ่งเป็นพื้นที่สำนักงานของสำนักพิมพ์ 1001 รัตริ โดยมีลักษณะการทำงานและมีพนักงานคนละกลุ่มกับร้านหนังสือชั้น 1 แต่สามารถใช้งานร่วมกันได้ในบางกรณี เช่น การพิมพ์สื่อหรือเอกสารในการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น โดยพื้นที่นี้ไม่อนุญาตให้เข้าไปเก็บภาพได้

ผังพื้นที่ชั้น 3

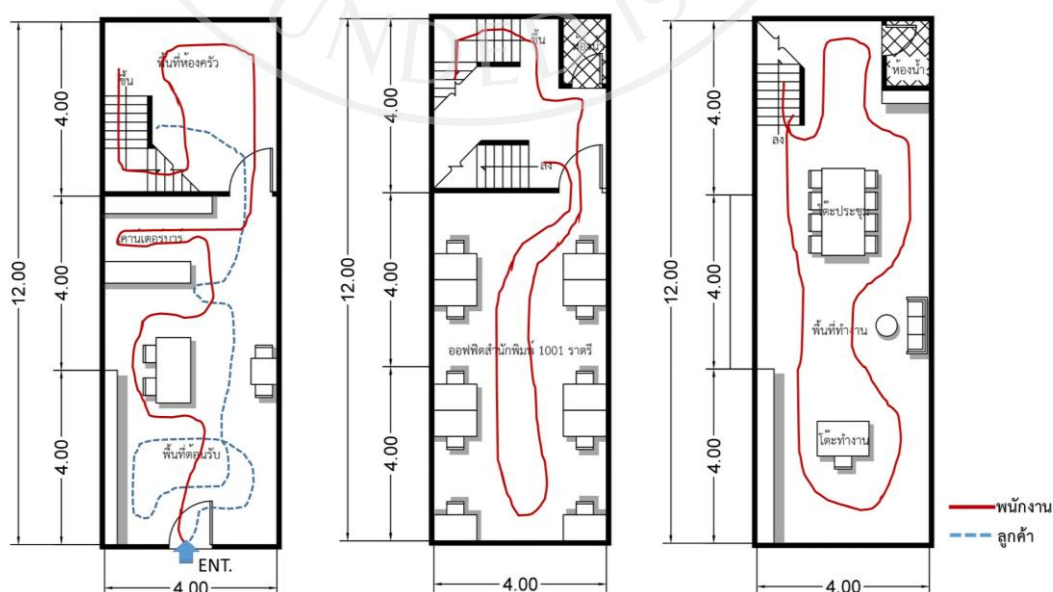
- เป็นพื้นที่ส่วนตัวที่ไม่อนุญาตให้บุคคลภายนอกเข้าไปได้เช่นกันกับชั้น 2

เนื่องจากเป็นสำนักงานของสำนักพิมพ์ แต่พื้นที่นั่งเล่นหรือพักผ่อน พนักงานของร้านทั้งหมด สามารถเข้าไปใช้งานได้

2) การจัดวางพื้นที่ร้านหนังสือ ด้วยแนวคิดในการออกแบบที่ต้องการให้ชั้นหนังสือเป็นเหมือนการจัดนิทรรศการ หนังสือคือส่วนหนึ่งของงานศิลปะที่คนสามารถเข้ามาชมและเลือกซื้อได้ ร้านจึงมีการจัดวางหนังสือไว้ 2 รูปแบบ คือ วางบนชั้นหนังสือและวางบนโต๊ะ โดยที่ชั้นหนังสือมี 2 รูปแบบ คือ เฟอร์นิเจอร์ลอยตัวและแบบติดตั้งกับผนัง ซึ่งชั้นวางหนังสือแบบติดตั้งกับผนังจะช่วยในการประหยัดพื้นที่ มองเห็นและเข้าถึงหนังสือได้ง่าย เหมือนจัดนิทรรศการ ส่วนการวางหนังสือบนเฟอร์นิเจอร์ลอยตัวทั้งที่เป็นชั้นวางหนังสือหรือเป็นโต๊ะ ส่วนนี้ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนการจัดวางได้ตลอดเวลา มีความยืดหยุ่นสูง และสามารถย้ายตำแหน่งเฟอร์นิเจอร์ง่าย ดังภาพที่ 4.14

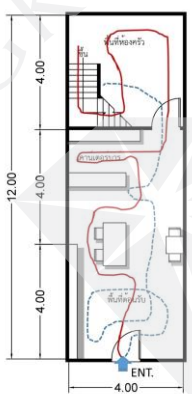
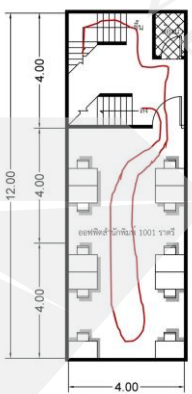
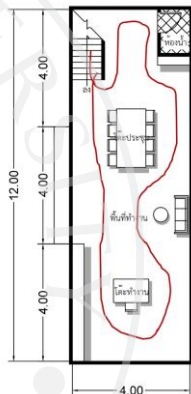
3) เส้นทางสัญจรภายในร้านหนังสือ ด้วยลักษณะอาคารเป็นตึกแถวแนวยาว สี่เหลี่ยมผืนผ้า ทำให้เส้นทางสัญจรภายในเป็นแนวยาวตามตัวอาคาร โดยที่เฟอร์นิเจอร์และพื้นที่ต่างๆถูกจัดชิดผนังทั้งซ้ายขวา และมีทางเดินผ่านทุกพื้นที่ ซึ่งร้านมีการจัดผังแบบเปิด ทำให้ทุกพื้นที่ของชั้น 1 เดินเชื่อมถึงกันได้สะดวก และในส่วนการเชื่อมทางสัญจรไปยังชั้น 2 และชั้น 3 จะใช้บันไดเป็นหลัก ดังภาพที่ 4.15

ภาพที่ 4.15: แสดงเส้นทางสัญจรภายในร้าน Book & Belonging ทั้ง 3 ชั้น



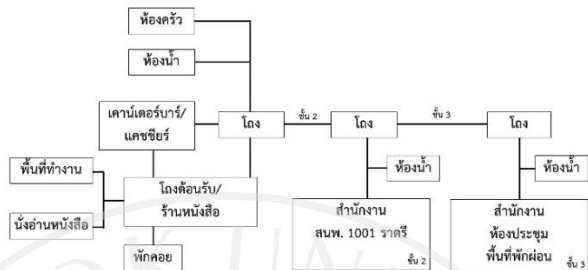
4) สภาพแวดล้อมภายใน จากการสัมภาษณ์พบว่า มีแสงสว่างไม่เพียงพอในบางจุดช่วงกลางวัน เนื่องจากมีแนวคิดในการออกแบบที่เป็นอุตสาหกรรม และยังขาดแสงสว่างทั่วไป โดยภายในร้านส่วนใหญ่ติดตั้งดวงโคมสำหรับตกแต่ง เน้นสร้างบรรยากาศอบอุ่น มีแสงสลัว ซึ่งเหมาะกับการสร้างบรรยากาศตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น การฉายหนัง หรือการสัมมนาที่จำเป็นต้องใช้จอฉายภาพหรือวีดิทัศน์ในกิจกรรม ทำให้ไม่ต้องการแสงสว่างมาก ดังภาพที่ 4.14

ตารางที่ 4.2: สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Book & Belonging

พื้นที่/ ประเด็น	ชั้น 1	ชั้น 2	ชั้น 3	หมายเหตุ
ผังการจัดวาง เฟอร์นิเจอร์ และเส้นทาง สัญจร				— พนักงาน --- ลูกค้า
ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)	48.00	48.00	48.00	รวม 144
พื้นที่ใช้สอย และกิจกรรม	- พื้นที่ร้านหนังสือ - นั่งพักคอย/อ่านหนังสือ - พื้นที่แคชเชียร์ - เคาน์เตอร์เครื่องดื่ม - พื้นที่ทำงานพนักงาน - ห้องครัว / ห้องน้ำ	- พื้นที่สำนักงาน - ห้องน้ำ	- สำนักงาน - ห้องประชุม - พื้นที่พักผ่อน - ห้องน้ำ	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Book & Belonging

พื้นที่/ประเด็น	ชั้น 1	ชั้น 2	ชั้น 3	หมายเหตุ
ผัง ความสัมพันธ์ ของพื้นที่การ ใช้งาน				
สภาพแวดล้อม ภายใน	มีแสงสว่างไม่เพียงพอในบางจุดช่วงกลางวัน เนื่องจากมีแนวคิดในการออกแบบที่เป็นอุตสาหกรรม และยังขาดแสงสว่างทั่วไป โดยภายในร้านส่วนใหญ่ติดตั้งดวงโคมสำหรับตกแต่ง เน้นสร้างบรรยากาศอบอุ่น มีแสงสลัว ซึ่งเหมาะกับการสร้างบรรยากาศตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น การฉายหนัง หรือการสัมมนา 			

4.2.2 พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในร้าน Dasa book&cafe

4.2.2.1 การลงสำรวจพื้นที่และได้บันทึกผังการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ ดังภาพที่ 4.16

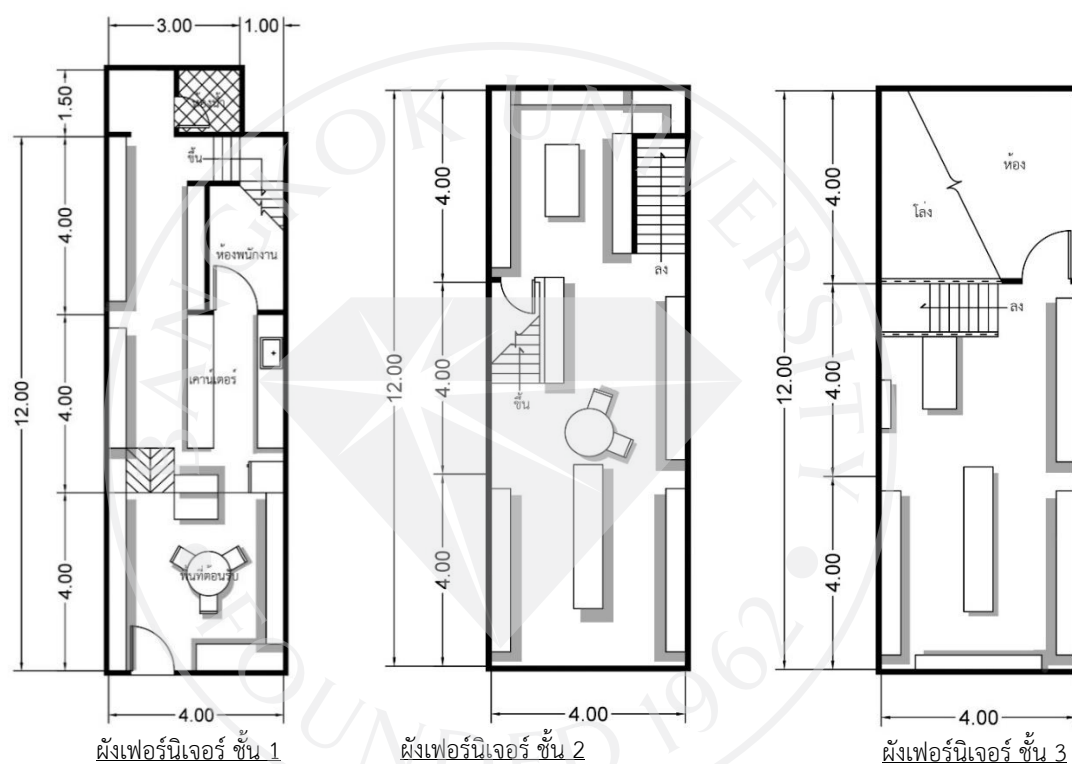
และ 4.20

- 1) ผังพื้นที่ชั้น 1 ประกอบด้วย โถงต้อนรับที่รวมอยู่ในพื้นที่ร้านหนังสือ พื้นที่นั่งพักคอยหรืออ่านหนังสือ พื้นที่แคชเชียร์และเคาน์เตอร์เครื่องดื่ม พื้นที่พนักงาน ห้องเก็บของ และห้องน้ำ ดังภาพที่ 4.16

2) ผังพื้นที่ชั้น 2 ประกอบด้วย ชั้นวางหนังสือทั้งหมด และมีโต๊ะสำหรับนั่งพัก 1 ชุด 2 ที่นั่ง ดังภาพที่ 4.16 และ 4.18

3) ผังพื้นที่ชั้น 3 ประกอบด้วย พื้นที่ชั้นวางหนังสือทั้งหมด ดังภาพที่ 4.16 และ 4.19

ภาพที่ 4.16: ผังเฟอร์นิเจอร์ร้าน Dasa Book&Cafe ทั้ง 3 ชั้น



ภาพที่ 4.17: ภาพบรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในชั้น 1 ร้าน Dasa Book&Café



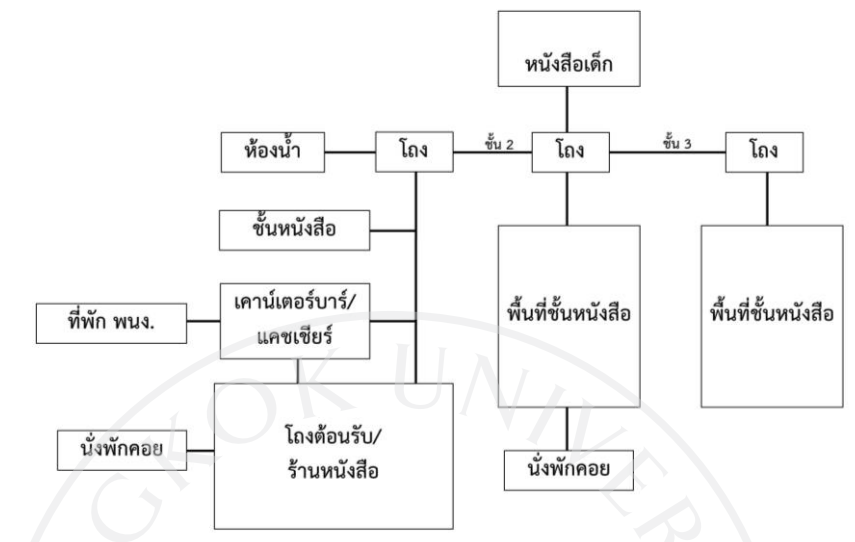
ภาพที่ 4.18: ภาพบรรยากาศภายในพื้นที่ร้านชั้น 2 ของร้าน Dasa Book&Café



ภาพที่ 4.19: ภาพบรรยากาศภายในพื้นที่ร้านชั้น 3 ของร้าน Dasa Book&Café



ภาพที่ 4.20: ผังความสัมพันธ์ของพื้นที่การใช้งานภายในร้าน Dasa Book&Café



4.2.2.2 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสือ Dasa book&cafe และสรุปในตารางที่ 4.3

1) การจัดการพื้นที่ใช้สอยภายในร้าน Dasa book&cafe แบ่งได้ 2 โซน ได้แก่ โซนสาธารณะ และโซนส่วนตัว ดังภาพที่ 4.19 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ชั้น 1

- โถงต้อนรับและร้านหนังสือ เป็นพื้นที่สาธารณะ โดยมีโถงต้อนรับส่วนหน้าที่มีการจัดวางชั้นหนังสือกับชั้นวางติดตั้งกับผนัง มีซีดีเพลงและแผ่นเสียงวางจำหน่ายไปด้วย ตรงกลางพื้นที่โถงมีชุดโต๊ะนั่งพัก 1 ชุด และมีโต๊ะสูงแบบเคาน์เตอร์ 1 ชุด วางจุดกระจกหน้าร้านที่เป็นดีสเพลย์ของร้าน และสามารถนั่งพักคอยได้ดังภาพที่ 4.21 เมื่อสัญจรเดินเข้าไปภายในร้าน ติดบันไดทางขึ้นชั้น 2 จะเป็นส่วนชั้นวางหนังสือทั้งหมด

- พื้นที่เคาน์เตอร์แคชเชียร์และเคาน์เตอร์เครื่องดื่ม เป็นพื้นที่ส่วนตัวที่อยู่ในตำแหน่งกลางของผังชั้น 1 เคาน์เตอร์ตัวโอ (I) เพื่อประหยัดพื้นที่ และอยู่ตรงกลางเพื่อสามารถมองเห็นร้านได้อย่างทั่วถึง ดังภาพที่ 4.22

- พื้นที่ห้องน้ำ โดยทั้งร้านมีห้องน้ำที่ชั้น 1 เพียงห้องเดียว ซึ่งใช้ร่วมกันทุกคน อยู่ในตำแหน่งถัดจากบันไดขึ้นชั้น 2

ภาพที่ 4.21: (ก) ภาพโต๊ะนั่งพัก รูปแบบวงกลม 2 ที่นั่ง 1 ชุด และ (ข) ภาพโต๊ะสูงวางติดกระจกผนังทางเข้าร้านซึ่งวางหนังสือเป็นดิสเพลย์ร้านและนั่งพักได้

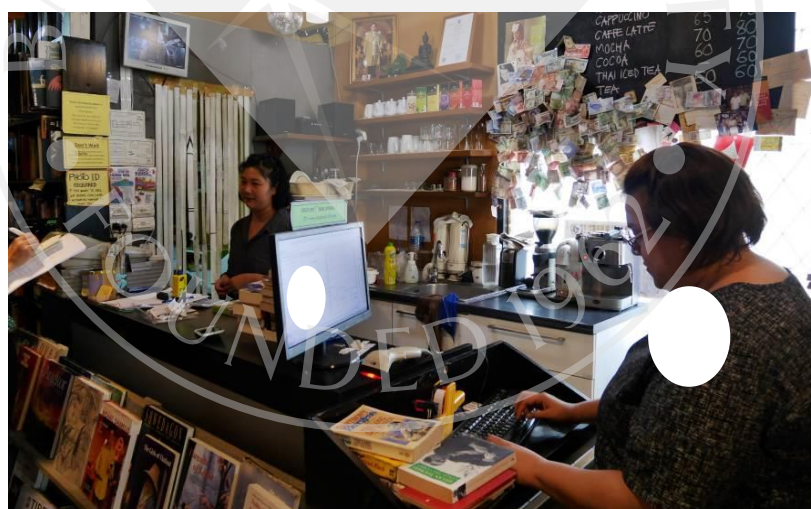
(ก)



(ข)



ภาพที่ 4.22: เคาน์เตอร์แคชเชียร์และเคาน์เตอร์เครื่องดื่มรูปตัวไอ (I)



ชั้น 2

พื้นที่ชั้น 2 ทั้งหมดเป็นชั้นวางหนังสือทั้งหมด เนื่องจากทางร้านมีหนังสือจำนวนมาก การจัดวางหนังสือจึงมีทั้งวางบนชั้นและวางกับพื้น เนื่องจากทางร้านไม่มีพื้นที่เก็บหนังสือโดยเฉพาะ และเป็นร้านขายหนังสือมือสองที่หายาก จากการสัมภาษณ์จึงใช้การวางที่พื้นเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นหนังสือได้ง่าย ซึ่งแบ่งโซนหนังสือเป็น 2 โซน ได้แก่ โซนหนังสือเด็ก และโซนหนังสือทั่วไป ในส่วนหนังสือเด็กจะมีพื้นที่ให้นั่งเป็น Stool พลาสติก หรือให้นั่งกับพื้นได้ ซึ่งมีการจัดวางพื้นที่โล่งที่

เหมาะกับเด็ก ในส่วนของหนังสือทั่วไปที่วางบนชั้นติดตายที่ผนังทุกด้าน และวางบนชั้นเฟอร์นิเจอร์ลอยตัว ซึ่งวางตรงกลางของผังชั้น 2 ทางสัญจรเดินได้รอบชั้นวางหนังสือลอยตัว และมีชุดโต๊ะนั่งพัก 1 ชุดในส่วนหนังสือทั่วไป ดังภาพที่ 4.17

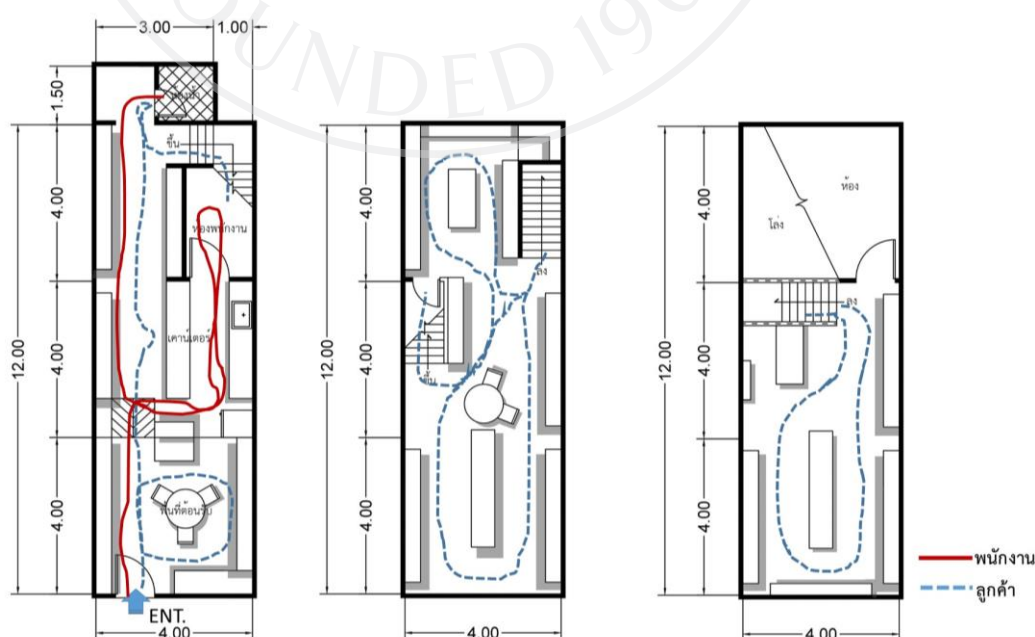
ชั้น 3

มีด้วยกัน 2 โซนเมื่อแบ่งจากโถงบันได โดยมีห้องว่างเปล่าไม่ได้ใช้งาน 1 ห้อง และส่วนที่ใช้งานวางชั้นหนังสือ จะวางคล้ายกับชั้นสอง มีทางสัญจรตรงกลาง สามารถเดินวนรอบชั้นวางหนังสือได้ และเลือกหนังสือจากชั้นวางตรงผนังทุกด้านได้ ดังภาพที่ 4.18

2) การจัดวางพื้นที่ร้านหนังสือ จากผังเฟอร์นิเจอร์ในภาพที่ 4.15 จะพบว่า การจัดวางชั้นหนังสือวางตามแนวยาวของอาคาร ซึ่งใช้เฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับผนังทุกด้าน ทั้ง 3 ชั้น และใช้ชั้นหนังสือเฟอร์นิเจอร์ลอยตัววางตรงกลางผัง เพื่อให้ทางสัญจรเดินรอบชั้นหนังสือได้ แต่ใช้ประโยชน์การวางหนังสือ 2 ด้าน ซึ่งทำให้วางหนังสือได้จำนวนมาก โดยมีรูปแบบและวัสดุสำเร็จรูปจากโลหะ ให้ความรู้สึกแข็งแรง สไตลล์ออฟต์ผสมผสานกัน ดังภาพที่ 4.24

3) เส้นทางสัญจรภายในร้านหนังสือ เส้นทางสัญจรภายในร้านเป็นไปตามรูปแบบอาคารตึกแถว การวางชั้นหนังสือตรงกลางและเว้นทางสัญจรไปตามชั้นหนังสือ ทำให้ง่ายในการสัญจร ไม่ซับซ้อน มีช่องทางเดินที่พอดี แต่เดินสวนทางกันไม่ได้ และมีส่วนบันไดเชื่อมชั้น 2 และชั้น 3 ในการสัญจรทางตั้ง ดังภาพที่ 4.23 และ 4.25

ภาพที่ 4.23: แสดงเส้นทางสัญจรภายในร้าน Dasa Book&Cafe ทั้ง 3 ชั้น



4) สภาพแวดล้อมภายใน จากการสังเกต พบว่า สภาพแวดล้อมภายในอาคาร ด้านแสงสว่างส่วนชั้น 2 และชั้น 3 กรอบอาคารด้านหน้าที่เป็นหน้าต่างมีแสงสว่างจ้า รบกวนสายตา ในช่วงกลางวันที่มีแสงภายนอกมากกว่าภายใน ในส่วนบรรยากาศให้ความรู้สึกอบอุ่น คลาสสิก มีเอกลักษณ์ชัดเจน ชวนให้เป็นพื้นที่ที่น่าอ่านหนังสือมากขึ้น ดังภาพที่ 4.26

ภาพที่ 4.24: รูปแบบชั้นวางหนังสือในร้าน Dasa Book&Café



ภาพที่ 4.25: ลักษณะทางสัญจรภายในร้าน ซึ่งเกิดจากการจัดวางชั้นหนังสือตามรูปแบบอาคาร



ภาพที่ 4.26: ภาพแสดงจุดที่มีแสงบาดตา โดยแสงจากช่องหน้าต่างด้านหน้าอาคาร

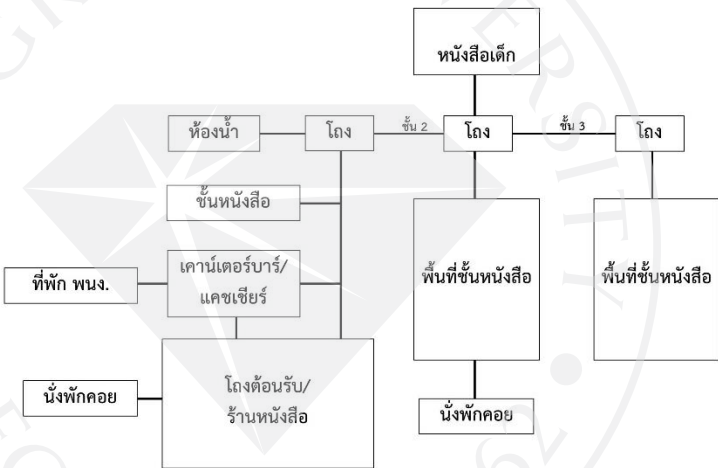


ตารางที่ 4.3: สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Dasa Book&Café

พื้นที่/ประเด็น	ชั้น 1	ชั้น 2	ชั้น 3	หมายเหตุ
ผังการจัดวาง เฟอร์นิเจอร์ และเส้นทาง สัญจร				พนักงาน ลูกค้า
ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)	52.50	48.00	48.00	รวม 148.50

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Dasa Book&Café

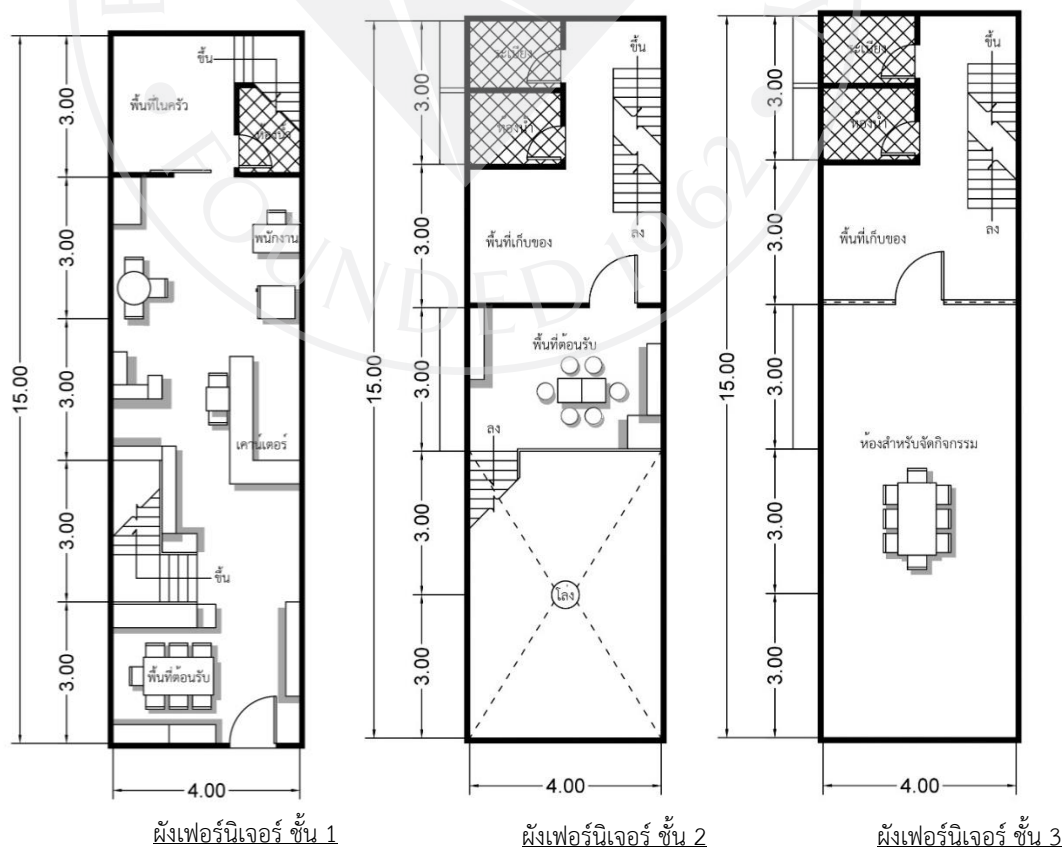
พื้นที่/ประเด็น	ชั้น 1	ชั้น 2	ชั้น 3	หมายเหตุ
พื้นที่ใช้สอย และกิจกรรม	- พื้นที่ร้านหนังสือ - นั่งพักคอย/อ่านหนังสือ - พื้นที่แคชเชียร์ - เคาน์เตอร์เครื่องดื่ม - พื้นที่พนักงาน/เก็บของ - ห้องน้ำ	- พื้นที่โต๊ะสำหรับนั่งแบบ 2 ที่นั่ง 1 ชุด	- พื้นที่ชั้นวางหนังสือทั้งหมด	
ผังความสัมพันธ์ของพื้นที่การใช้งาน				
สภาพแวดล้อมภายใน	แสงสว่างเพียงพอไม่มีแสงบาดตา บรรยากาศอบอุ่น เต็มไปด้วยชั้นหนังสือ 	ด้านแสงสว่างส่วนชั้น 2 และชั้น 3 กรอบอาคารด้านหน้าที่เป็นหน้าต่างมีแสงสว่างจ้า รบกวนสายตา ในช่วงกลางวันที่มีแสงภายนอกมากกว่าภายใน ในส่วนบรรยากาศให้ความรู้สึกอบอุ่น คลาสสิก มีเอกลักษณ์ 		

4.2.3 พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในร้าน Fathom Book Space

4.2.3.1 การลงสำรวจพื้นที่และได้บันทึกผังการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ ร้าน Fathom Book Space เป็นอาคารตึกแถว 4 ชั้นครึ่ง มีการแบ่งพื้นที่ การใช้งานได้อย่างคุ้มค่า หลากหลาย ตามกิจกรรมและความต้องการของร้าน ดังภาพที่ 4.27 ดังนี้

- 1) ผังพื้นที่ชั้น 1 ประกอบด้วย ดิสเพลย์หน้าร้าน พื้นที่นั่งอ่านหนังสือ พื้นที่เล่นเปียโน พื้นที่นั่งพักคอย พื้นที่ชั้นวางหนังสือ พื้นที่เคาน์เตอร์แคชเชียร์และทำเครื่องดื่ม พื้นที่นั่งอ่านหนังสือและดื่มกาแฟ พื้นที่นั่งทำงานส่วนตัว และห้องน้ำ ดังภาพที่ 4.27
- 2) ผังพื้นที่ชั้นลอย เป็นพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมต่างๆ ในรูปแบบของการนั่งพื้น มีเบาะรองนั่งและโต๊ะญี่ปุ่น ดังภาพที่ 4.27
- 3) ผังพื้นที่ชั้น 2 เป็นห้องสำหรับจัดกิจกรรม พื้นที่ห้องน้ำและเก็บของ ดังภาพที่ 4.27
- 4) ผังพื้นที่ชั้น 3-4 เป็นส่วนพักอาศัย ซึ่งไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ได้

ภาพที่ 4.27: ผังเฟอร์นิเจอร์ร้าน Fathom Book Space ทั้ง 3 ชั้น



4.2.3.2 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Fathom Book Space

1) การจัดการพื้นที่ใช้สอยภายในร้าน Fathom Book Space

ชั้น 1 ประกอบด้วย 2 โซนหลัก คือ โซนสาธารณะและโซนส่วนตัว ดังนี้

- โถงต้อนรับและพักคอย อยู่ส่วนหน้าของชั้น 1 เป็นโถงโถง โปร่ง สบายตา มีส่วนชั้นหนังสือใหม่วางเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นชัดเจน มีการจัดหน้าร้านตามธีมกิจกรรมของทางร้าน มีโต๊ะสำหรับนั่งพักคอยหรือนั่งอ่านหนังสือก็ได้ ซึ่งมีการวางหนังสือไว้บนโต๊ะ เพื่อให้ลูกค้าเห็นได้ชัด และมีการปรับเปลี่ยนหนังสือบ่อยครั้ง นอกจากนี้ ยังมีเปียโน สำหรับคนที่อยากเล่นก็เล่นได้ ซึ่งเดินถัดเข้าไปจะเป็นที่นั่งดื่ม นั่งอ่าน ซึ่งทางร้านเตรียมไว้ให้ลูกค้า ดังภาพที่ 4.27

- เคาน์เตอร์แคชเชียร์และทำเครื่องดื่ม อยู่ในพื้นที่เดียวกันเป็นรูปตัวยู (U) เป็นพื้นที่ส่วนตัวสำหรับพนักงานเท่านั้น และถัดไปด้านหลังจะเป็นโต๊ะทำงานของพนักงาน ซึ่งตั้งอยู่หน้าห้องน้ำ โดยพนักงานสามารถมานั่งทำงานได้

- ห้องน้ำ เป็นพื้นที่สาธารณะที่ทุกคนเข้าใช้งานได้

ชั้นลอย

เป็นพื้นที่ว่างอเนกประสงค์ เนื่องจากใช้สำหรับทำกิจกรรมต่างๆ ภายในร้านในช่วงเวลาที่มีกิจกรรมที่น่าสนใจ และสำหรับคนที่มานั่งอ่านหนังสือนาน ก็เป็นพื้นที่พักผ่อนได้ และส่วนโถงบันไดเป็นพื้นที่ห้องน้ำ สามารถใช้ได้ทั้งลูกค้าและพนักงาน ถัดมาเป็นพื้นที่ว่าง สำหรับเตรียมอุปกรณ์ในการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ภายในพื้นที่มีชั้นหนังสือวางเรียงกันง่ายๆ ลักษณะการนั่งทำกิจกรรมเป็นแบบนั่งกับพื้น มีโต๊ะญี่ปุ่นวางไว้ ดังภาพที่ 4.31

ชั้น 2

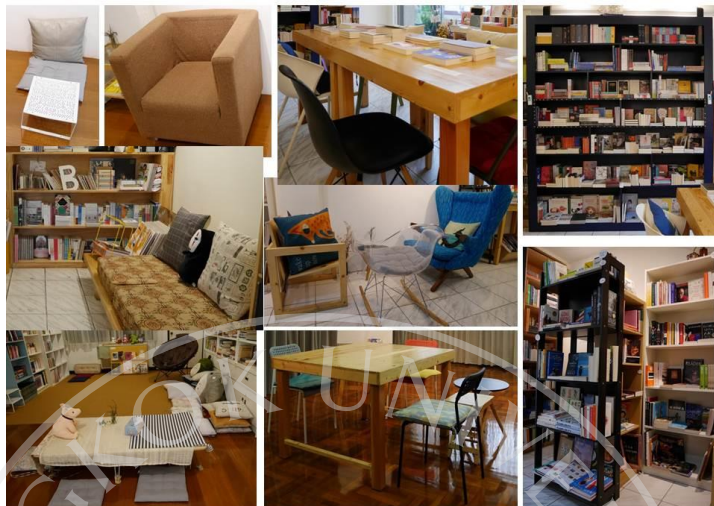
- บริเวณโถงบันไดมีห้องน้ำสามารถใช้ได้ทั้งลูกค้าและพนักงาน ถัดมาเป็นพื้นที่โถงสำหรับเตรียมอุปกรณ์ในกิจกรรม หรือบางครั้งที่คนเยอะก็สามารถใช้จัดกิจกรรมได้ โดยให้ล้อและคล้อยตามพื้นที่

- ห้องกิจกรรม เป็นห้องโถงที่เตรียมไว้เพื่อจัดกิจกรรม เช่น การเสวนา การแสดงละครต่างๆ เป็นต้น โดยภายในมีจัดเตรียมโต๊ะ เก้าอี้ และกระดาน รวมถึงอุปกรณ์การเขียนต่างๆ เพื่อให้ความสะดวกกับลูกค้าได้มากที่สุด ดังภาพที่ 4.32

2) การจัดวางพื้นที่ร้านหนังสือ

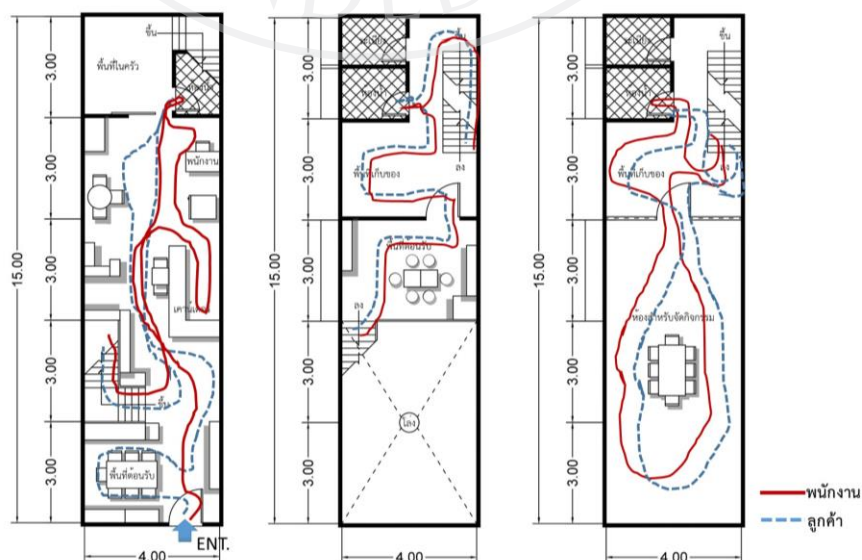
จากแนวคิดในการออกแบบข้างต้น เพอร์นิเจอร์จึงมีหลากหลายรูปแบบ โดยส่วนใหญ่เป็นเพอร์นิเจอร์ลอยตัว ที่สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่การใช้งานและเปลี่ยนรูปแบบได้ง่าย ซึ่งสามารถทำได้ด้วยตนเอง โดยวัสดุหลักของเพอร์นิเจอร์เป็นไม้สนสีอ่อน นุ่ม สะอาดตา และชั้นหนังสือหลักคือสีน้ำเงินซึ่งวางในส่วนหน้าร้านให้เห็นได้ชัดสำหรับหมวดหนังสือแนะนำ และหมวดหนังสือใหม่ ทำให้การจัดวางชั้นหนังสือสามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา ดังภาพที่ 4.28

ภาพที่ 4.28: รูปแบบชั้นวางหนังสือและเฟอร์นิเจอร์ในร้าน Fathom Book Space



3) เส้นทางสัญจรภายในร้านหนังสือ แบ่งเส้นทางสัญจรตามผู้ใช้งาน คือ พนักงานและลูกค้า ซึ่งเส้นทางสัญจรส่วนลูกค้าสามารถเข้าใช้งานได้ทั้ง 3 ชั้น เนื่องจากเป็นพื้นที่กิจกรรมที่ทำร่วมกัน แต่ไม่สามารถเข้าใช้พื้นที่ทำงานและส่วนเคาน์เตอร์แคชเชียร์ได้ ในส่วนพนักงานจะเข้าใช้ทุกพื้นที่ได้ โดยเส้นทางสัญจรเป็นไปตามลักษณะอาคาร จัดเฟอร์นิเจอร์ชิดผนังและใช้ตรงกลางเป็นเส้นทางสัญจรหลัก ดังภาพที่ 4.29

ภาพที่ 4.29: แสดงเส้นทางสัญจรภายในร้าน Fathom Book Space ทั้ง 3 ชั้น



4) สภาพแวดล้อมภายใน จากการสังเกต พบว่า สภาพแวดล้อมภายในมีความปลอดภัย โลงสบายตา รู้สึกผ่อนคลาย ด้วยสีขาว แสงสว่างทั่วถึงทุกจุด สำหรับพื้นที่ชั้น 1 และชั้นลอย และใส่ส่วนชั้น 2 เป็นห้องกิจกรรมแยกที่มีความสะอาด ป้องกันเสียงสะท้อนด้วยการติดผ้าม่าน ดังภาพที่ 4.30

ภาพที่ 4.30: พื้นที่โถงทางเข้าและส่วนต้อนรับหน้าร้าน Fathom Book Space



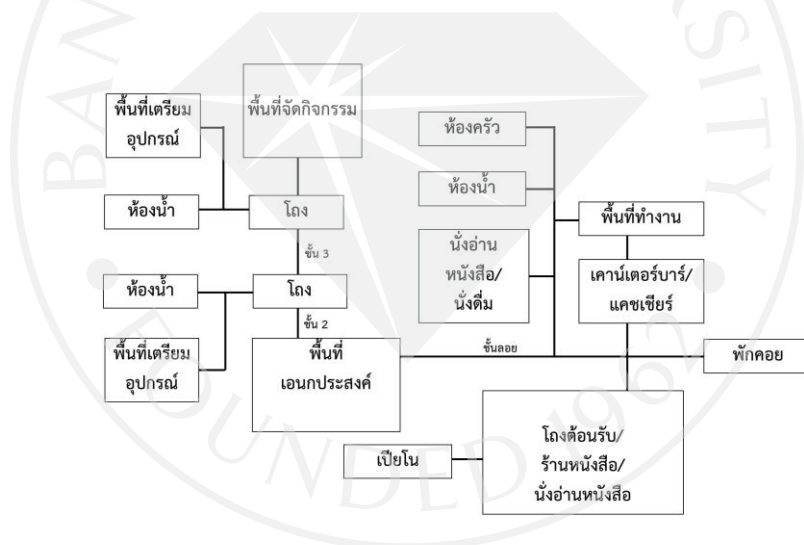
ภาพที่ 4.31: การจัดพื้นที่ชั้นลอย ด้วยรูปแบบการนั่งพื้น แบบญี่ปุ่นของร้าน Fathom Book Space



ภาพที่ 4.32: ห้องอเนกประสงค์ สำหรับทำกิจกรรมที่หลากหลายของร้าน Fathom Book Space



ภาพที่ 4.33:ผังความสัมพันธ์ของพื้นที่การใช้งานภายในร้าน Fathom Book Space

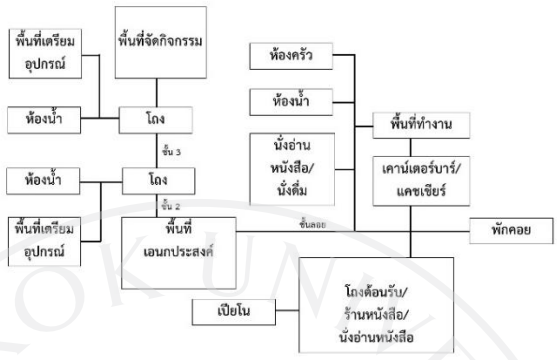
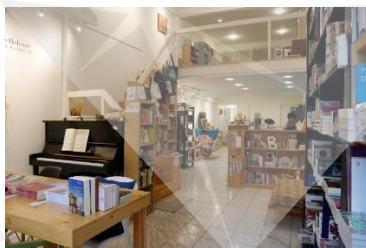


ตารางที่ 4.4: สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Fathom Book Space

พื้นที่/ประเด็น	ชั้น 1	ชั้นลอย	ชั้น 2	หมายเหตุ
ผังการจัดวางเฟอร์นิเจอร์และเส้นทางสัญจร				— พนักงาน — ลูกค้า
ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)	60.00	36.00	60.00	รวม 156.00
พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรม	- พื้นที่ร้านหนังสือ - นั่งพักคอย/อ่านหนังสือ - พื้นที่แคชเชียร์ - เคาน์เตอร์เครื่องดื่ม - พื้นที่ทำงาน - ห้องน้ำ / พื้นที่เก็บของ	- พื้นที่เอนกประสงค์สำหรับทำกิจกรรมต่างๆ ในรูปแบบของการนั่งพื้น	- ห้องสำหรับจัดกิจกรรม - พื้นที่ห้องน้ำ - เก็บของ	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ): สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Fathom Book Space

พื้นที่/ประเด็น	ชั้น 1	ชั้นลอย	ชั้น 2	หมายเหตุ
ผัง ความสัมพันธ์ ของพื้นที่การใช้ งานภายใน				
สภาพแวดล้อม ภายใน	สำหรับพื้นที่ชั้น 1 และชั้นลอย มีความ ปลอดโปร่ง โล่ง สบายตา รู้สึกผ่อนคลาย ด้วยสีขาว แสงสว่างทั่วถึงทุกจุด 		มีความสะอาด ป้องกันเสียงสะท้อน ด้วยการติดผ้าม่าน 	

4.2.4 พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในร้าน Zombie Books

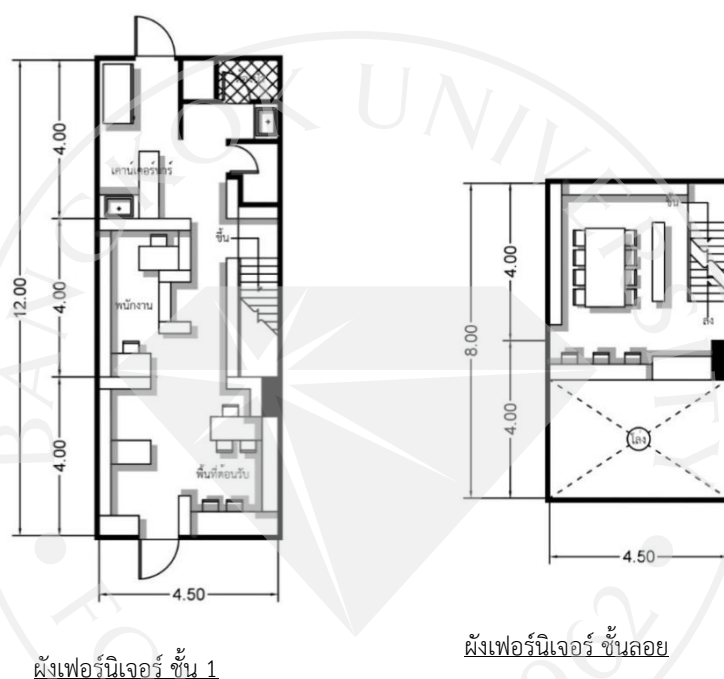
4.2.4.1 การลงสำรวจพื้นที่และได้บันทึกผังการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ ดังภาพที่ 4.34 -

4.35

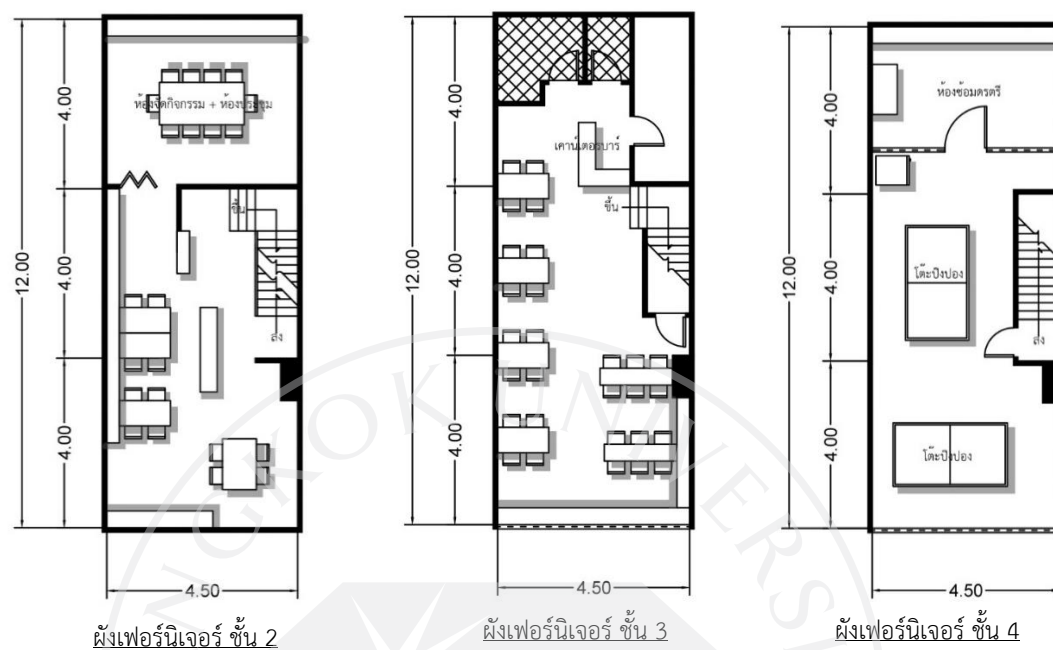
- 1) ผังพื้นที่ชั้น 1 ประกอบไปด้วย พื้นที่นั่งอ่านหนังสือและนั่งทำงาน ซึ่งลูกค้าและพนักงานใช้ร่วมกันได้ในพื้นที่เดียวกัน พื้นที่สำนักงานและแคชเชียร์ขนาดเล็ก 3-4 คน พื้นที่ชั้นวางหนังสือ พื้นที่ทำเครื่องดื่ม และพื้นที่ห้องน้ำ
- 2) ผังพื้นที่ชั้นลอย ประกอบด้วย พื้นที่วางชั้นหนังสือ พื้นที่นั่งอ่านหนังสือ พื้นที่ห้องประชุม
- 3) ผังพื้นที่ชั้น 2 ประกอบด้วย พื้นที่นั่งอ่านหนังสือและเล่นเกม พื้นที่ชั้นหนังสือ และห้องประชุม

- 4) ผังพื้นที่ชั้น 3 เป็นพื้นที่สำหรับให้เช่าจัดกิจกรรมหรือจัดปาร์ตี้ได้ ประกอบด้วย บาร์สูงพร้อมเก้าอี้ เคาน์เตอร์บาร์ ชุดโต๊ะนั่งดื่ม พื้นที่ดนตรี ห้องเก็บของ และห้องน้ำ
- 5) ผังพื้นที่ชั้น 4 เป็นพื้นที่นันทนาการ ประกอบด้วยพื้นที่วางโต๊ะปิงปอง 2 ชุด และห้องซัอมดนตรี

ภาพที่ 4.34: ผังเฟอร์นิเจอร์ร้าน Zombie Books ชั้น 1 และ ชั้นลอย



ภาพที่ 4.35: ผังเฟอร์นิเจอร์ร้าน Zombie Books ชั้น 2 ชั้น 3 และชั้น 4



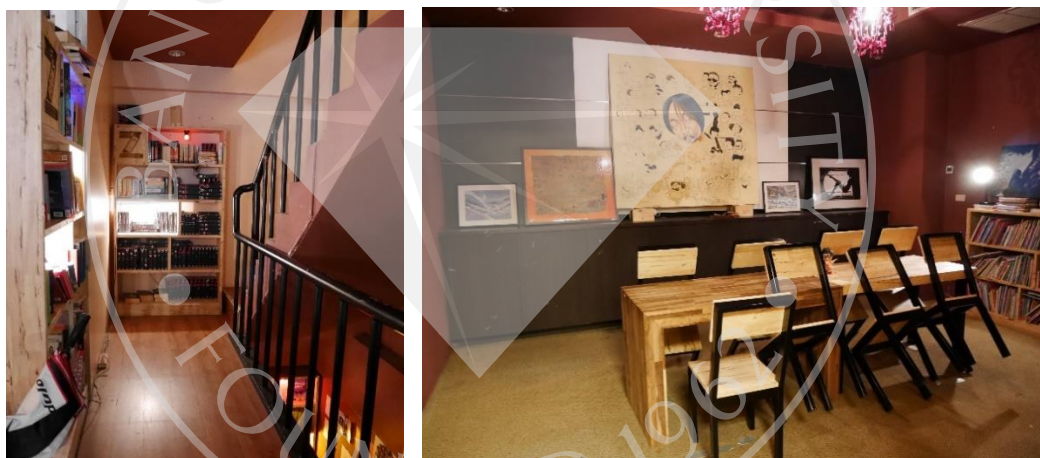
ภาพที่ 4.36: บรรยากาศและการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือชั้น 1 ร้าน Zombie Books



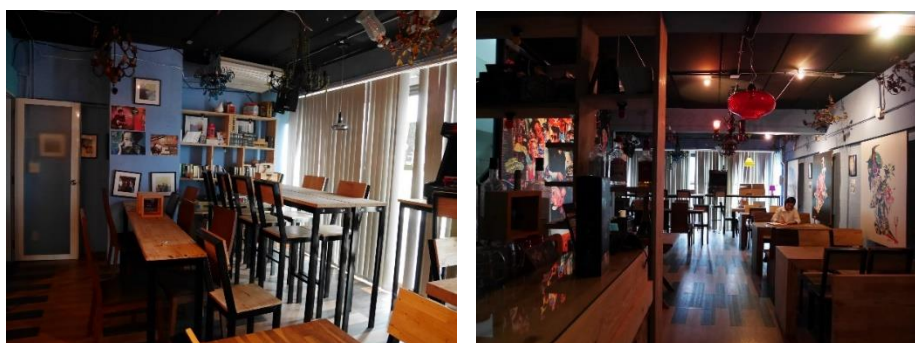
ภาพที่ 4.37: บรรยากาศและการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือชั้นลอย ร้าน Zombie Books



ภาพที่ 4.38: บรรยากาศและการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือชั้น 2 ร้าน Zombie Books



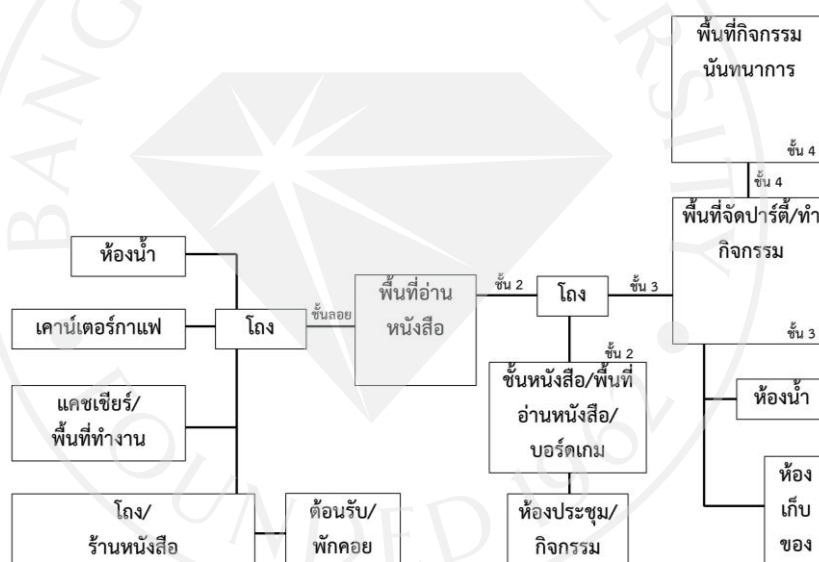
ภาพที่ 4.39: บรรยากาศและการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือชั้น 3 ร้าน Zombie Books



ภาพที่ 4.40: บรรยากาศและการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือชั้น 4 ร้าน Zombie Books



ภาพที่ 4.41:ผังความสัมพันธ์ของพื้นที่การใช้งานภายในร้าน Zombie Books



4.2.4.2 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้าน Zombie Books และสรุปในตารางที่ 4.5

1) การจัดการพื้นที่ใช้สอยภายในร้าน Zombie Books

ชั้น 1

- พื้นที่โถงต้อนรับ จัดอยู่ส่วนทางเข้าของร้าน ซึ่งเป็นพื้นที่วางหนังสือทั้งรูปแบบบนชั้นหนังสือและวางบนโต๊ะ ที่มองเห็นได้ตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้ามาร้าน โดยโต๊ะวางหนังสือ จัดอยู่ตรงกลางโถงที่มีการดับเบิลสเปซให้โถงขึ้น และมองเห็นพื้นที่ชั้นลอยได้ ดังภาพที่ 4.36

- พื้นที่พักคอยหรือนั่งอ่านหนังสือได้ อยู่ด้านกระจกที่ทำเป็นดีสเพลย์ ซึ่งเป็นเคาน์เตอร์สูง นั่งได้ 2-3 คน ในพื้นที่นี้มีการวางหนังสือบนชั้นตามแนวผนังทุกด้าน และมีโต๊ะนั่งทำงานของพนักงานที่ใช้รูปแบบการทำงานเคลื่อนที่โดยใช้ไต่บันได จึงเป็นโต๊ะที่ลูกค้าก็สามารถมานั่งอ่านหนังสือหรือทำงานได้ ดังภาพที่ 4.37

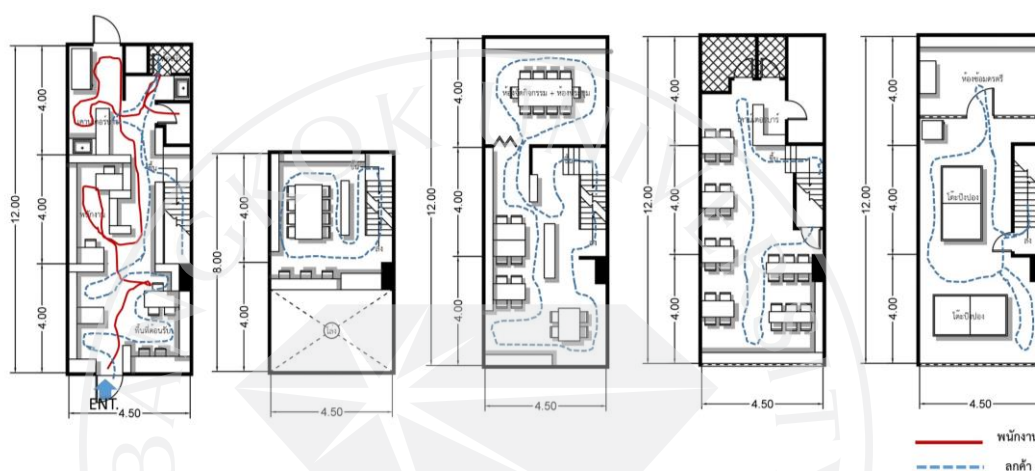
- พื้นที่แคชเชียร์และสำนักงาน เป็นพื้นที่ส่วนตัว มีเพียงพนักงานเท่านั้นที่เข้าไปใช้พื้นที่ได้ ซึ่งจัดอยู่ในพื้นที่ใกล้กับโถงทางเข้า มองเห็นภายในได้ ซึ่งเจ้าของร้านเจตนาให้คนภายนอกเห็นบรรยากาศภายในโดยไม่ได้ปิดบังชัดเจน จึงใช้ชั้นหนังสือเป็นตัวกั้นพื้นที่จากส่วนสาธารณะ และกำหนดเป็นเส้นทางสัญจรภายในร้านไปสู่พื้นที่ทำกาแฟ ห้องน้ำ และขึ้นไปชั้นลอย ดังภาพที่ 4.37

2) การจัดวางพื้นที่ร้านหนังสือ ด้วย Zombie Books เน้นให้ร้านทำกิจกรรมได้หลายอย่าง มีพื้นที่ผ่อนคลายเป็นพื้นที่กิจกรรม และเน้นวางหนังสือให้ได้จำนวนมาก จึงจัดวางที่นั่งในส่วนพื้นที่ชั้น 1 ด้วยชั้นวางติดกับผนัง และมีการวางบนชั้นที่เป็นเฟอร์นิเจอร์ลอยตัว ซึ่งใช้แบ่งพื้นที่การใช้งานไปในตัว ทำให้เห็นบรรยากาศภายในร้านได้ทุกพื้นที่ มีรูปแบบการตกแต่งผสมผสานกันหลายสไตล์ โดยมีทั้งสไตล์ลอฟท์ ในส่วนเก้าอี้ ชั้นวางหนังสือ และการมีชั้นลอยที่สร้างที่ว่างให้น่าสนใจ ผสมกับการจัดตกแต่งดวงโคมสไตล์วินเทจและแบบอุตสาหกรรม ที่ให้ความนุ่มนวลของสไตล์ลอฟท์มากขึ้น มีสีสนั้ย่อนยุค และมีความโมเดิร์นในตัวด้วยเฟอร์นิเจอร์ไม้ ดังภาพที่ 4.41

ภาพที่ 4.42: รูปแบบชั้นวางหนังสือและเฟอร์นิเจอร์ร้าน Zombie Books



ภาพที่ 4.43: แสดงเส้นทางสัญจรภายในร้าน Zombie Books ทั้ง 3 ชั้น



4) สภาพแวดล้อมภายใน จากการสังเกต พบว่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในมีเส้นทางสัญจรส่วนชั้น 1 ที่กะทัดรัดให้ความรู้สึกซับซ้อน การใช้แสงสลัว สร้างแสงเฉพาะจุดให้ความรู้สึกลึกกลับ น่าค้นหา และในแต่ละชั้นซึ่งมีกิจกรรมต่างกันไป การให้แสงสว่างในร้านจึงแตกต่างกัน ในส่วนห้องตีปิงปองหรือห้องซ้อมดนตรีจะเป็นแสงสว่างทั่วไป ไม่เน้นอารมณ์ ส่วนชั้น 3 เป็นพื้นที่ให้เช่า จัดบาร์ดี ซึ่งจะมีแสงสลัว เล่นบรรยากาศให้สนุกสนาน ดังภาพที่ 4.43

ภาพที่ 4.44: บรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในชั้น 3 ร้าน Zombie Books



ตารางที่ 4.5: สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Zombie Books

พื้นที่/ ประเด็น	ชั้น 1	ชั้นลอย		ชั้น 2	
ผังการจัด วาง เฟอร์นิเจอร์ และเส้นทาง สัญจร					
ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)	54.00	22.50	54.00	54.00	54.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): สรุปการจัดพื้นที่ใช้งานภายในร้านหนังสือ Zombie Books

พื้นที่/ ประเด็น	ชั้น 1	ชั้นลอย	ชั้น 2	ชั้น 3	ชั้น 4
พื้นที่ใช้สอย และกิจกรรม	- พื้นที่นั่งอ่านหนังสือและทำงาน - ร้านหนังสือ - สำนักงาน - แคชเชียร์ - เคาน์เตอร์เครื่องดื่ม- ห้องน้ำ	- พื้นที่วางหนังสือ - พื้นที่อ่านหนังสือ	- พื้นที่อ่านหนังสือ - พื้นที่ชั้นหนังสือ - ห้องประชุม	- พื้นที่เช่าอเนกประสงค์ - ห้องเก็บของ - ห้องน้ำ	- พื้นที่นันทนาการ โต๊ะปิงปอง - ห้องซ้อมดนตรี - ***ให้เช่า
ผัง ความสัมพันธ์ ของพื้นที่การ ใช้งานภายใน					
สภาพแวดล้อม ภายใน	- โถงชั้นหนังสือ - ด้านหน้าดับเบิลสเปซ - โปร่ง แสงสว่างเพียงพอ - เส้นทางสัญจร - กะทัดรัด ชับซ้อน จัดแสงสลัวบางจุด ให้ความรู้สึกลึกลับน่าค้นหา	- จัดแสงสลัว - มองเห็นโถงชั้น 1 ได้ - บรรยากาศอบอุ่น	- จัดแสงสลัว - มีพื้นที่กิจกรรม - บรรยากาศอบอุ่น	- เป็นพื้นที่ให้เช่า จัดปาร์ตี้ ซึ่งจะมีแสงสลัว เล่นบรรยากาศให้สนุกสนาน	- พื้นที่นันทนาการ แสงสว่างทั่วไป เรียบง่าย

4.3 โครงสร้างองค์กร การบริหารและการบริการ

4.3.1 ร้าน Book & Belonging

- เปิดทำการทุกวัน เวลา 09.00-19.00 น.
- มีพนักงานทั้งหมด 6 คน ได้แก่ ผู้จัดการร้าน 2 คน พนักงานประจำ 2 คน และพนักงานไม่ประจำ 2 คน โดยทำงานในวันเสาร์-อาทิตย์
- รูปแบบการให้บริการ มีการให้บริการขายหนังสือในส่วนหน้าร้านและขายออนไลน์พร้อมจัดส่งทางไปรษณีย์ การจัดกิจกรรมต่างๆ ตามหัวข้อที่น่าสนใจ เช่น การเสวนา Reading group การฉายหนังตามธีมที่จัดขึ้น เป็นต้น และมีการขายเครื่องดื่มและให้พื้นที่อ่านหนังสือส่วนน้อย
- ประเภทลูกค้า ส่วนใหญ่ชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยว รองลงมาคนไทย กลุ่มวัยนักศึกษาและทำงาน
- เป็นหนังสือ ได้แก่ หนังสือมือหนึ่งและมือสอง เป็นหนังสือหายาก วรรณกรรมแปล หนังสือตามเทรนด์ทั้งในไทยและต่างประเทศ

4.3.2 ร้าน Dasa book&café

- เปิดทำการทุกวัน เวลา 10.00-20.00 น.
- มีพนักงานทั้งหมด 6 คน ได้แก่ ผู้จัดการร้าน 1 คน พนักงานประจำ 3 คน และพนักงานไม่ประจำ 2 คน โดยทำงานในวันเสาร์-อาทิตย์
- รูปแบบการให้บริการ โดยมีพื้นที่ให้นั่งอ่านหนังสือแต่ไม่อนุญาตให้นั่งทำงานนาน ลูกค้าสามารถนำหนังสือมาขายคืนได้ (Tread back) หรือนำเล่มเก่ามาเปลี่ยนซื้อเล่มใหม่ได้ ภายในระยะเวลา 6 เดือน ขายเครื่องดื่ม และมีรูปแบบการขายหนังสือส่วนหน้าร้านและออนไลน์ ซึ่งมียอดขายหนังสือในส่วนหน้าร้านเป็นหลัก
- ประเภทลูกค้า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มคนต่างชาติวัยเกษียณ กลุ่มวัยรุ่นและนักศึกษาไทย
- เป็นหนังสือ ได้แก่ หนังสือต่างประเทศเป็นหลัก หนังสือไทยส่วนน้อย มีทั้งหนังสือมือหนึ่งและมือสอง หนังสือประเภทประเภทวรรณกรรมแปลท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ อัดชีวีประวัติ ฯลฯ

4.3.3 ร้าน Fathom book space

- เปิดทำการวันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 10.00-20.30 น.
- มีพนักงานทั้งหมด 3 คน ได้แก่ ผู้จัดการร้าน 2 คน และพนักงานไม่ประจำ 1 คน
- รูปแบบการให้บริการ พื้นที่นั่งทำงาน นั่งอ่านหนังสือหรือดื่มเครื่องดื่ม มีให้บริการเช่าพื้นที่ในการจัดกิจกรรมต่างๆ สำหรับบุคคลภายนอก ให้บริการจำหน่ายเครื่องดื่ม ชา กาแฟ มีการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าร่วมตามแนวคิดของร้าน โดยจะจัดทุกๆ 2 เดือน เปลี่ยนหัวข้อไปตามสิ่งที่สนใจในช่วงนั้นๆ

- ประเภทลูกค้า ส่วนใหญ่เป็นคนไทย กลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน กลุ่มนักเคลื่อนไหวทางสังคม กลุ่มพ่อแม่ กิจกรรมครอบครัวและเด็ก ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายตามรูปแบบกิจกรรมที่จัดขึ้น

- เป็นหนังสือ ได้แก่ วรรณกรรม ประวัติศาสตร์ สังคม การเมือง การศึกษา ครอบครัว เด็ก และเยาวชน

4.3.4 ร้าน Zombie Books

- เปิดทำการทุกวัน เวลา 08.00-24.00 น.

- มีพนักงานทั้งหมด 5 คน ได้แก่ ผู้จัดการร้าน 1 คน พนักงานประจำ 4 คน

- รูปแบบการให้บริการ มีการจำหน่ายหนังสือทั้งในส่วนหน้าร้านและออนไลน์ การให้พื้นที่นั่งอ่านหนังสือ ทำงาน และเล่นบอร์ดเกม มีการให้บริการห้องประชุม พื้นที่จัดเลี้ยง และพื้นที่สำหรับนั่งทานอาหาร

- ประเภทลูกค้า ได้แก่ วัยรุ่น วัยทำงาน นักอ่านทั่วไป

- เป็นหนังสือ ได้แก่ ส่วนใหญ่เป็นวรรณกรรม ทั้งวรรณกรรมไทยและวรรณกรรมแปล สารคดี การเมือง ประวัติศาสตร์ และหนังสือแนะนำ เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบร้านหนังสืออิสระด้านโครงสร้างองค์กร การบริหารและการบริการ ดังตารางที่ 4.2 และข้อมูลข้างต้น สามารถวิเคราะห์ด้านการจัดการตามแนวทางหลักการจัดการทรัพยากรทางการบริหาร (Management resources: 4M's) ซึ่งได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัตถุดิบ (Material) และ วิธีการจัดการ (Method Management) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2545, หน้า 18-19) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) คน (Man Power) หรือ พนักงานภายในร้าน ซึ่งโดยรวมทุกร้านมีพนักงานอยู่ที่ 3-6 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อยแต่เหมาะสมกับการจัดการและการให้บริการภายในร้าน เพราะจากการเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน ส่วนน้อยที่จะมีนักอ่านหรือลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นเวลานาน ทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้พนักงานดูแลจำนวนมาก และส่วนหนึ่งเป็นการใช้บุคลากรในองค์กรได้อย่างคุ้มค่า โดยทุกคนทำหน้าที่ของตัวเองและสามารถช่วยเหลืองานด้านอื่นภายในร้านได้ด้วย ซึ่งเป็นข้อดีในด้านการจัดการที่ง่าย มีความเป็นกันเองในการทำงาน

2) เงิน (Money) ส่วนนี้สามารถวิเคราะห์ได้จากยอดขาย จากการสัมภาษณ์ไม่สามารถให้รายละเอียดได้ จึงได้ข้อมูลเพียงยอดขายโดยรวมของรูปแบบการขายหนังสือ โดยร้าน Dasa Book&Cafe และ Fathom Book Space มียอดขายหน้าร้านดีกว่ายอดขายออนไลน์ ส่วนร้าน Book & Belonging มียอดขายหน้าร้านเท่ากับออนไลน์ เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียอย่างต่อเนื่อง และร้าน Zombie Books มียอดขายหน้าร้านและออนไลน์ ในแต่ละ

สัปดาห์แตกต่างกัน ซึ่งเป็นช่องทางการขายในปัจจุบันที่ร้านหนังสืออิสระใช้ในการปรับตัว เพื่อดำเนินธุรกิจอย่างมั่นคง และการประชาสัมพันธ์ที่ต้องเคลื่อนไหวทุกวัน

3) วัตถุดิบ (Material) หรืออุปกรณ์ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีอุปกรณ์ที่เหมือนกัน ได้แก่ คอมพิวเตอร์ เครื่องคิดเงิน อุปกรณ์ทำเครื่องดื่ม เพอร์นิเจอร์ เป็นต้น บางร้านจะมีอุปกรณ์เพิ่มเติมเข้ามาตามกิจกรรมที่จัดขึ้น เช่น เก้าอี้นั่งเสวนา การจัดกิจกรรมทางศิลปะหรือการแสดง ในร้าน Book & Belonging และ Fathom Book Space และร้าน Zombie Books จะมีอุปกรณ์เพิ่มในส่วนนันทนาการ เช่น โต๊ะปิงปอง เครื่องเสียง กลองชุด เป็นต้น

4) วิธีการจัดการ (Management) การจัดการภายในร้านที่เห็นได้ชัดทั้ง 4 ร้าน มี 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 การจัดการด้านบุคลากรภายในร้าน เนื่องจากมีจำนวนน้อย การทำงานจะเน้นการดูแลช่วยกัน ทำงานเป็นทีม มีความกันเองสูง ในลักษณะเรียบง่าย
- ส่วนที่ 2 เป็นการจัดการร้าน การจัดการพื้นที่กิจกรรม ซึ่งมีความยืดหยุ่นในการใช้พื้นที่ภายในร้านอย่างคุ้มค่า สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ได้
- ส่วนที่ 3 การจัดการการขาย โดยทั้ง 4 ร้านมีการขายหนังสือทั้งในส่วนหน้าร้านและออนไลน์ ในส่วนออนไลน์จะมีการจัดส่งทางไปรษณีย์ โดยทุกร้านจะจัดการส่งพร้อมกันเป็นรอบๆ ตามที่ลูกค้าสั่ง เพื่อประหยัดเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการ

5) รูปแบบการให้บริการ (Service) ทั้ง 4 ร้านเห็นได้ชัดว่ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้งานภายในร้านได้ มี 2 ร้านที่โดดเด่นด้านการจัดกิจกรรมเสวนา Reading group ฯลฯ ได้แก่ร้าน Book & Belonging และ Fathom Book Space ส่วนร้าน Dasa Book&Cafe โดดเด่นด้านการขายหนังสือมือสองและ Tread back ส่วนร้าน Zombie Books โดดเด่นด้านกิจกรรมและการมีพื้นที่ให้นันทนาการ

ตารางที่ 4.6: สรุปการเปรียบเทียบโครงสร้างองค์กร การบริหารและการจัดการร้านหนังสืออิสระ

หัวข้อ	Book & Belonging	Dasa book&cafe	Fathom book space	Zombie Books
เวลาทำการ	เปิดทุกวัน เวลา 09.00-19.00 น.	เปิดทุกวัน เวลา 10.00 – 20.00 น.	เปิดวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 10.00-20.30 น.	เปิดทุกวัน เวลา 08.00-24.00 น.

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ): สรุปการเปรียบเทียบโครงสร้างองค์กร การบริหารและการจัดการร้านหนังสือ
อิสระ

หัวข้อ	Book & Belonging	Dasa book&cafe	Fathom book space	Zombie Books
พนักงาน	รวม 6 คน -ผู้จัดการร้าน 2 -พนักงาน fulltime 2 -พนักงาน part-time 2	รวม 6 คน -ผู้จัดการร้าน 1 -พนักงาน fulltime 3 -พนักงาน part-time 2	รวม 3 คน -ผู้จัดการร้าน 2 -ผู้ช่วย part-time 1	รวม 5 คน -ผู้จัดการร้าน 1 -กราฟฟิก 1 -ทำเครื่องดื่ม 1 -เขียนรีวิวหนังสือ 1 -จัดการทั่วไป รีวิว
รูปแบบการให้บริการที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์	การจัดสัมมนา / เสวนา / จัดกิจกรรม reading group / ฉายภาพยนตร์	Tread back คือการนำเล่มเก่ามาเปลี่ยนหรือขายคืนได้ภายในเวลา 6 เดือน/ขายแผ่นเสียงและซีดีเก่าที่ทำได้นายาก	การให้เช่าพื้นที่สร้างกิจกรรม/ ศิลปะ ความหลากหลายของกิจกรรมที่หมุนเวียน	การมีพื้นที่นั่งนอนการรองรับหลายรูปแบบ
ยอดขาย	หน้าร้านเท่ากับออนไลน์	หน้าร้านขายได้ดีกว่าออนไลน์	หน้าร้านขายได้ดีกว่าออนไลน์	ออนไลน์ / หน้าร้าน ยอดขายในแต่ละสัปดาห์แตกต่างกัน

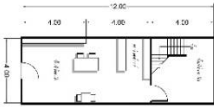
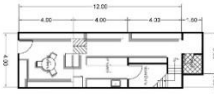
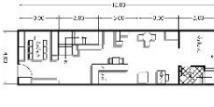
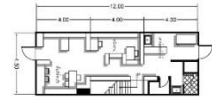
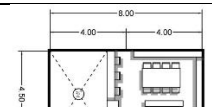
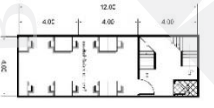
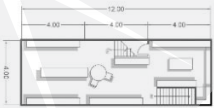
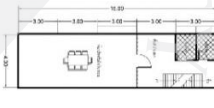
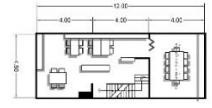
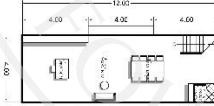
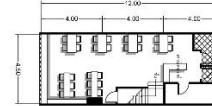
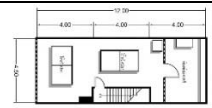
(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ): สรุปการเปรียบเทียบโครงสร้างองค์กร การบริหารและการจัดการร้านหนังสือ
อิสระ

หัวข้อ	Book & Belonging	Dasa book&cafe	Fathom book space	Zombie Books
วัตถุดิบ/ อุปกรณ์	คอมพิวเตอร์/ เครื่องคิดเงิน/ อุปกรณ์ทำ เครื่องดื่ม/ เฟอร์นิเจอร์	คอมพิวเตอร์/ เครื่องคิดเงิน/ อุปกรณ์ทำ เครื่องดื่ม/ เฟอร์นิเจอร์	เคาน์เตอร์สูง/ คอมพิวเตอร์/ เครื่องคิดเงิน/ อุปกรณ์ทำ เครื่องดื่ม/ เฟอร์นิเจอร์	คอมพิวเตอร์/ เครื่องคิดเงิน/ อุปกรณ์ทำ เครื่องดื่ม/ เฟอร์นิเจอร์/โต๊ะ ปิงปอง กลองชุด เครื่องเสียง สำหรับเช่าจัด ปาร์ตี้
วิธีการจัดการ	มีการทำงานร่วมกัน เป็นทีม มีความเป็น กันเอง ไม่มี ตำแหน่งศักดิ์ให้ งานตามความถนัด ของแต่ละคน	พนักงานทุกคน จะมี ส่วนร่วมในการ ทำงานทุก หน้าที่/ การ จัดส่งหนังสือ ผ่านบริการ จัดส่ง โดยจัดส่ง เป็นรอบๆ	การจัดการส่วน ขายหนังสือดูแล ช่วยกันทุก ขั้นตอน/การ จัดการส่วน กิจกรรม คือ (1) กิจกรรมตามธีม ของร้านเอง (2)กิจกรรมจาก ลูกค้าภายนอก	ส่วนพนักงานมี ความชัดเจนตาม หน้าที่ ทำให้การ ทำงานมีเป็น ระบบ

4.4 การเปรียบเทียบการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน
ผลการจัดการพื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสืออิสระ โดยการรวบรวมข้อมูลทางกายภาพใน
ส่วนของการวางผังเฟอร์นิเจอร์ การจัดพื้นที่ใช้สอย ความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย แสดงการ
เปรียบเทียบในตารางที่ 4.6-4.7

ตารางที่ 4.7: การเปรียบเทียบขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

ร้านหนังสือ	Book & Belonging	Dasa book café	Fathom book space	Zombie book
ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)				
แปลนชั้น 1				
ขนาดอาคาร	4.00 x 12.00 ม.	4.00 x 12.00 ม.	4.00 x 15.00 ม.	4.50 x 12.00 ม.
พื้นที่	48.00	52.50	60.00	54.00
แปลนชั้นลอย	-	-		
			36.00	22.50
แปลนชั้น 2				
	48.00	48.00	60.00	54.00
แปลนชั้น 3			-	
	48.00	48.00		54.00
แปลนชั้น 4	-	-	-	
				54.00
รวมพื้นที่	144	148.50	156.00	238.5

จากตารางที่ 4.6 การเปรียบเทียบขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน เนื่องจากอาคารประเภทเดียวกันแต่มีขนาดต่างกัน ทำให้มีพื้นที่ใช้สอยมากน้อยต่างกัน โดยร้าน Zombie book มีขนาดอาคารหน้ากว้างมากที่สุด คือ 4.50 เมตร ยาว 12.00 เมตร และมีจำนวนชั้นมากที่สุด คือ 4 ชั้น กับ 1 ชั้นลอย ซึ่งรวมพื้นที่ใช้สอยทั้งหมด 238.5 ตารางเมตร ขนาดพื้นที่ใช้สอย

รวมรองลงมา คือ Fathom Book Space มีขนาดพื้นที่ 2 ชั้น กับ 1 ชั้นลอย รวมกัน 156.00 ตารางเมตร รองลงมาคือร้าน Dasa Book&Café มีพื้นที่ใช้สอยทั้งหมด 3 ชั้น รวมพื้นที่ 148.50 ตารางเมตร และสุดท้ายร้าน Book & Belonging รวมพื้นที่ทั้ง 3 ชั้น ได้ 144.00 ตารางเมตร โดยเป็นร้านเดียวที่มีการจัดการพื้นที่ใช้สอยในส่วนร้านหนังสือเพียง 1 ชั้นเท่านั้น คือพื้นที่ชั้น 1 ซึ่งมีพื้นที่ใช้สอยที่ 48.00 ตารางเมตร

ผลจากการวิเคราะห์พื้นที่การใช้สอยภายในร้านหนังสือ พบว่า การจัดการการแบ่งพื้นที่ใช้งานของอาคาร มี 2 รูปแบบ ดังนี้

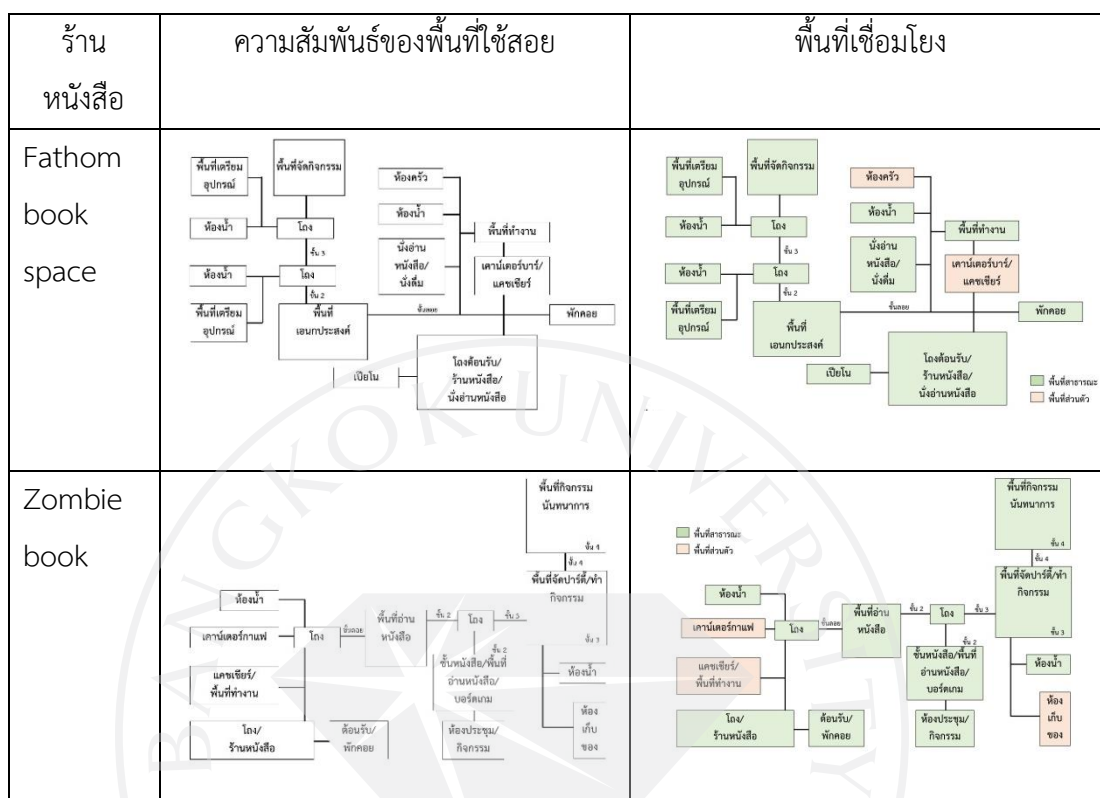
- 1) แบ่งตามกิจการภายในร้าน คือ 1) รูปแบบการทำกิจการร้านหนังสืออย่างเดียว ได้แก่ Dasa Book&Café Fathom Book Space และ Zombie Book ทำให้มีพื้นที่ใช้สอยมากตามกิจกรรมของร้าน และ 2) รูปแบบที่มีกิจการอื่นร่วมอยู่ในอาคารด้วย ได้แก่ ร้าน Book & Belonging จึงทำให้ร้านมีพื้นที่สำหรับกิจการร้านหนังสือเพียง 48.00 ตารางเมตร นอกจากนั้นคือสำนักงาน
- 2) แบ่งตามการอยู่อาศัย ได้ 2 รูปแบบ คือ 1) ร้านที่ทำเป็นร้านหนังสือและพักอาศัยได้ ได้แก่ ร้าน Fathom Book Space และ 2) ร้านที่เป็นร้านหนังสืออย่างเดียวไม่ได้พักอาศัย ได้แก่ Dasa Book&Café Book & Belonging และ Zombie Book

ตารางที่ 4.8: การแสดงความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

ร้านหนังสือ	ความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย	พื้นที่เชื่อมโยง
Book & Belonging		
Dasa book café		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): การแสดงความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน



การวิเคราะห์จากตารางที่ 4.7 ข้างต้น จะเห็นได้ว่าพื้นที่ของร้านหนังสืออิสระจะมี 2 โซนใหญ่ด้วยค่ะ คือ โซนสาธารณะและโซนส่วนตัว เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ให้บริการกับลูกค้า และการจัดพื้นที่ให้ลูกค้าได้ใช้งานได้ในเกือบทุกพื้นที่นั้น เป็นการจัดการพื้นที่ให้สามารถใช้งานได้มากที่สุด โดยภาพรวมที่ทุกร้านมีการเชื่อมโยงเหมือนกันคือ พื้นที่แคชเชียร์ พื้นที่พนักงานหรือทำงาน กับพื้นที่ทำเครื่องดื่ม จะมีการเชื่อมโยงด้วยลักษณะของพื้นที่ใกล้เคียง สัณฐานได้สะดวกและเร็ว และเป็นพื้นที่ของพนักงานเท่านั้นซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนตัว จากตารางคือพื้นที่สี่เหลี่ยม และในส่วนพื้นที่สี่เหลี่ยม คือพื้นที่สาธารณะ ซึ่งเป็นพื้นที่ของการขายหนังสือและการให้บริการด้วยการสร้างกิจกรรมที่น่าสนใจ โดยจะเห็นเส้นทางสัญจรภายในได้เป็นอย่างดี ซึ่งบางพื้นที่จะมีการใช้งานร่วมกันระหว่างลูกค้ากับพนักงาน ไม่มีการแบ่งกันพื้นที่ เช่น พื้นที่ทำงานและต้อนรับส่วนโถงด้านหน้า ชั้น 1 ในร้าน Zombie Book และร้าน Fathom Book Space ที่เน้นให้ลูกค้าได้ใช้พื้นที่ร่วมกันมากที่สุด ซึ่งโดยรวมทุกร้านมีความยืดหยุ่นในการจัดการพื้นที่ใช้สอย เพื่อสร้างจุดดึงดูดให้ร้านหนังสือได้

4.4.3 รูปแบบพื้นที่ใช้สอยของร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

ตารางที่ 4.9: ข้อมูลพื้นที่ใช้สอยร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

ร้านหนังสือ พื้นที่	Book & Belonging	Dasa book café	Fathom book space	Zombie book
โถงต้อนรับ	มี	มี	มี	มี
นั่งพักคอย/อ่านหนังสือ	มี	มี	มี	มี
ชั้นวางหนังสือ/ร้านหนังสือ	มี	มี	มี	มี
แคชเชียร์	มี	มี	มี	มี
ทำเครื่องดื่ม	มี	มี	มี	มี
เก็บของ	-	-	มี	มี
ห้องน้ำ	มี	มี	มี	มี
ทำงาน	มี	มี	มี	มี
ที่พักพนักงาน	มี	มี	มี	มี
เล่นดนตรี	มี	-	มี	มี
เล่นกีฬา/นันทนาการ	-	-	มี	มี
จัดปาร์ตี้	มี	-	-	มี
ห้องครัว	มี	-	มี	-
Pantry	มี	-	-	-
ขายแผ่นซีดี/แผ่นเสียง	-	มี	-	มี
อเนกประสงค์			มี	

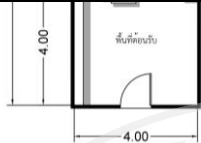
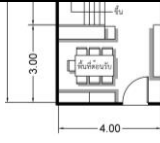
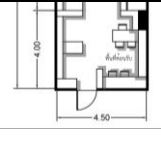
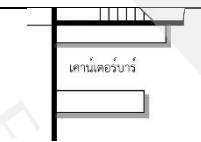
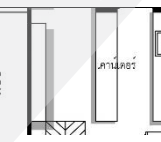
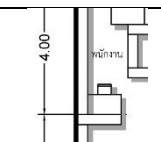
หมายเหตุ: แถบสีส้มกับสีเขียว คือพื้นที่ที่ร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน มีเหมือนกัน จึงนำพื้นที่ดังกล่าว มาวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอย เพื่อเปรียบเทียบหาข้อดี ข้อเสีย โดยแถบสีเขียวคือพื้นที่สาธารณะ และแถบสีส้มคือพื้นที่ส่วนตัว

4.4.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

จากการเก็บข้อมูลและเขียนผังเฟอร์นิเจอร์ของทุกพื้นที่ ของร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน โดยรวมเป็นการวางแผนแบบเปิด (Open Plan) ซึ่งทำให้ขนาดพื้นที่ยืดหยุ่นการใช้งาน ไม่มีขอบเขต

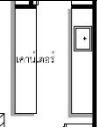
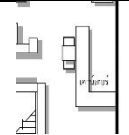
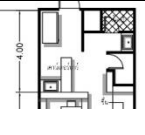
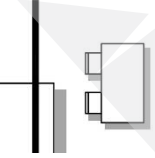
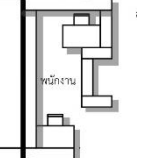
โดยพื้นที่ใช้งานบางส่วนอยู่ในเส้นทางสัญจร ทำให้ขนาดพื้นที่บางพื้นที่ไม่สามารถระบุได้ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.10: การวิเคราะห์เปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

ร้าน/การใช้สอย	Book & Belonging	Dasa book café	Fathom book	Zombie book
โถงต้อนรับ				
การใช้งาน	พื้นที่โถงโถงสามารถ จุคนได้ 10-15 คน ในรูปแบบการยืน และเดินดูหนังสือบน ชั้นวางได้	โถงโถงตรงกลาง วางชุดโต๊ะเก้าอี้ได้ 1 ชุด 3 ที่นั่ง และ ส่วนโต๊ะสูงติด กระจกนั่งได้ 2-3 ที่	การจัดโต๊ะ ขนาด 6-8 ที่นั่ง ไว้ตรงกลางโถง โถง และโซฟา 3 ที่นั่ง	โถงโถงดับเบิล สเปซ มีจัดวาง หนังสือโชว์ตรง กลาง มีโต๊ะสูง นั่งได้ 2 คน ติด กระจกด้านหน้า
การใช้สอย				
แคชเชียร์				
การใช้งาน	เคาน์เตอร์สูงรูปตัวไอ ซึ่งรวมอยู่ในพื้นที่ทำ เครื่องดื่ม	เคาน์เตอร์สูง ซึ่ง วางคอมพิวเตอร์ สำหรับบันทึกงาน หนังสือ การซ่อม หนังสือ อยู่ใน พื้นที่นี้ ซึ่งรวมกับ พื้นที่ทำเครื่องดื่ม	เป็นเคาน์เตอร์ สูงตัว L วาง คอมพิวเตอร์ สำหรับบันทึก งานหนังสือและ คิดเงิน อยู่ใน พื้นที่เดียวกัน กับทำกาแฟ	เป็นโต๊ะปกติ วาง คอมพิวเตอร์ สำหรับบันทึก ข้อมูลหนังสือ และเครื่อง คิดเงินได้ วาง ติดกับพื้นที่ ทำงาน

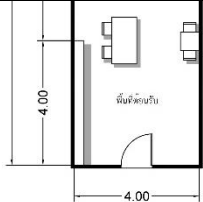
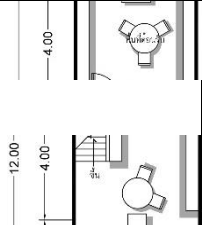
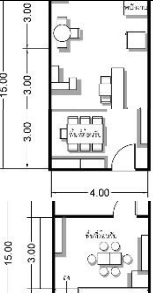
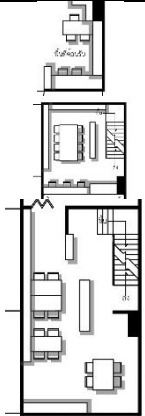
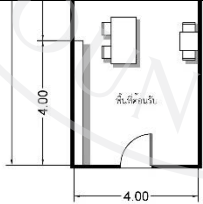
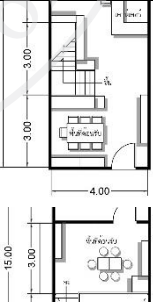
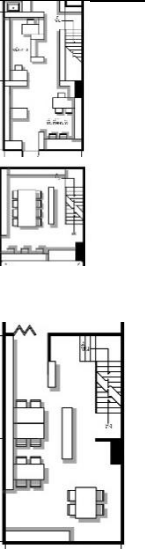
(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): การวิเคราะห์เปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

ร้าน/การใช้สอย	Book & Belonging	Dasa book café	Fathom book	Zombie book
ทำเครื่องดื่ม				
การใช้งาน	เคาน์เตอร์สูงรูปตัวไอ อยู่ในพื้นที่เดียวกับกับส่วนแคชเชียร์ มีพื้นที่สัญจรตรงกลาง	เคาน์เตอร์อยู่ในพื้นที่เดียวกับเคาน์เตอร์แคชเชียร์ แต่แยกส่วนใช้งานโดยมีเส้นทางสัญจรคั่นตรงกลางเคาน์เตอร์	เคาน์เตอร์สูงตัว L อยู่ในพื้นที่เดียวกับแคชเชียร์ มีแคพนักงานเท่านั้นที่ใช้พื้นที่นี้ได้	แยกพื้นที่ชัดเจนจากส่วนร้านหนังสือ เป็นเคาน์เตอร์สูงตัว I ภายในมีตู้แช่ มีซิงค์ล้างจาน
ทำงาน				
การใช้งาน	โต๊ะทำงานขนาดใหญ่ที่นั่งกัน 2 คน วางคอมพิวเตอร์ที่โต๊ะอยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นได้	พื้นที่ทำงานเป็นห้องเล็กแบ่งพื้นที่ชัดเจน โดยพนักงานเท่านั้นที่เข้าไปใช้ได้ บางครั้งใช้เก็บของ หนังสือต่างๆ	เป็นโต๊ะเล็กธรรมดา นั่งได้ 1 คน เป็นพื้นที่แยกกับลูกค้าชัดเจน	พื้นที่ทำงานมีทั้งหมดสำหรับ 4 คน โดยจัดวางในพื้นที่เดียวกันค่อนข้างเป็นส่วนตัวสูง โต๊ะขนาดทั่วไป

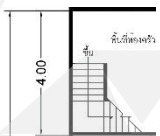
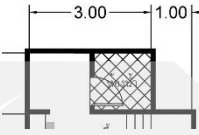
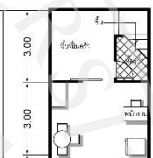
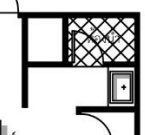
(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): การวิเคราะห์เปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

ร้าน/การใช้สอย	Book & Belonging	Dasa book café	Fathom book	Zombie book
นั่งพักคอย/อ่านหนังสือ				
การใช้งาน	โต๊ะเก้าอี้แบบ 2 ที่นั่ง 2 ชุดเพื่อให้ลูกค้าได้นั่งพักคอย และเป็น การสร้างบรรยากาศให้สวยงาม	ชุดโต๊ะนั่งพักคอยขนาดเล็ก 2 ชุด เป็นโต๊ะกลม ซึ่งวางโถงชั้น 1 และชั้น 2	มีความหลากหลายของเฟอร์นิเจอร์ ทั้งในพื้นที่นั่งดื่มกาแฟ และพื้นที่โถง ซึ่งมีรูปแบบต่างกัน นั่งได้หลายคน	ด้วยแนวคิด Co working space ทำให้มีชุดโต๊ะเก้าอี้วางเยอะที่สุด และวางไว้ทุกชั้น สามารถเข้าใช้งานได้สะดวก
ชั้นวางหนังสือ/ร้านหนังสือ				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): การวิเคราะห์เปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

ร้าน/การใช้สอย	Book & Belonging	Dasa book café	Fathom book	Zombie book
การใช้งาน	ชั้นวางหนังสือแบบติดตั้งกับผนัง และแบบลอยตัว สามารถวางได้หลายแบบปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ	เป็นชั้นหนังสือที่เน้นให้วางหนังสือได้เยอะ โดยมีทั้งที่ติดกับผนังกับชั้นวางตรงกลางของแต่ละชั้น	มีความยืดหยุ่นในการจัดวางเพื่อให้เข้ากับกิจกรรม เป็นเฟอร์นิเจอร์ลอยตัว	ชั้นวางหนังสือที่เป็นไม้ทั้งหมดวางตามพื้นที่ทุกชั้น และยังเป็นผนังแบ่งแยกพื้นที่นั่งอ่านหนังสือได้
ห้องน้ำ				
การใช้งาน	ห้องน้ำอยู่ใต้บันไดขนาดเล็ก อยู่ติดกับครัว	อยู่ด้านหลังของอาคาร ติดพื้นที่โถงขึ้นบันไดชั้นลอย	ขนาดเล็กอยู่ด้านหลังแปลนชั้น 1 ติดโถงขึ้นบันไดชั้น 2	ห้องน้ำอยู่ด้านหลังแปลนชั้น 1 แยกอ่างล้างหน้าอยู่ด้านนอกห้องน้ำ

4.5 สรุปการวิเคราะห์เปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

จากตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบการใช้งานในพื้นที่เดียวกันทั้ง 4 ร้าน โดยแบ่งโซนเป็น 2 โซน คือ โซนส่วนตัวและโซนสาธารณะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.5.1 โซนส่วนตัว

4.5.1.1 แคชเชียร์ จากการเปรียบเทียบทั้ง 4 ร้าน พื้นที่แคชเชียร์ร้าน Zombie Book มีขนาดพื้นที่เล็กที่สุด เนื่องจากใช้เฟอร์นิเจอร์แบบโต๊ะ 1 ตัว ส่วนอีก 3 ร้าน ได้แก่ Book & Belonging Dasa Book Café และ Fathom Book Space เป็นรูปแบบเคาน์เตอร์สูงในลักษณะตัว I และตัว L เพื่อประหยัดพื้นที่และสะดวกในการใช้งานของลูกค้าและพนักงาน

4.5.1.2 เคาน์เตอร์เครื่องดื่ม จากการเปรียบเทียบทั้ง 4 ร้าน มี 3 ร้านที่รวมพื้นที่เคาน์เตอร์เครื่องดื่มไว้ด้วยกันกับแคชเชียร์ ได้แก่ Book & Belonging Dasa Book Café และ

Fathom Book Space เป็นการประหยัดพื้นที่และใช้พื้นที่อย่างคุ้มค่าในรูปแบบอาคารตึกแถว รวมถึงการใช้ทรัพยากรบุคคลอย่างคุ้มค่า โดยพนักงานสามารถใช้พื้นที่ร่วมกันได้ ในส่วนร้าน Zombie Book แยกแยกพื้นที่ชัดเจนจากส่วนร้านหนังสือและแคชเชียร์ เนื่องจากมีพนักงานประจำ ตำแหน่งนี้ชัดเจน เน้นให้บริการเครื่องดื่มที่หลากหลาย โดยมีอุปกรณ์ในพื้นที่อย่างครบครัน ได้แก่ ตู้แช่ อ่างล้าง แคนเตอร์ทำเครื่องดื่ม

4.5.1.3 พื้นที่ทำงาน รูปแบบของการจัดพื้นที่ทำงานสามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ แบบแรกวางโต๊ะทำงานไว้โซนสาธารณะ เปิดโล่ง ทุกคนมองเห็นได้ และแบบที่ 2 จัดในพื้นที่ส่วนตัว โดยมีเพียงพนักงานเท่านั้นที่เข้าไปใช้พื้นที่นี้ได้ โดยรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ในพื้นที่ทำงานร้าน Book & Belonging ต่างจาก 3 ร้าน โดยใช้โต๊ะขนาดใหญ่ 1 ตัว 2 ที่นั่ง และจัดวางของบนโต๊ะทำงานด้วย ส่วนอีก 3 ร้านเป็นโต๊ะสำนักงานทั่วไป

4.5.2 โซนสาธารณะ ได้แก่

4.5.2.1 พื้นที่พักคอย อ่านหนังสือ ร้าน Book & Belonging และ Dasa Book Café มีการจัดเฟอร์นิเจอร์ชุดโต๊ะและที่นั่งแบบ 2-3 ที่นั่ง ตามขนาดพื้นที่ที่ใช้งานและเน้นให้ลูกค้าดูหนังสือเพื่อซื้อหนังสือมากกว่านั่งอ่านหรือนั่งทำงานนานๆ ในส่วนร้าน Fathom Book Space ที่เน้นทำกิจกรรมที่หลากหลาย ปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา จึงเน้นเฟอร์นิเจอร์ลอยตัวที่เคลื่อนย้ายได้ง่าย และร้าน Zombie Book ที่มีพื้นที่นั่งพักคอย นั่งอ่านหนังสือและทำได้ อยู่ในพื้นที่เดียวกัน และมีจุดที่ใช้ร่วมกันกับพนักงานด้วย ทำให้เห็นการยืดหยุ่นการใช้งานทั้งในด้านพื้นที่และผู้ใช้งาน

4.5.2.2 พื้นที่ร้านหนังสือและชั้นวางหนังสือ เฟอร์นิเจอร์ในพื้นที่นี้มีทั้งแบบ Built-in และแบบลอยตัว ซึ่งทั้ง 4 ร้าน ใช้ผสมผสานกันตามการจัดพื้นที่ชัดเจน เพื่อสร้างทางเดินตรงกลางของอาคาร ในส่วนร้าน Zombie Book ยังใช้ชั้นหนังสือแบ่งพื้นที่การใช้งานกับส่วนทางเดินในอาคาร

4.5.2.3 ห้องน้ำ ทั้ง 4 ร้าน จัดอยู่ในพื้นที่ชั้น 1 เพื่อความสะดวกในการใช้งานทั้งของพนักงานและลูกค้า มีขนาดพื้นที่ใกล้เคียงกัน ประมาณ 5 ตารางเมตร

จากการวิเคราะห์และเปรียบเทียบพื้นที่การใช้งานของร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน จะได้นำเสนอบทสรุปและขอเสนอแนะงานวิจัยในบทถัดไป

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาจากการสำรวจพื้นที่การใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นข้อเสนอแนะและแนวทางในการจัดการหรือออกแบบร้านหนังสืออิสระ มีรายละเอียด ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 วิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

จากการศึกษาร้านหนังสืออิสระภายใต้อาคารตึกแถวรูปแบบเดียวกันทั้ง 4 ร้าน พบว่า ทำเลที่ตั้งที่เข้าถึงโครงการได้ง่าย สามารถเดินทางได้หลายช่องทางทั้งการเดินทางใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ทั้งรถประจำทางและรถไฟฟ้า (BTS) หรือรถส่วนตัว อยู่ในแหล่งที่มีคนพลุกพล่าน ย่านชุมชน มีด้วยกัน 2 ร้าน คือ Book & Belonging และ Dasa Book Café เนื่องจากที่ตั้งติดกับถนนสุขุมวิท ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบกว่าอีก 2 ร้าน คือ ร้าน Fathom Book Space และ ร้าน Zombie Book ที่ต้องอาศัยการเดินทางด้วยรถส่วนตัวเป็นหลักจึงสามารถเข้าถึงโครงการได้ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพส่วนหน้าร้านที่เป็นจุดสร้างการรับรู้ ดึงดูดความสนใจและเชื้อเชิญให้กับผู้คนที่ผ่านไปมา พบว่า ทั้ง 4 ร้านมีรูปแบบการจัดพื้นที่และการตกแต่งหน้าร้านแตกต่างกันตามแนวคิดและเอกลักษณ์ของร้าน ซึ่งเน้นความโปร่งโล่ง สะอาด สบายตา มีการจัดวางหนังสือหน้าร้านและใช้กระจกใสเพื่อให้คนมองทะลุเข้าไปในร้าน เห็นบรรยากาศด้านในได้ชัดเจน โดยส่วนใหญ่ใช้การตกแต่งรูปแบบโมเดิร์นเรียบง่าย แสดงให้เห็นถึงการปรับตกแต่งให้สอดคล้องกับปัจจุบันที่สร้างการรับรู้และความน่าสนใจให้กับผู้คน มีด้วยกัน 3 ร้าน ได้แก่ 1) Book & Belonging ในรูปแบบ รูปแบบโมเดิร์นผสมอุตสาหกรรม 2) ร้าน Fathom Book Space รูปแบบโมเดิร์น เรียบง่าย เน้นสีน้ำเงินตามแนวคิดและชื่อของร้าน และ 3) Zombie Book ในรูปแบบ รูปแบบโมเดิร์น โทนสีอบอุ่นด้วยสีและวัสดุไม้ ในส่วนร้าน Dasa Book Café อิงตามรูปแบบเดิมของอาคารผสมรูปแบบโมเดิร์น ดังตารางที่ 5.1

5.1.2 วิเคราะห์ด้านการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายใน

ผลการศึกษาการจัดการพื้นที่ในอาคารตึกแถวรูปแบบเดียวกัน ซึ่งมีข้อจำกัดด้านรูปแบบพื้นที่ภายในที่เป็นสี่เหลี่ยมพื้นผ้า โดยมีขนาดอาคาร 4.00 x 12.00 เมตร ได้แก่ ร้าน Book & Belonging Dasa Book Café และ Fathom Book Space และขนาด 4.00 x 15.00 เมตร ได้แก่ ร้าน Zombie Book จากการศึกษาพบว่า ร้านหนังสือทั้ง 4 ร้าน มีรูปแบบการจัดผังเฟอร์นิเจอร์แบบเปิด (Open Plan) (วิลลิสทรี ทรายางกูร, 2554) เป็นแนวคิดยืดหยุ่นการใช้งานและทำกิจกรรมร่วมกันในพื้นที่เดียวกัน โดยไม่มีผนังทึบแต่มีการแบ่งสัดส่วนของพื้นที่ใช้งานได้ เน้นบรรยากาศและสภาพแวดล้อม

ภายในให้มีความโปร่ง สบายตา โดยสามารถแบ่งโซนการจัดพื้นที่จาก 4 ร้าน ดังตารางสรุปที่ 5.1 และรายละเอียด ดังนี้

5.1.2.1 โซนสาธารณะ เป็นพื้นที่สำหรับให้บริการลูกค้า เป็นส่วนที่ลูกค้าเข้าถึงและเข้าใช้พื้นที่นั้นๆ ได้แก่

- 1) โถงต้อนรับและพื้นที่นั่งพักคอย เน้นให้สภาพแวดล้อมมีความโปร่งโล่ง สบายตา โทนสีและการจัดแสงอบอุ่นชั้นหนังสือวางโดยรอบและจัดที่นั่งไว้บางจุด
- 2) พื้นที่ร้านหนังสือและชั้นวางหนังสือ ลักษณะการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือของทั้ง 4 ร้าน มีการจัดวาง 2 รูปแบบด้วยกัน คือ วางกับชั้นหนังสือและวางบนโต๊ะ เป็นการผสมผสานการจัดวางหนังสือให้น่าสนใจ เช่น หนังสือเข้าใหม่ จัดวางบนโต๊ะเพื่อให้เห็นปกหนังสือได้และและเห็นได้ง่าย
- 3) พื้นที่ห้องน้ำ ร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน มีการจัดพื้นที่ไว้ที่ชั้น 1 เพื่อสะดวกต่อการใช้งานทั้งของลูกค้าและพนักงาน

5.1.2.1 โซนส่วนตัว เป็นพื้นที่สำหรับพนักงานใช้เท่านั้น โดยพื้นที่ที่มีเหมือนกัน ได้แก่

- 1) พื้นที่แคชเชียร์ เป็นพื้นที่ขนาดเล็ก มีด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ รูปแบบโต๊ะทำงานทั่วไป ได้แก่ ร้าน Zombie Book จัดอยู่ใกล้กับพื้นที่ทำงานของพนักงาน และรูปแบบเคาน์เตอร์สูง ได้แก่ ร้าน Book & Belonging ร้าน Dasa Book Café และร้าน Fathom Book Space ซึ่งมีรูปแบบ ตัวไอ (IX และตัว (L)
- 2) เคาน์เตอร์เครื่องดื่ม มีการจัดการพื้นที่ 2 รูปแบบ คือ แบบแยกพื้นที่จากพื้นที่แคชเชียร์ ได้แก่ ร้าน Zombie Book จัดเคาน์เตอร์เครื่องดื่มไว้โซนด้านหลังสุดของพื้นที่ชั้น 1 และแบบใช้พื้นที่ร่วมกันกับพื้นที่แคชเชียร์ ร้าน Book & Belonging Dasa Book Café และ Fathom Book Space เป็นการใช้พื้นที่ร่วมกันและสามารถจัดการพนักงานโดยเป็นคนคนเดียวกันสามารถทำงานได้ทั้ง 2 กิจกรรม
- 3) พื้นที่ทำงาน สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบจัดวางโต๊ะทำงานไว้โซนสาธารณะ ได้แก่ ร้าน Book & Belonging เนื่องจากเป็นร้านเดียวที่มีพื้นที่ในการทำร้านหนังสือน้อยที่สุดคือใช้เฉพาะพื้นที่ชั้น 1 เท่านั้น และรูปแบบจัดแยกพื้นที่ส่วนตัวชัดเจน ร้าน Fathom Book Space Book & Belonging และ Dasa Book Café

5.1.3 วิเคราะห์ด้านการบริหารจัดการและการบริการ

การบริหารจัดการส่วนนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ตามแนวทางหลักการจัดการทรัพยากรทางการบริหาร (Management Resources: 4M's) ซึ่งได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุ (Material) และ วิธีการจัดการ (Method Management) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2545) ดังตารางที่ 5.1 ดังนี้

5.1.3.1 คน (Man Power) หรือพนักงาน จากการศึกษาทั้ง 4 ร้าน พบว่า ใช้การบริหารจัดการและดูแลด้วยตัวเอง ซึ่งทำให้การจัดการง่ายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับร้านหนังสืออิสระ เพราะสามารถแสดงแนวคิดต่างๆ ได้อย่างอิสระ รวมไปถึงการเลือกจ้างพนักงานจำนวนน้อยประมาณ 3-6 คน มีทั้งทำงานประจำและแบบชั่วคราว ซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสมกับหน้าที่ภายในร้าน การดูแลจัดการง่าย เป็นกันเอง สามารถเข้าใจและให้ข้อมูลเรื่องหนังสือกับลูกค้าได้ละเอียด เป็นผู้รอบรู้เรื่องหนังสือ (Book Knowledge)

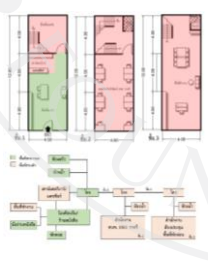
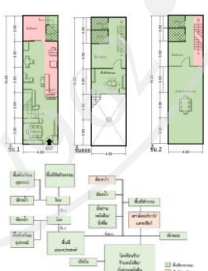
5.1.3.2 เงิน (Money) ส่วนนี้วิเคราะห์ได้จากยอดขายส่วนหน้าร้านและส่วนออนไลน์ ซึ่งทั้ง 4 ร้าน ได้นำการบริการออนไลน์มาใช้ แล้วพบว่า เป็นส่วนที่ช่วยให้ยอดขายหนังสือเพิ่มขึ้น ซึ่งสูง ต่ำ สลับกันตามแต่ละสัปดาห์ และยอดขายหน้าร้านก็ไม่ได้ลดลงด้วย

5.1.3.3 วัตถุดิบ (Material) หรืออุปกรณ์ในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์ในการบันทึกข้อมูลหนังสือ การทำสื่อออนไลน์ และเครื่องคิดเงิน

5.1.3.4 วิธีการจัดการ (Management) การจัดการด้านบุคลากรภายในร้าน การจัดการพื้นที่กิจกรรม และการจัดการการขายหนังสือ 3 ส่วนนี้เป็นผลการศึกษาที่พบจาก 4 ร้าน ซึ่งเป็นการบริหารและการบริการในยุคปัจจุบันที่ทำให้ดำเนินธุรกิจร้านหนังสืออิสระต่อไปได้

5.1.3.5 รูปแบบการให้บริการ (Service) ทั้ง 4 ร้าน มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่ง มี 2 ร้านที่โดดเด่นด้านการจัดกิจกรรมเสวนา Reading Group ฯลฯ ได้แก่ ร้าน Book & Belonging และ Fathom Book Space ส่วนร้าน Dasa Book&Cafe โดดเด่นด้านการขายหนังสือมือสองและ Tread Back และร้าน Zombie Books โดดเด่นด้านกิจกรรมและการมีพื้นที่ให้นันทนาการ

ตารางที่ 5.1: สรุปผลการศึกษาร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

ร้านหนังสือ	Book & Belonging	Dasa book café	Fathom book space	Zombie book
ทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมหน้าร้าน	ติดถนนหลัก ถนนสุขุมวิท เดินทางด้วยรถไฟฟ้า BTS/ รถส่วนตัว/ แท็กซี่/ เดิน 	ติดถนนหลัก ถนนสุขุมวิท เดินทางด้วยรถไฟฟ้า BTS/ รถส่วนตัว/ แท็กซี่/ เดิน 	ไม่ติดถนนหลัก ซอยสวนพลู เดินทางด้วย รถส่วนตัว/แท็กซี่/ การเดิน 	ไม่ติดถนนหลัก ซอยอาร์ซีเอ เดินทางด้วย รถส่วนตัว/ แท็กซี่/ การเดิน 
ขนาดพื้นที่	3 ชั้น 144 ตร.ม.	3 ชั้น 148.50 ตร.ม.	3 ชั้นครึ่ง 156 ตร.ม.	4 ชั้นครึ่ง 238.50 ตร.ม.
การจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายใน	 	 	 	 

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): สรุปผลการศึกษาร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

ร้านหนังสือ	Book & Belonging	Dasa book café	Fathom book space	Zombie book
การจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายใน	จัดรูปแบบ Open plan ปรับเปลี่ยนพื้นที่ได้ตามกิจกรรมที่จัดขึ้น มีสภาพแวดล้อมทางกายภาพด้วยความปลอดภัย โปร่ง โล่ง สบายตาด้วยสีโทนเย็นส่วนผนัง พื้นและฝ้าเพดาน มีบรรยากาศอบอุ่นด้วยเฟอร์นิเจอร์ไม้ จัดชิดผนังให้มีทางเดินตรงกลาง	ชั้น 1 พื้นที่แคชเชียร์ พื้นที่ทำเครื่องดื่มและพื้นที่พนักงานรวมกัน และส่วนร้านหนังสือมีทั้ง 3 ชั้น จัดวางชั้นหนังสือวางชิดผนังทั้ง 2 ข้างตามลักษณะอาคารตึกแถว และวางชั้นหนังสือแบบลอยตัวไว้ตรงกลางอาคาร เดินรอบ 2 ด้าน	การจัดการพื้นที่ส่วนร้านหนังสือเป็นชั้น 1 พื้นที่สำหรับทำกิจกรรมอยู่ในชั้นลอย และชั้น 2 โดยทุกพื้นที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการวางเฟอร์นิเจอร์ตามแนวคิดของกิจกรรมนั้น ผนัง ฝ้าเพดาน สีขาว และสีส้ม อบอุ่นจากเฟอร์นิเจอร์ไม้	วางหนังสือใช้พื้นที่ชั้น 1 เน้นวางหนังสือให้ลูกค้าเลือกซื้อได้ ส่วนชั้นลอย และชั้น 2 เน้นเป็น Co working space มีพื้นที่นั่งเพิ่มขึ้น มีแสงสว่างอบอุ่น บางจุดเน้นให้สลัว น่าค้นหา ซึ่งจัดแสดงตามกิจกรรมที่ต่างกัน
บริหารจัดการและการบริการ	พนักงานรวม 6 คน ทำงานร่วมกันเป็นทีม และบริการเสริมจากการมีพื้นที่กิจกรรมหลากหลาย	พนักงานรวม 6 คน มีบริการ Tread back	พนักงานรวม 3 คน บริหารจัดกิจกรรมหมุนเวียนที่หลากหลาย เป็นพื้นที่การเรียนรู้	พนักงานรวม 5 คน แบ่งหน้าที่ชัดเจนตามตำแหน่ง มีพื้นที่กิจกรรมหลากหลายและให้เข้า

5.2 สรุปข้อเสนอแนะในการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ

จากผลการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา จึงได้ข้อเสนอแนะในการออกแบบและการจัดการพื้นที่ใช้สอยร้านหนังสืออิสระให้สอดคล้องกับปัจจุบัน ดังนี้

5.2.1 แนวทางการจัดกิจกรรม ด้วยทิศทางร้านหนังสือในปัจจุบันเน้นเป็น “ศูนย์ปัญญา” ที่ เป็นมากกว่าร้านขายหนังสือ ผู้ประกอบการร้านหนังสือจึงต้องเป็นผู้คิดค้น สร้างสรรค์ และนำเสนอ กิจกรรมต่อผู้อ่านหรือลูกค้า โดยจากผลสรุปงานวิจัยนี้ มีกิจกรรมที่เป็นประโยชน์และจัดอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การจัดกิจกรรมเสวนาและสัมมนาเกี่ยวกับหนังสือและวรรณกรรม กิจกรรมฉายหนัง Movie Night การจัดนิทรรศการศิลปะ การจัด Workshop เป็นต้น เพื่อเน้นการได้พบปะพูดคุยกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อ่านหรือผู้ที่สนใจ โดยมีตัวอย่างกิจกรรม ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2: ตัวอย่างหัวข้อกิจกรรมเสวนาและสัมมนาในร้านหนังสืออิสระ

ร้านหนังสือ	หัวข้อกิจกรรม
Book & Belongings	- Movie Night at Books & Belongings #04 Alphaville - คาร์ล มาร์กซ จากปรัชญาสู่สังคมศาสตร์ - “ฯพณฯ ท่านแมวดำชุกใช้ชะตากรรม” โดย อุเทน มหามิตร - อ่าน Weber ทำไมวะ! - Why Classic! #05 The Sound and the Fury - งานแถลงข่าว "รางวัลปีศาจ"
Fathom book space	- Art Exhibition : 100 ผลงานโดยนักวาดภาพประกอบ 25 คนจากโปแลนด์ - มหัศจรรย์เรื่องเล่า Lost and Found ตอน Lost. Found. ผลัด พบ - Read, If we know how to love ในวันที่ความรักไม่อยู่กับเรา - แถลงข่าว งานสัปดาห์ร้านหนังสืออิสระ ครั้งที่ 5 - ดูสารคดีเยอรมัน Wir sitzen im Süden- Based down south (Eng Sub) - Colour Talk & Workshop กับครูมอส-อนุพันธ์ุ พฤกษ์พันธ์จี
Zombie Books	- Drunk Reader #1 Abstract Bar ความจริงเพียวเพียว - เปิดตลาดขายหนังสือมือสองครั้งที่ 1 - วันธรรมดา กับ อาบู

5.2.2 แนวทางการจัดพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสือ ผลสรุปจากงานวิจัยนี้พบว่า การจัดพื้นที่ใช้สอยมีกิจกรรมเป็นตัวแปรในการจัดการพื้นที่ใช้สอย สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบคือ

5.2.2.1 การจัดการพื้นที่ใช้สอยแบบถาวร เป็นพื้นที่ที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงและมีการใช้งานต่อเนื่องเป็นประจำ ได้แก่

1) พื้นที่โถงต้อนรับและพักคอย ควรจัดให้อยู่ส่วนหน้าสุดบริเวณทางเข้า เน้นพื้นที่ขนาดใหญ่ มีสภาพแวดล้อมที่โปร่ง โล่ง บรรยากาศเชื้อเชิญ ซึ่งจะมีการจัดพื้นที่ชั้นหนังสือและจัดแสดงหนังสือเข้าใหม่ให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนตั้งแต่เดินเข้ามาในร้าน มีการจัดที่นั่งพักคอย 2-4 ที่นั่งแบบชั่วคราว แบบผสมผสานกันระหว่างรูปแบบชุดที่นั่งรับแขกกับรูปแบบเคาน์เตอร์ โดยพื้นที่ส่วนนี้จะมีการจัดวางสินค้าอื่นๆ ของที่ระลึกต่างๆ ให้ลูกค้าเห็นง่ายและเลือกซื้อได้ เป็นการจัดการพื้นที่ใช้สอยที่หลากหลายในพื้นที่เดียวกัน ดังภาพที่ 5.1

2) 3) การจัดพื้นที่ชั้นวางหนังสือ สำหรับร้านหนังสือที่มีพื้นที่อาคารตึกแถวหรือพื้นที่จำกัด ควรเลือกใช้ชั้นหนังสือแบบผสมผสานระหว่างชั้นติดตายกับผนัง เนื่องจากสามารถวางหนังสือได้จำนวนมากยังเป็นการประหยัดพื้นที่ และเป็นจุดที่ผู้อ่านสามารถเดินเลือกซื้อและเห็นได้ง่าย และชั้นหนังสือแบบลอยตัว ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ สามารถปรับเปลี่ยนการจัดวางได้ ทั้งแบบชิดผนังและพื้นที่โล่ง

3) พื้นที่แคชเชียร์และพื้นที่ทำเครื่องดื่ม สามารถใช้รูปแบบเคาน์เตอร์ทั้งในลักษณะตัวไอ (I) หรือตัวแอล (L) เพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่และเหมาะสมกับการทำงานของพนักงานที่มีจำนวนน้อย เพราะเป็นพื้นที่ส่วนตัวที่ใช้เฉพาะพนักงานเท่านั้น

ภาพที่ 5.1: ตัวอย่างการจัดพื้นที่ร่วมกันของโถงต้อนรับ พื้นที่พักคอย และส่วนชั้นหนังสือ



5.2.2.2 การจัดการพื้นที่ใช้สอยแบบหมุนเวียนหรือยืดหยุ่นการใช้งาน เป็นการจัดการพื้นที่ในส่วนที่มีการจัดกิจกรรม ซึ่งจะมีรูปแบบของการใช้สอยพื้นที่แตกต่างกันไปตามลักษณะกิจกรรมและจำนวนคนเข้าร่วมงาน โดยสิ่งที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่

1) พื้นที่โล่ง ไม่มีการแบ่งสัดส่วนชัดเจน หรือการจัดแบบเปิดโล่ง (Open Plan) หรือเรียกเป็นพื้นที่อเนกประสงค์ก็ย่อมได้ เพื่อรองรับกิจกรรมต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ตั้งแต่การจัดสัมมนาเสวนา การจัด Workshop ดังที่กล่าวมาในข้อ 5.2.1

2) เลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว เนื่องจากสามารถโยกย้าย เคลื่อนที่สำหรับการจัดพื้นที่ให้ตรงตามกิจกรรมนั้นๆ และควรมีพื้นที่หรือห้องสำหรับเก็บเฟอร์นิเจอร์ด้วย เมื่อสิ้นสุดกิจกรรม เพื่อให้สามารถเปิดใช้พื้นที่ได้ตามปกติ

5.2.2.3 สภาพแวดล้อมภายในอาคาร ควรเน้นให้มีบรรยากาศอบอุ่น โปร่ง สบายตา และให้แสงสว่างที่เหมาะสมกับกิจกรรม เช่น กิจกรรมอ่านหนังสือ เล่นบอร์ดเกมส์ หรือฉายภาพยนตร์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องการสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ควรออกแบบให้ปรับใช้งานได้ตามความเหมาะสม

5.2.3 แนวทางการบริหารจัดการและการบริการ ผลสรุปจากงานวิจัยนี้ มีการจัดการด้านบุคลากรโดยมีจำนวน 3-6 คน ซึ่งมีรูปแบบการจ้างงานทั้งแบบประจำและแบบชั่วคราว ให้เหมาะสมกับการบริการทุกรูปแบบ ทั้งในส่วนหน้าร้านและส่วนออนไลน์ ซึ่งต้องตอบสนองพฤติกรรมทั้ง 2 รูปแบบ โดยในส่วนหน้าร้านใช้การจัดกิจกรรมเสริมเข้ามาช่วยดึงดูดผู้อ่านและลูกค้า ในส่วนออนไลน์หรือทางสื่อโซเชียล ควรมีหลายช่องทางเช่นเดียวกัน ตั้งแต่ Facebook Twitter Instagram

Youtube เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบัน พฤติกรรมผู้บริโภคมีการใช้โซเชียลสูง ตลอดเวลา และต้องการความสะดวกสบาย การประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลและขายออนไลน์จึงเป็นช่องทางเพิ่มยอดขายได้ดี และยังเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์กิจกรรมได้เป็นอย่างดี

5.3 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยต่อไป

5.3.1 เสนอแนะให้ศึกษาร้านหนังสืออิสระจากรูปแบบอาคารอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการเปรียบเทียบลักษณะพื้นที่หรือขนาดของพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน

5.3.2 งานวิจัยครั้งนี้ควรมีการเพิ่มเติมกรณีศึกษาให้มีจำนวนมากกว่า 4 ร้าน เพื่อศึกษาหรือเปรียบเทียบพื้นที่ใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น

5.4 ประโยชน์จากการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

5.4.1 ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจธุรกิจด้านนี้ เพื่อเป็นแนวทางทั้งด้านการออกแบบ และการจัดการร้านหนังสืออิสระทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร หรือทั่วประเทศ

5.4.2 ได้ทราบถึงกิจกรรมที่มีความหลากหลายที่สามารถจัดหรือแสดงในพื้นที่ขนาดเล็ก ว่าสามารถทำได้ด้วยการสร้างพื้นที่ให้ยืดหยุ่นกับการใช้งานของแต่ละกิจกรรม

บรรณานุกรม

การปรับตัวของ ร้าน (ขาย) หนังสือ ในวันที่สังคม Anywhere – Anytime – Any Devices.

(2560). สืบค้นจาก <https://thaipublica.org/2016/03/>.

คีนหนังสือให้ร้านหนังสือ: ทางเลือกและทางรอดของธุรกิจร้านหนังสือไทย. (2561). สืบค้นจาก <https://thematter.co/thinkers/>.

เครือข่ายธุรกิจหนังสืออิสระขนาดเล็ก (คสล.). (2556). สัปดาห์ร้านหนังสืออิสระแห่งชาติ ครั้งที่1: พลัซซ์ขับเคลื่อนของกลุ่ม stand alone. สืบค้นจาก

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/508862>.

ชาญวุฒิ แซ่จุ่ง. (2559). การจัดผังพื้นที่ภายในร้านหนังสือ: กรณีศึกษาร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์. *Veridian E-Journal*, 9(2).

ต่อพงษ์ เอื้อประยูรวงศ์. (2557). แนวคิดการออกแบบร้านหนังสือในญี่ปุ่น Daikanyama T-Site. สืบค้นจาก <http://www.scgbuildingmaterials.com/th>.

ทีปกร วุฒิพิทยามงคล. (2560). ทางเลือก-ทางรอด ของร้านหนังสืออิสระในยุคดิจิทัล. สืบค้นจาก <https://www.matichon.co.th/columnists>.

นิรันดร์ ทองอรุณ. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างสถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์ และพื้นที่ว่าง: คุณภาพของการปรับเปลี่ยนที่ว่าง กิจกรรม และบริบท. *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 105-118.

ปริญญา ขาวสมุน. (2556). สัปดาห์ร้านหนังสืออิสระแห่งชาติ ครั้งที่1: พลัซซ์ขับเคลื่อนของกลุ่ม Stand alone. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail>.

เปิดทางรอด ‘ร้านหนังสืออิสระ’: ล้อมวงคุยกับ 3 คนทำร้านหนังสือยุคใหม่. (2560). สืบค้นจาก <https://www.the101.world/survival-guide-of-independent-bookshop/>.

ผ่าทางตัน “ร้านหนังสือ” จะอยู่รอด ต้องเป็น “Omni-channel” และปรับร้านเป็นพื้นที่ขายประสบการณ์. (2560). สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/bookstore>.

พิมลพรรณ กลิ่นกุล. (2560). การจัดการพื้นที่ใช้สอยในสำนักงานโฮมออฟฟิศขนาดเล็กสำหรับสำนักงานออกแบบภายในและออกแบบสถาปัตยกรรม เขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศิลป์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พิศาล ศรีธธาเปี่ยม. (2558). เสน่ห์ร้านหนังสืออิสระในต่างประเทศ. สืบค้นจาก <http://www.praphansarn.com/article/detail/1428>.

- พัตรรักชนก นวชาติกุล. (2557). แนวทางการพัฒนาการประกอบธุรกิจร้านหนังสือ ในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- พันธวัฒน์ เศรษฐวิไล. (2560). เปิดทางรอด ‘ร้านหนังสืออิสระ’: ล้อมวงคุยกับ 3 คนทำร้านหนังสือยุคใหม่. สืบค้นจาก <https://www.the101.world/survival-guide-of-independent>.
- ภาษินี ปานน้อย. (2558). ร้านหนังสืออิสระ: ความเชื่อ ความฝัน และการอ่าน. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, 17(2), 57-65.
- ภาษินี อุชชิน. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือวรรณกรรมในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มากกว่าแค่ร้านขายหนังสือ เป้าหมายใหม่ “ปีทูเอส” ขยับสู่ Community Hub. (2561). สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/03/>.
- มายาคติ “คนไทยอ่านหนังสือน้อย” เปิดงานวิจัย 10 ปีย้อนหลัง ไม่พบข้อมูล “อ่านแค่ปีละ 8 บรรทัด”. (2559). สืบค้นจาก <https://thaipublica.org/2016/04/print-10/>.
- เมธินี ภิญโญประการ. (2558). สภาพแวดล้อมกายภาพ คุณภาพการให้บริการ สื่อสังคมออนไลน์ และคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารเวียดนามของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รู้จักกับธุรกิจเปิดร้านหนังสือ สานต่อความฝันวัยเด็ก. (2557). สืบค้นจาก <https://gu-suy.com/%E0%B>.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2554). จิตวิทยาสภาพแวดล้อม มूलฐานการสร้างสรรค์และจัดการ สภาพแวดล้อมน่าอยู่อาศัย. กรุงเทพฯ: จี.บี.พี เซ็นเตอร์.
- วิรัช วิรัชนิการวรรณ. (2553). แนวคิดและความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการจัดการ. สืบค้นจาก <http://www.wiruch.com/>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2545). ทฤษฎีองค์การ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สมคิด พุทธศรี. (2557). บทสำรวจองค์ความรู้และข้อเสนอว่าด้วยบทบาทของรัฐในการสนับสนุน ธุรกิจหนังสือและการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ. สืบค้นจาก <http://v-reform.org/v-report/column-book-market-community/>.
- สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย. สืบค้นจาก <https://thaipublica.org/wp-content>.
- สิรนนท์ ห่อหุ้ม. (2556). สัปดาห์ร้านหนังสืออิสระ ความมุ่งมั่นของคนตัวเล็ก. สืบค้นจาก <http://hs.pbru.ac.th/phocadownloadpap/>.

สุเธียร โสกุลประกิจ . (2546). หลักการออกแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่. ใน *การประชุมวิชาการและวิชาชีพสถาปัตยกรรม ครั้งที่ 1*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เสน่ห์ร้านหนังสืออิสระในต่างประเทศ. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก

<https://board.postjung.com/804746>.

สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ. (2548). *ร้านหนังสืออิสระ ร้านหนังสือในฝัน การตลาดเพื่อสังคมและพื้นที่สาธารณะ*. สืบค้นจาก

<http://resource.thaihealth.or.th/library/11605>.

สำนักพิมพ์ประพันธ์สาส์น ชุมชนคนรักการอ่าน. (2561). *เหตุใดร้านหนังสืออิสระในอเมริกาถึงอยู่ได้ในยุคออนไลน์ที่กำลังเติบโต*. สืบค้นจาก

<http://praphansarn.com/home/content/1264>.

Book Bar Denver Book Store & Wine. (2018). Retrieved from

<https://www.bookbardenver.com/>.

Daikanyama T-Site. (2018). Retrieved from <http://real.tsite.jp/daikanyama/english/>.

Fathom Bookspace พื้นที่ของความธรรมดา. (2561). สืบค้นจาก

<https://www.sarakadee.com/2018/08/08/fathom-bookspace/>.

Kisuk, C. (1997). *Design guide for interiors*. Washington, DC: Us Army Corps of Enginrres.

Upshur street books. (2018). Retrieved from <https://www.upshurstreetbooks.com/>.



รูปแบบสำรวจแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์
การจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: การศึกษาวิจัยนี้ เครื่องมือการวิจัยด้วยการใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview)

1. ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 ชื่อ-สกุล ผู้สัมภาษณ์:

.....

วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์:

.....

เวลา:สถานที่:

1.2 ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์:

.....

ตำแหน่งงาน:

.....

วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์:

.....

เวลา:สถานที่:

2. แบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview)

คำถาม
1. แนวคิดในการออกแบบตกแต่งร้านของท่านคืออะไร
.....
.....
.....
.....
.....

2. การจัดโซนหรือการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านของท่านเป็นอย่างไร
3. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้านของท่านมีอะไรบ้าง
4. เหตุผลในการเลือกใช้รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ภายในร้านของท่านคืออะไร
5. นิยามร้านหนังสืออิสระของท่านคืออะไร
6. การบริหารจัดการด้านบุคคลในร้านของท่านเป็นอย่างไร

7. แนวคิดการให้บริการลูกค้าของร้านท่านคืออะไร
8. กิจกรรมเสริมภายในร้านของท่านมีอะไรบ้าง
9. ประเภทหนังสือในร้านของท่านมีกี่ประเภท
10. กลุ่มลูกค้าของร้านท่านมีกี่ประเภท

[illegible]

4. แบบรายการตรวจสอบ (Check list) พื้นที่ใช้สอยภายในร้านหนังสืออิสระ โดยทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องความเห็น

โซน	พื้นที่สำรวจ	มี	ไม่มี
สาธารณะ	โถงต้อนรับ		
	นั่งพักคอย/อ่านหนังสือ		
	ชั้นวางหนังสือ/ร้านหนังสือ		
	ห้องน้ำ		
	เล่นดนตรี		
	เล่นกีฬา/นันทนาการ		
	จัดปาร์ตี้		
	ขายแผ่นซีดี/แผ่นเสียง		
	อเนกประสงค์		
ส่วนตัว	ที่พักพนักงาน		
	แคชเชียร์		
	ทำเครื่องดื่ม		
	เก็บของ		
	ทำงาน		
	Pantry		
	ห้องครัว		

ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

การจัดการพื้นที่ใช้สอยและสภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสืออิสระ กรุงเทพมหานคร

1. ร้านหนังสือ Book & belonging

1.1 ชื่อ-สกุล ผู้สัมภาษณ์: นางสาวจุฑามาศ จำปาบุรี

1.2 ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์: กิตติพล สรรค์คานนท์

ตำแหน่งงาน: ผู้จัดการร้าน Book & belonging

วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์: 20 มกราคม 2561

เวลา: 14.20 น.

สถานที่: ร้าน Book & belonging

2. ร้านหนังสือ Fathom book space

1.1 ชื่อ-สกุล ผู้สัมภาษณ์: นางสาวจุฑามาศ จำปาบุรี

1.2 ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์: ภัทรอนงค์ สิริพิพัฒน์ และ ขนิษฐา ธรรมปัญญา

ตำแหน่งงาน: ผู้จัดการร้าน Fathom book space

วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์: 8 มิถุนายน 2561

เวลา: 13.30 น.

สถานที่: ร้าน Fathom book space

3. ร้านหนังสือ Dasa book&cafe

1.1 ชื่อ-สกุล ผู้สัมภาษณ์: นางสาวจุฑามาศ จำปาบุรี

1.2 ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์: ยุพเรศ เจริญมา และ พัดแพร ปิ่นใจ

ตำแหน่งงาน: ผู้จัดการร้าน Dasa book&cafe

วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์: 8 มิถุนายน 2561

เวลา: 10.30 น.

สถานที่: ร้าน Dasa book&café

4. ร้านหนังสือ Zombie books

1.1 ชื่อ-สกุล ผู้สัมภาษณ์: นางสาวจุฑามาศ จำปาบุรี

1.2 ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์: รศมน รอดสุด

ตำแหน่งงาน: ผู้จัดการร้าน Zombie books

วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์: 9 มิถุนายน 2560

เวลา: 14.40 น.

สถานที่: ร้าน Zombie books



ประวัติเจ้าของผลงาน

ชื่อ-สกุล

นางสาวจุฑามาศ จำปาบุรี

อีเมล

jumphaburee@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ระดับอนุบาล จบการศึกษาจากโรงเรียนอนุบาลอุดรธานี
ระดับประถมศึกษา จบการศึกษาจากโรงเรียนอนุบาลอุดรธานี
ระดับมัธยมต้น จบการศึกษาจากโรงเรียนอุดรพิชัยรักษ์พิทยา
ระดับมัธยมปลาย จบการศึกษาจากวิทยาลัยเทคนิค อุดรธานี
ระดับปริญญาตรี จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยมหาสารคาม



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 29 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) จุฑามาศ จันทบุรี อยู่บ้านเลขที่ 333/272

ซอย 14/1 ถนน กิ่งแก้ว ตำบล/แขวง ราชเทวี

อำเภอ/เขต บางพลี จังหวัด สมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 10540

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 75.911.00180

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการออกแบบภายใน

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้

สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

การจัดการพื้นที่ใช้สอย และสภาพแวดล้อม ภายในวันหนังสือสาร

เขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)

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

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

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ อ.จ.จันทน อ.พ.ร. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อ.จ.จันทน อ.พ.ร.)

ลงชื่อ อ.พ.ร. ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิปรัชญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ ดร.ธนธร กิตติกานต์ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนธร กิตติกานต์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร