

การจัดผังพื้นที่ภายในร้านหนังสือ: กรณีศึกษาร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์*

Area Arrangement Within Book Store: A Case Study Of Se-Ed Book Center

ชาญวุฒิ แสงจุ (Chanwut Saechung)**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ที่เข้าใช้พื้นที่ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ในปัจจุบัน เพื่อทราบถึงข้อดีและข้อเสียและแนวทางที่เหมาะสมในการจัดผังร้านหนังสือ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อร้านหนังสือในการพัฒนารูปแบบการจัดผังร้านค้า รวมถึงศึกษาความพึงพอใจด้านการให้บริการของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ และนำผลการวิจัยที่ได้มาเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบผังร้านหนังสือ ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ที่เหมาะสม

การศึกษานี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการเข้าสำรวจพื้นที่ การสังเกตพฤติกรรมผู้เข้าใช้สถานที่ทุกประเภท รวมไปถึงพนักงานประจำร้านหนังสือด้วย ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์พนักงานด้วยแบบสอบถาม รวมถึงการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 246 คน ด้านความสนใจในสินค้า ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และด้านความพึงพอใจ แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เกณฑ์ในการจัดผังพื้นที่โดยรวมอยู่ในระดับที่เหมาะสม แต่จะมีปัญหากับบางส่วน เช่น ส่วนการจัดแสดงสินค้าผู้วิจัยเสนอว่าควรแบ่งพื้นที่สำหรับจัดแสดงสินค้าโดยเฉพาะ ด้านทางสัญจรคับแคบ ควรเว้นระยะทางเดินระหว่างชั้นหนังสืออย่างน้อย 90 เซนติเมตร ด้านความพึงพอใจของผู้เข้าใช้บริการ พบว่า ประเด็นต่าง ๆ อยู่ในระดับ ปานกลาง - มาก ซึ่งข้อมูลจาก แบบสอบถามผู้เข้าใช้บริการพบว่า มีปัญหาด้านทางสัญจรคับแคบ ผู้เข้าใช้บริการบางส่วนต้องการพื้นที่นั่งเพื่ออ่านหนังสือ และผู้เข้าใช้บริการบางส่วนต้องการจุดบริการน้ำดื่มหรือกาแฟ โดยปัญหาเหล่านี้มีข้อจำกัดของทางห้างสรรพสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง และข้อจำกัดที่มาจากนโยบายของทางร้านหนังสือซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการเสนอแนะเพื่อปรับปรุงผังร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ได้

คำสำคัญ: การออกแบบ, ร้านหนังสือ, ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Thesis Master Of Architecture Program In Interior Architecture

** นักศึกษาปริญญาโท คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการออกแบบตกแต่งภายใน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ชัยสิทธิ์ ด่านกิตติกุล

The Master Degree of Education Program Of Architecture in Interior Architecture, Bangkok University.

Associate Professor Dr. Chaiyasit Dankittikul.

Abstract

The study aimed to identify physical environment problems of the SE-ED Book Center, to assess the satisfaction of users with the SE-ED book Center, and to suggest the suitable design guidelines for the SE-ED Book Center. Methodologically, while various behavioral matters of users within several stores were observed, questionnaires and interviews were also used to collect data from 246 people. Then, the statistical method was employed to interpret those data.

The results showed that area arrangement within the stores were at reasonable level. However, several problems still occurred at merchandise display areas, drop-off areas, and aisles. Moreover, the sample respondents were satisfied with various aspects at a medium to high levels. According to questionnaires, narrow aisles, shortages of spaces for sitting and reading, and lacks of drinking water or coffee points were reported.

Keyword: Design, Book Store, SE-ED Book Center

บทนำ

การอ่านหนังสือ นับว่าเป็นการใช้เวลาได้อย่างคุ้มค่า เพราะหนังสือสามารถให้ประโยชน์หลายด้าน เช่น ให้ความรู้ความบันเทิง ค้นพบงานอดิเรก พบวิธีการแก้ปัญหา ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากผู้เขียนหนังสือ เป็นทางเลือกทำให้ไม่ต้องทำในสิ่งผิดพลาดที่ผู้อื่นเคยทำมาแล้ว ซึ่งจะสามารถค้นพบสิ่งเหล่านี้ได้จากการอ่านบทความที่ดี ซึ่งในปัจจุบันนอกจากหนังสือตำราเรียน ยังมีหนังสือกระตุ้นความรู้เฉพาะด้าน หนังสือนวนิยาย หรือการ์ตูนที่ให้ความรู้ ผุดขึ้นมามากมาย ทำให้ร้านหนังสือเป็นแหล่งหมุนเวียนของคนที่ต้องการหาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ

ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ เปิดดำเนินการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2517 คือเปิดบริการมากกว่า 40 ปี ซึ่งเป็นร้านหนังสือที่มีสาขามากถึง 506 สาขาเพื่อให้ครอบคลุมต่อความต้องการของลูกค้า โดยแนวคิดการเปิดสาขาใหม่ ๆ มาจากการลองผิดลองถูกของกลุ่มผู้ก่อตั้งบริษัทจึงทำให้ได้รู้ว่า คนที่จะเข้าร้านหนังสือนั้นมาจากความสะดวกสบายในการพบเห็น ทำให้สาขาต่าง ๆ ของร้านหนังสือ ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ จะอยู่ตามซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้า รวมทั้งยังมีผู้ที่สนใจเป็นตัวแทนจำหน่ายหนังสือของซีเอ็ดบุ๊ค เช่น B2S ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร้านหนังสือดวงกมล Double A Book Tower ฯลฯ

ปัจจุบันมีร้านขายหนังสือมากมายหลายแบรนด์ เช่น นายอินทร์ B2S ดอกหญ้า ซึ่งร้านค้าเหล่านี้มีสินค้าใกล้เคียงกับร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ มีการจัดวางสินค้าประเภทหนังสือคล้ายกันโดยมีความแตกต่างกันที่ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์จะเน้นปริมาณหนังสือให้มากที่สุด จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าการคำนึงถึงความสะดวกต่อการหาสินค้าก่อให้เกิดปัญหาการหาสินค้าไม่เจอ ต่างกับร้านหนังสืออื่น ๆ ที่มีการจัดวางหนังสือให้ง่ายต่อการค้นหา และผลจากการที่เน้นปริมาณหนังสือให้มากที่สุด ส่งผลให้เกิดความคับแคบในทางสัญจรเนื่องจากสินค้าประเภทหนังสือเป็นสินค้าที่ต้องใช้เวลาในการพิจารณา ก่อนซื้อ ผู้บริโภคมักจะเปิดหนังสืออ่านเพื่อ

พิจารณาถึงความเหมาะสมในการเลือกซื้อสินค้า ส่งผลให้เกิดความแออัด ผู้ที่เลือกสินค้าอาจจะถูกรบกวนโดยผู้ที่สัญจรไปมา

ปัญหาทางด้านสื่อสมัยใหม่ ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ทำอ่านหนังสือน้อยลงหรือสามารถหาอ่านได้ในอินเทอร์เน็ต โดยมีอุปกรณ์ที่มีความเอื้ออำนวยต่อการใช้งาน เช่น Tablet Smart Phone ซึ่งเราสามารถพบว่าการที่ผู้บริโภคใช้งานอุปกรณ์เหล่านี้ไปกับ App เกมส์ Facebook Youtube Twitter ตอบอีเมลล์ เข้าเว็บไซต์โปรแกรมแชทต่าง ๆ การจัดผังร้านที่ส่งเสริม หรือสร้างความสะดวกสบายให้ผู้บริโภค จะมีส่วนช่วยในการดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้ามากขึ้น

ปัญหาทางด้านความสะดวกสบายในการเข้าใช้พื้นที่ เนื่องมาจากวิสัยทัศน์ขององค์กร จึงทำให้ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ เปิดให้บริการอยู่ตามห้างสรรพสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการจับจ่ายสินค้า แต่ทางห้างสรรพสินค้ามีการแบ่งหมวดหมู่ของร้านค้าไว้เช่นกัน ทำให้ร้านหนังสือภายในห้างสรรพสินค้าเปิดบริการอยู่ใกล้เคียงกันโดยที่ร้านหนังสือเหล่านี้มีประเภทสินค้าที่ใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดหรือผู้บริโภคสามารถเข้าใช้บริการร้านหนังสือใดก็ได้ การสร้างความสะดวกสบายในการเข้าใช้พื้นที่ให้ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ จึงมีประโยชน์ต่อองค์กรทางด้านยอดขายสินค้า สร้างความมั่นคงให้แก่องค์กรเพื่อดำเนินตามวิสัยทัศน์ขององค์กรสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการจัดผังของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ในปัจจุบัน
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบผังร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ที่เหมาะสมต่อผู้ที่เข้ามาใช้สถานที่

วิธีการวิจัย

1. การศึกษาประวัติและแนวนโยบายของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

การดำเนินงานวิจัย เบื้องต้นผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน 2 ประเภท ได้แก่

1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

การศึกษาเกี่ยวกับแนวนโยบายและประวัติของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ ได้แก่ ประวัติขององค์กร กลยุทธ์ทางการตลาด โดยการสอบถามข้อมูลจากพนักงานในองค์กร จากเอกสาร หนังสือ บทความ หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบถึงตัวแปรและวิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

ศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ ในเบื้องต้นได้ศึกษาพื้นที่ด้านหน้าของร้านค้าหนังสือ การเข้าสู่ร้านหนังสือ การจัดวางพื้นที่ รูปแบบและองค์ประกอบต่างๆ ภายในร้านค้า โดยใช้วิธีการถ่ายภาพและจดบันทึกพื้นที่ที่ดังนี้ บริเวณทางเข้า-ออก ทางสัญจรภายใน จุดชำระค่าสินค้า

ส่วนประชาสัมพันธ์และฝากของ แผนหนังสือต่างๆ แผนอุปกรณ์เสริมทักษะสำหรับเด็ก แผนเครื่องเขียนจุดประชาสัมพันธ์หนังสือขายดี จุดหนังสือแนะนำ และคลังสินค้า โดยความแตกต่างของแต่ละสาขาขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ ซึ่งผู้วิจัยให้ความสำคัญกับจุดที่ให้บริการผู้บริโภคเป็นหลัก

1.3 นำข้อมูลทฤษฎีและปฐมภูมิที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ผล

1.4 ขั้นตอนการสรุปผล นำข้อมูลทั้งหมดมาสรุปผลและเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงผังร้านหนังสือซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์ที่เหมาะสม

2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านหนังสือ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเป็นผู้บริโภคที่เข้ามาจับจ่ายในเวลาเปิดทำการด้วยวิธีตอบแบบสอบถาม

2.2 เก็บข้อมูลจากผู้ที่เคยเข้าใช้บริการสถานที่โดยการสุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้ จึงอาศัยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวกสบาย หมายถึง เป็นการเลือกแบบไม่มีกฎเกณฑ์ แต่กลุ่มตัวอย่างก็ยังคงเป็นคนที่เข้าใช้งานภายในร้านหนังสือซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์ หรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องเท่านั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัย จำนวนที่เลือกมาคือ 250 คน โดยการใช้สูตรของ W.G.

Cochran

2.3 เก็บข้อมูลจากพนักงานในร้านหนังสือ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

2.4 เก็บข้อมูลจากสำนักงานสาขาใหญ่ โดยสอบถามถึงความเหมาะสมของร้านหนังสือ

ในประเด็นการจัดผังร้าน ความสะดวกสบาย และสิ่งที่แนะนำเพิ่มเติม

3. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1-2 ด้วยวิธีการสอบถามข้อมูลจากพนักงานในองค์กร จากเอกสาร หนังสือ บทความ หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้วยวิธีคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran

4. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 3 นำมาออกแบบปรับปรุงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และนำเสนอเป็นแนวทางที่เหมาะสมเพื่อพัฒนารูปแบบผังร้านหนังสือซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์

5. สรุปผลการศึกษาและเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูล 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโดยการสังเกต จดบันทึก และถ่ายรูป

ส่วนที่ 2 ศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นโดยผู้ที่เข้ามาใช้สถานที่ โดยการประเมินสภาพแวดล้อมทางกายภาพหลังการครอบครองพื้นที่

ส่วนที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจและความสามารถในการจดจำเอกลักษณ์ของร้านค้าโดยวิธีการใช้แบบสอบถาม

วิธีการเก็บข้อมูล

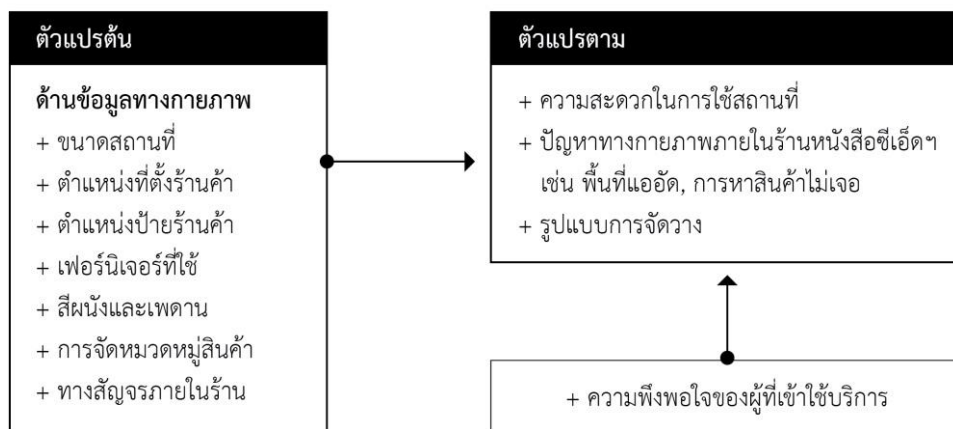
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปแนวทางในการออกแบบร้านหนังสือฯ แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การเก็บข้อมูลของผู้ที่เข้ามาใช้สถานที่ ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาใช้สถานที่โดยการถ่ายภาพ และสัมภาษณ์ในประเด็นต่าง ๆ เช่น เวลาในการเข้าใช้บริการ ความถี่ในการเข้าใช้บริการ ประเภทสินค้าที่สนใจ รวมไปถึงให้ผู้เข้าใช้สถานที่ประเมินถึงความเหมาะสมในส่วนต่าง ๆ ของพื้นที่ร้านหนังสือ เช่น รูปแบบการจัดวางหน้าร้าน รูปแบบป้ายร้านค้า การจัดผังพื้นที่ภายในร้านค้า บรรยากาศโดยรวม ส่วนเคาน์เตอร์บริการ และตู้แสดงสินค้า ของผู้ใช้สถานที่

ส่วนที่ 2 การสำรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ เพื่อทราบข้อจำกัดในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมโดยการถ่ายภาพ จดบันทึก และสอบถามจาก คุณพิศมัย ชัยรัตน์ ซึ่งดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการและผู้จัดการ

ส่วนที่ 3 ผลการประเมินจากแบบสอบถามทางด้านความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพและองค์ประกอบด้านสถาปัตยกรรม เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของผู้เข้าใช้งาน แบบสอบถามประกอบไปด้วยการวัดความพึงพอใจต่อการใช้งานในด้านต่าง ๆ โดยเป็นคำถามแบบปลายปิดและเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert Type) ซึ่งมี 5 ระดับ จากมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุด

กรอบแนวคิดตามทฤษฎี



ตารางที่ 1: กรอบการศึกษา

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาด้านลักษณะรูปแบบการจัดผังของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

จากผลการศึกษาลักษณะรูปแบบการจัดผังของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ พบว่าร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์มีการจัดวางผังร้านค้าเป็นรูปแบบตาราง (Grid) และจะมีรูปแบบการจัดวางจุดบริการที่แน่นอน (Pattern) แต่จะมีบางสาขาที่มีการปรับเปลี่ยนตามบริบทและตามความต้องการของผู้บริโภคซึ่งรูปแบบการจัดผังร้านจะเรียงเป็นรูปแบบดังนี้

1.1 มีการวางชั้น 10 หรือ 20 อันดับหนังสือขายดีไว้บริเวณทางเข้าและหันหน้าปะทะไปที่ทางเข้า-ออกร้าน และจะอยู่ใกล้กับจุดชำระเงิน

1.2 บริเวณด้านหลังจุดชำระเงินก็จะมีตกแต่งด้วย 10 หรือ 20 อันดับหนังสือขายดีเช่นกัน โดยจะควบคู่ไปกับ Policy การคืนหนังสือหรือการคืนสินค้า

1.3 บริเวณจุดชำระเงินจะมีสินค้าที่ง่าย เช่น สินค้าประเภท เครื่องเขียน พกเก็ตบุ๊ก และของเล่นชิ้นเล็ก ๆ

1.4 มุมนิตยสารจะสามารถมองเห็นได้ง่ายเพราะจะอยู่บริเวณทางเข้า-ออกร้านเสมอ หรือจะอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้จากทางเข้า-ออกร้าน

2. ผลการศึกษาด้านปัญหาและอุปสรรคสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ในปัจจุบัน

จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพผู้วิจัยจำแนกออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

2.1 ด้านความสะดวกในการเข้าใช้งาน ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ จะมีสาขาอยู่ตามห้างสรรพสินค้าซึ่งมีจำนวน 506 สาขา กระจายอยู่ทั่วประเทศ นับว่ามีจำนวนสาขามากพอ

2.2 ด้านประสิทธิภาพของพื้นที่ ประกอบด้วยความสะดวกของการจัดพื้นที่ใช้งานโดยรวม การจัดร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์โดยรวมยังอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม แต่จะมีปัญหากับบางส่วน ดังนี้

2.2.1 ส่วนจัดแสดงสินค้า การจัดวางสินค้ายังไม่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ของร้านค้าและตัวสินค้า รวมไปถึงการเพิ่มมูลค่าสินค้า

2.2.2 ส่วนฝากสัมภาระ ในกรณีที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า Big C หรือ Lotus เพราะผู้บริโภคอาจจะไม่มีสัมภาระจำนวนมาก รวมไปถึงอาจจะฝากสัมภาระในรูปแบบของรถเข็น

2.2 ความเพียงพอของพื้นที่ใช้งานและสิ่งอำนวยความสะดวก แบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ วันจันทร์-วันพฤหัสบดี พื้นที่ใช้งานจะมีเพียงพอต่อความต้องการ วันศุกร์-วันอาทิตย์ จะมีผู้เข้าใช้งานมาก เนื่องจากเป็นวันหยุดพักผ่อน จึงมีผู้บริโภคเข้ามาใช้งานมาก และเข้าใช้งานเป็นเวลานานกว่าปกติ ผู้วิจัยจึงแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามกลุ่ม ดังนี้

2.2.1 พฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นครอบครัว ผู้ปกครองก็จะแยกไปหาสินค้าที่สนใจ โดยที่บุตร จะแยกไปมุมหนังสือเด็กและนั่งอ่านหนังสือบริเวณนั้น

2.2.2 พฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นชากร ผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะมีโอกาสที่จะไม่ซื้อสินค้ามากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเข้ามาเพื่อฆ่าเวลา หรือเลือกดูสินค้าเพื่อรอเวลากิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในภายหลัง เช่น รอดูภาพยนตร์

2.3 สภาพแวดล้อมภายในร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ มีสภาพแวดล้อมภายในร้านที่เหมาะสมสามารถจำแนกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

2.3.1 ด้านแสงสว่าง มีแสงสว่างที่เหมาะสม สว่างเพียงพอต่อการเลือกซื้อสินค้า

2.3.2 ด้านอุณหภูมิ อุณหภูมิเหมาะสม ไม่ร้อนและไม่เย็นจนเกินไป

2.3.3 ด้านสภาพอากาศ มีสภาพอากาศที่ดี ไม่เหม็นอับ หรือมีกลิ่นรบกวนจากหนังสือผลิตใหม่

2.3.4 ด้านเสียง มีผนังหรือกระจกปิดรอบด้าน ทำให้มีเสียงรบกวนจากภายนอกเข้ามารบกวนได้น้อย

2.4 ด้านการจัดพื้นที่และการตกแต่งภายใน การจัดการพื้นที่ภายในร้านหนังสือซีอีดีบุ๊คเซ็นเตอร์ โดยส่วนมากจะเป็นพื้นที่จัดวางสินค้าเพื่อขาย และมีทางสัญจรที่จะสามารถเข้าถึงสินค้าได้ พื้นที่ภายในร้านประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้ ส่วนจัดแสดงสินค้า จุดชำระเงิน จุดวางสินค้า และห้องเก็บสินค้า (ร้านค้าขนาดเล็กจะจัดเก็บไว้ที่ด้านหลังของชั้นวางหนังสือ) การตกแต่งภายในร้านเป็นรูปแบบที่เรียบง่าย ทันสมัย

2.5 ด้านความยืดหยุ่นในการใช้งาน การจัดผังร้านในรูปแบบ Grid และเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ส่วนมากเป็นรูปแบบลอยตัว การปรับเปลี่ยนผังร้านหรือจัดพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมจึงเป็นไปได้ง่าย แต่การมีสินค้าจำนวนมาก จึงมีความยืดหยุ่นของสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง เพราะไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้มาก

2.6 ด้านความเป็นส่วนตัว การที่มีสินค้ามาก และเป็นสินค้าประเภทที่ต้องใช้เวลาในการพิจารณานาน รวมไปถึงเป็นสถานที่ที่เหมาะสมในการอ่านหนังสือเพื่อรอเวลาก่อนการทากิจกรรมอื่น ๆ จึงมีระดับความเป็นส่วนตัว ปานกลาง

2.7 ด้านความปลอดภัย แบ่งออกเป็น 2 จำพวกคือ

2.7.1 เฟอร์นิเจอร์ เฟอร์นิเจอร์ที่เลือกใช้มีความปลอดภัย คงทน รับน้ำหนักสินค้าได้ดีไม่มีขอบคมหรือส่วนแหลมคม

2.7.2 ทางสัญจร ทางสัญจรสะดวก มองเห็นได้ง่าย บางสาขาจะมีบันไดขนาดเล็กตั้งอยู่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เอาไว้บริการผู้ใช้งาน แต่ส่วนมากผู้ใช้งานจะนั่งอ่านหนังสือที่บันไดนี้

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการให้บริการของร้านหนังสือซีอีดีบุ๊คเซ็นเตอร์ จำนวน 246 คน มาอ้างอิงเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้านหนังสือซีอีดีบุ๊คเซ็นเตอร์ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ในระดับต่าง ๆ ดังนี้

สรุปความพึงพอใจของผู้ใช้งานร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	
ระดับความพึงพอใจ	ผลการศึกษา
มาก	1. แสงภายในร้านค้าเพียงพอ 2. ได้รับความสะดวกในการฝากสัมภาระ 3. สามารถหาสินค้าที่ต้องการได้ด้วยตัวเอง 4. ขั้นตอนการบริการชัดเจนไม่ซับซ้อน 5. พื้นที่จัดแสดงสินค้าแนะนำเห็นได้ชัดเจน
ปานกลาง	1. ความรวดเร็วในการให้บริการ 2. ป้ายบอกตำแหน่งเห็นได้ชัดเจน 3. พนักงานมีจำนวนเพียงพอให้บริการ 4. ใช้เวลานานในการรับบริการที่เคาเตอร์ (ชำระสินค้า/ห่อปก)
น้อย	1. ทางสัญจรสะดวก 2. พื้นที่นั่งพักมีจำนวนเพียงพอ

ตารางที่ 2: ตารางสรุปความพึงพอใจของผู้ใช้งานร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

จากผลสรุปด้านความพึงพอใจทำให้ทราบว่า ผู้ใช้งานค่อนข้างพึงพอใจกับการให้บริการของร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เห็นได้จากระดับความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก-ปานกลาง แต่จะมีเรื่องทางสัญจร และพื้นที่นั่งพักมีจำนวนเพียงพอ ที่จะอยู่ในระดับน้อย โดยผู้วิจัยมีความคิดเห็นเพิ่มเติมดังตารางต่อไปนี้

เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการและผู้วิจัย ด้านความพึงพอใจ			
ประเด็น	ความคิดเห็น		ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้วิจัย
	ผู้ใช้บริการ	ผู้วิจัย	
1) แสงภายในร้านค้าเพียงพอ	เพียงพอ	เพียงพอ	-
2) ความรวดเร็วในการให้บริการ	ปานกลาง	ปานกลาง	-
3) สามารถหาสินค้าที่ต้องการได้ด้วยตัวเอง	มาก	ปานกลาง	*ควรเพิ่มจุดค้นหาสินค้าด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อลดระยะเวลาในการค้นหาสินค้า
4) ป้ายบอกตำแหน่งเห็นได้ชัดเจน	ปานกลาง	ปานกลาง	-
5) ทางสัญจรสะดวก	น้อย	ปานกลาง	ควรเพิ่มระยะห่างระหว่างชั้นหนังสือให้มีทางเดินระหว่างชั้นหนังสืออย่างน้อย 90 เซนติเมตร

ตารางมีต่อ

เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการและผู้วิจัย ด้านความพึงพอใจ (ต่อ)			
ประเด็น	ความคิดเห็น		ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้วิจัย
	ผู้ใช้บริการ	ผู้วิจัย	
6) พื้นที่นั่งพักมีจำนวนเพียงพอ	น้อย	น้อย	ควรเพิ่มจุดนั่งพักบริเวณใกล้จุดชำระเงิน เพื่อตอบสนองช่วงเวลาในการรอปก หรือนั่งรอในกรณีที่มากับผู้บริโภคนานอื่น และควรจัดเตรียมหนังสือให้อ่าน
7) พื้นที่จัดแสดงสินค้าแนะนำเห็นได้ชัดเจน	มาก	มาก	ควรให้ความสำคัญกับพื้นที่แสดงสินค้า แยกให้ชัดเจนกับพื้นที่อื่น ๆ หรือมีจุดแสดงสินค้าใหม่
8) ใช้เวลานานในการรับบริการที่เคาเตอร์ (ชำระสินค้า/ห่อปก)	ปานกลาง	ปานกลาง	ควรเพิ่มจุดห่อปกแยกออกมาจากบริเวณ จุดชำระสินค้า เพื่อลดระยะเวลาในการใช้บริการ ในกรณีที่เป็ร้านค้าขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่
9) พนักงานมีจำนวนเพียงพอให้บริการ	ปานกลาง	ปานกลาง	-
10) ขั้นตอนการบริการชัดเจนไม่ซับซ้อน	มาก	มาก	-
11) ได้รับความสะดวกในการฝากสัมภาระ	มาก	ปานกลาง	*ในกรณีที่ร้านค้าตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ที่ผู้บริโภคมักจะมีสัมภาระขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้า Big C, Lotus ควรมีพื้นที่ที่สามารถฝากรถเข็นได้

ตารางที่ 3: เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการและผู้วิจัย ด้านความพึงพอใจ

3. ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการ ถ่ายภาพ จดบันทึก สอบถาม และสัมภาษณ์ ช่วยในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหาภายในร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยนำทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวกับการออกแบบ ร้านจำหน่ายหนังสือและการออกแบบผังร้านมาช่วยวิเคราะห์ข้อมูล ตามตารางที่ 4

ผลการศึกษา ข้อดี-ข้อเสีย การจัดผังร้านในปัจจุบันของร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน	
ประเด็น	ผลการศึกษา
1. การออกแบบร้านหนังสือ ควรตั้งอยู่ในทำเล ที่เข้าถึงง่าย มีความสะดวกในการจับจ่าย	จากวิสัยทัศน์ “บริษัทจะเป็นผู้นำในการทำให้คนไทยหาความรู้ได้ง่ายขึ้นและ สะดวกขึ้น” จึงมีจำนวนสาขามากถึง 506 สาขา และตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้า
2. สร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นไม่ซ้ำกับคู่แข่ง ทางการค้า โดยคำนึงถึงประเภทของหนังสือที่ขาย เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ของร้านค้าและสินค้า มีความสอดคล้องกัน	จากวิสัยทัศน์ “บริษัทจะเป็นผู้นำในการทำให้คนไทยหาความรู้ได้ง่ายขึ้นและ สะดวกขึ้น” จึงมีประเภทของหนังสือมากที่สุด เพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภค

ตารางมีต่อ

ผลการศึกษา ข้อดี-ข้อเสีย การจัดผังร้านในปัจจุบันของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ในปัจจุบัน (ต่อ)	
ประเด็น	ผลการศึกษา
3. การจัดแสดงสินค้าภายในร้านและทางสัญจร	การมีจำนวนหนังสือมากในร้านส่งผลให้การจัดแสดงสินค้ามีข้อจำกัด
4. พื้นที่สัญจรควรใช้รูปแบบการสัญจรเป็นเรขาคณิต ซึ่งจะลดความซับซ้อนที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้อย่างไม่ต้องกังวล	ใช้การจัดวางผังเป็นรูปแบบ Grid จึงมีทางสัญจรเป็นรูปแบบ เรขาคณิต เพื่อให้ลูกค้าสามารถพิจารณาสินค้าเลือกซื้อสินค้าได้ตามสะดวก
5. พื้นที่สัญจรต้องมีความปลอดภัย เพราะจะมีความเกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้บริโภค	เส้นทางสัญจรเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน
6. การจัดหน้าร้าน ควรสื่อถึงภาพลักษณ์ของร้านค้า	การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน บริเวณชั้น 10 หรือ 20 อันดับหนังสือขายดี จะอยู่ชั้นเดียวกับหนังสือแนะนำ อาจทำให้เกิดความสับสนในการเลือกสินค้า
7. ความสอดคล้องกันของสินค้าหน้าร้านและภายในร้านในแง่ภาพลักษณ์	เป็นการจัดวางสินค้าแบบเน้นจำนวนให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภคเพื่อเป็นตัวเลือกให้ผู้บริโภค แต่ไม่ได้คำนึงถึงภาพลักษณ์ของสินค้า
8. ควรแบ่งหมวดหมู่ หรือประเภทของสินค้าเพื่อให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ และการหาสินค้าของผู้บริโภค	มีการแบ่งหมวดหมู่ของสินค้าชัดเจน รวมไปถึงแยกหมวดหมู่ของหนังสือ
9. ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสินค้า สามารถมองเห็นได้ชัดเจน	การใช้สีเข้ามาช่วยในการแบ่งหมวดหมู่หนังสือ ป้ายแนะนำสินค้าจะอยู่ในรูปแบบ Standby และป้ายห้อย

■ ข้อดี

■ ข้อเสีย

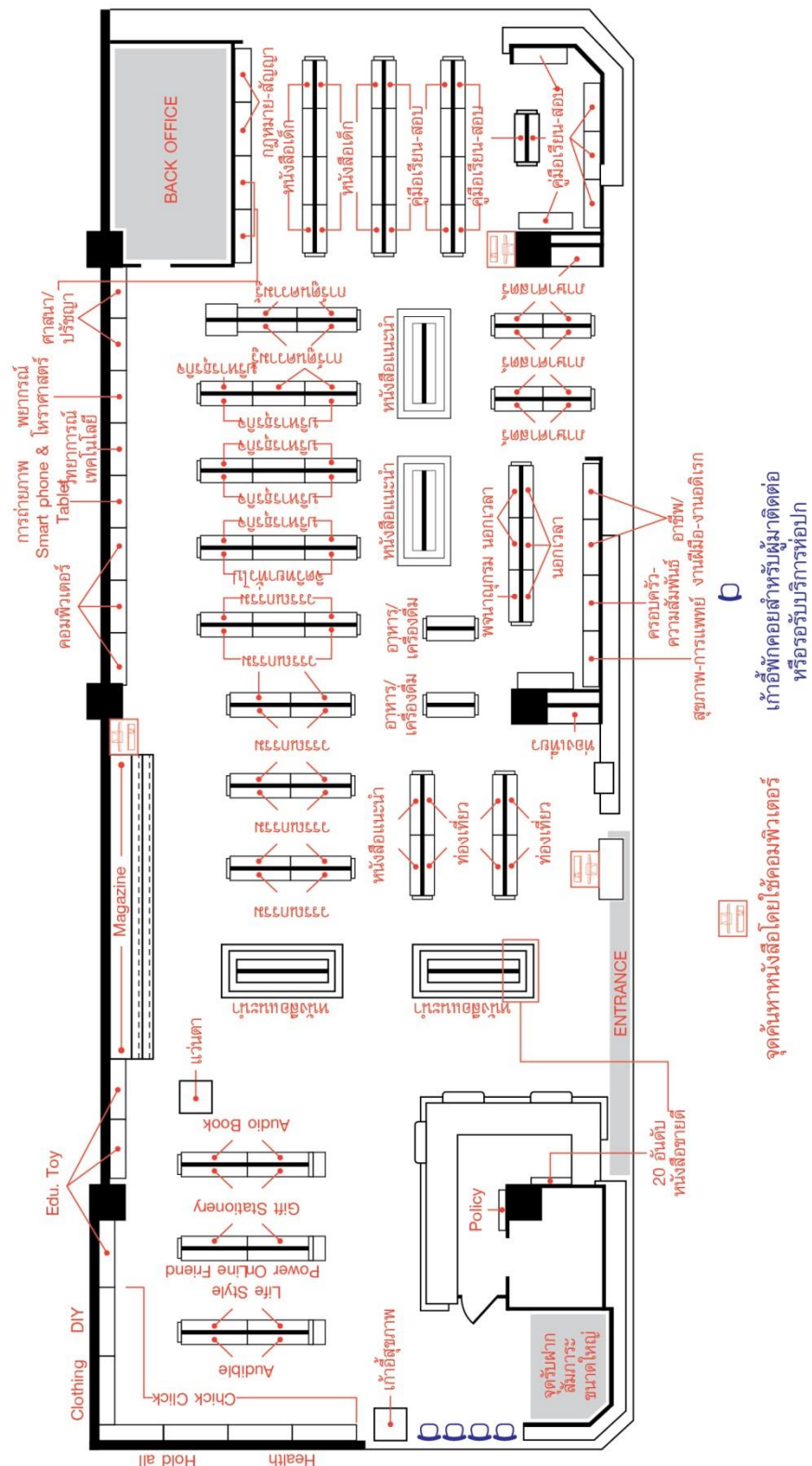
ตารางที่ 4: ผลการศึกษา ข้อดี-ข้อเสีย การจัดผังร้านในปัจจุบันของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

3. แนวทางการพัฒนารูปแบบผังร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ที่เหมาะสมต่อผู้เข้ามาใช้สถานที่จากผลการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม รวมไปถึงการสัมภาษณ์ และผลจากแบบสอบถามผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางการปรับปรุงผังร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ โดยมีให้กระบวนนโยบายของบริษัทดังนี้

3.1 เสนอให้เพิ่มจุดรับฝากสัมภาระสำหรับสาขาที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า Big C หรือ Lotus โดยจะอยู่ใกล้เคียงกับจุดขายสินค้า เพื่อให้ผู้รับฝากสัมภาระรู้สึกปลอดภัย และช่วยร่นระยะเวลาในการเดินภายในร้าน

3.2 เสนอให้มีเก้าอี้พักคอยสำหรับผู้มาติดต่อด้านต่าง ๆ รวมไปถึง ผู้รอใช้บริการท่อน้ำโดยจะอยู่ใกล้เคียงกับจุดขายสินค้า

3.3 จากภาพที่ 1 ผู้วิจัยเสนอให้จัดมุมทางด้านซ้ายของจุดชำระเงินเป็นจุดท่อน้ำเพื่อลดระยะเวลาในการชำระเงิน จากเดิมที่เป็นจุดชำระเงินที่มีเครื่องคิดเงินกระจายอยู่ทั่วบริเวณจุดชำระเงิน และการท่อน้ำจะทำระหว่างชำระเงิน



ภาพที่ 1: ผังแสดงการเสนอการปรับปรุง ร้านหนังสือ ซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์สาขา
ห้างสรรพสินค้า เดอะมอลล์ งานวงศ์วาน

4. การศึกษาปัญหาภายในร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์พบปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ความยุ่งยากในการค้นหาสินค้าด้วยตนเอง

ควรนำนวัตกรรมการค้นหาว่าข้อมูลทางคอมพิวเตอร์มาช่วยในการค้นหาหนังสือ ซึ่งจะช่วยลดขั้นตอนในการค้นหาสินค้า ลดปัญหาในด้านค้นหาสินค้า

4.2 ด้านป้ายบอกตำแหน่ง

ภายในร้านหนังสือซีเอ็ดฯ จะมีทั้งป้ายบอกตำแหน่ง และป้ายส่งเสริมการขายมากมาย กระจ่ายอยู่ทั่วร้าน จึงควรสร้างเอกลักษณ์ผ่านทางป้ายบอกตำแหน่งและป้ายหมวดหมู่สินค้าให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4.3 เส้นทางทางสัญจรคับแคบ

หนังสือเป็นสินค้าที่ต้องใช้เวลาในการพิจารณา ควรเว้นระยะห่างระหว่างชั้นวางหนังสืออย่างน้อย 90 เซนติเมตร และควรเพิ่มเก้าอี้ขนาดเล็กที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถนำเก้าอี้ไปนั่งในส่วนที่ไม่ขวางทางสัญจร

4.4 ขาดแคลนที่นั่งพัก

ควรมีพื้นที่นั่งพักอย่างน้อยจำนวน 1-2 ที่นั่ง เพื่อรองรับผู้บริโภคที่มีผู้ติดตามมาด้วยหรือเอาไว้มองรับผู้บริโภคที่รอรับบริการ

4.5 ปัญหาการแสดงสินค้า

ปัญหาด้านการแสดงสินค้าคือการซ้อนทับกันของพื้นที่แสดงสินค้า ซึ่งอาจจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนได้ ผู้วิจัยจึงเสนอให้แบ่งแยกชั้น 10 หรือ 20 อันดับหนังสือขายดีหรือหนังสือแนะนำให้ชัดเจนขึ้น

4.6 การรับบริการนานที่จุดชำระเงิน

ร้านหนังสือซีเอ็ดฯ มีการจัดผังร้านในรูปแบบที่มีจุดชำระเงินอยู่บริเวณทางเข้า-ออก อีกทั้งยังจัดวางชั้นหนังสือแนะนำ ชั้น 10 หรือ 20 อันดับหนังสือขายดี จึงก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ เช่น ความแออัดและการสัญจรไม่สะดวก จึงควรแยกจุดบริการห่อปกหนังสือออกจากจุดชำระเงิน แต่ยังคงอยู่ใกล้กับจุดชำระเงินเพื่อลดระยะเวลาในการใช้บริการ ณ จุดชำระเงินสำหรับผู้บริโภคที่ไม่ได้ใช้บริการด้านห่อปก

4.7 การรับฝากสัมภาระ

ผู้วิจัยเสนอว่าหากเป็นร้านที่มีขนาดกลางหรือขนาดใหญ่และตั้งอยู่ในสถานที่ซึ่งผู้บริโภคมีสัมภาระจำพวกรถเข็นหรือรถเข็นเด็กเล็กก็นั้นควรมีพื้นที่สำหรับรับฝากสัมภาระเหล่านี้

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์จำนวน 10 สาขาในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ชุด ซึ่งทราบได้ว่าผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจกับการใช้พื้นที่ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ โดยมีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก-ปานกลาง แต่ประเด็นทางสัญจรและพื้นที่นั่งพักมีจำนวนเพียงพอนั้นอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการอย่างแท้จริงนั้น มีความจำเป็นต้องศึกษาและเก็บข้อมูลใน

เชิงลึกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมให้ครบถ้วน เช่น แผนทางการตลาดของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ ข้อกำหนด-ข้อห้ามของทางผู้ให้เช่าสถานที่

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- ชาติ ภาสกร. (2536). การศึกษาแนวทางการออกแบบเอกลักษณ์ฯ สำหรับต้นแบบร้านให้เช่าวิดีโอเทปแบบแฟรนไชส์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์. (2558). สืบค้นจาก <https://www.se-ed.com>.
- บล็อกการตลาดดิจิทัล. (2558). สืบค้นจาก <http://blog.accesstrade.in.th/wpcontent/uploads/2015/05/5676B17-C99D857-FAA665B.jpg>.
- ประสิทธิ์ สุธาสน. (2537). การศึกษารูปแบบภายในร้านค้ารวมในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พาสนา ตันตลักษณ์ และดารัส อุทยานานนท์. (2525). การจัดแสดงสินค้า. กรุงเทพฯ: ฟีนีพับลิชชิง.
- พิศมัย รัตนวรรณ. (2552). สุนทรียศาสตร์และสุนทรียภาพ. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/292695>.
- วชิระ ชินหนองจอก. (2552). ทฤษฎีการรับรู้. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/282194>.
- วันเพ็ญ เชื้อขลิท. (2557). การออกแบบวางผังเส้นทางการสัญจรของลูกค้าภายในร้านค้าปลีก. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/a/ttc.ac.th/wanphen/home/hnwy-thi-2leuxk-sthan-thi-tang-ran-kha-plik-laea-wang-phang-ran-kha-plik>
- วิษณุ โมฬีชาติ. (2557). Cognitive of depressive disorder การรู้ – การคิดของผู้ป่วยโรคซึมเศร้า. สืบค้นจาก <http://slideplayer.in.th/slide/2698877>.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2535). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสวสุวรรณกิจ และศิวาพร กลิ่นมัลย์. (2554). จิตวิทยาสภาพแวดล้อม:มูลฐานการสร้างสรรค์และจัดการสภาพแวดล้อมน่าอยู่อาศัย. กรุงเทพฯ: จี.บี.พี.เซ็นเตอร์.
- สิทธิโชค วรรณสันติกุล. (2546). จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดบุ๊คเซ็น.

ภาษาต่างประเทศ

- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques* (3rd ed.). New Delhi: Wiley India Pvt.
- Evans, J. R., & Berman, B. (1990). *Marketing*. New York: Macmillan.
- Fitch, R., & Knobel, L. (1990). *Retail design*. Oxford: Phaidon.
- Green, W. R. (1991). *The retail store: Design and construction*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior* (5th ed.). New York: Prentice Hall.
- Rensis, L. A. (1961). *New patterns of management*. New York: McGraw-Hill.

- Simonson, A., & Schmitt, B. H. (1997). *Marketing aesthetics: The strategic management of brands, identity, and image*. Washington, D.C.: Free Press.
- Weishar, J. (1992). *Design for effective selling space*. New York: McGraw-Hill.
- White, K., & White, F. (1982). *Independent bookstore planning & design*. New Jersey: St. Francis.