

จุดประสงค์การเข้าใช้งานส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่ง รูปแบบเฟอร์นิเจอร์
ความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคลภายในร้านกาแฟ
กรณีศึกษา ร้าน EASE CAFE & CO-WORKING SPACE

THE EFFECT OF SPACE UTILIZATION ON SEATING SECTION, FURNITURE TYPE PRIVACY
AND PERSONAL SPACE IN A COFFEE SHOP : THE CASE STUDY OF EASE CAFE

นীরชา สุนทรพนาเวช
NEERACHA SOONTHONPANAWEIT

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2562

KMITL-2019-AR-M-003-042

จุดประสงค์การเข้าใช้งานส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่ง รูปแบบเฟอร์นิเจอร์
ความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคลภายในร้านกาแฟ
กรณีศึกษา ร้าน EASE CAFE & CO-WORKING SPACE

THE EFFECT OF SPACE UTILIZATION ON SEATING SECTION, FURNITURE TYPE PRIVACY
AND PERSONAL SPACE IN A COFFEE SHOP : THE CASE STUDY OF EASE CAFE

นীরชา สุนทรพนาเวช
NEERACHA SOONTHONPANAWAIT

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2562

KMITL-2019-AR-M-003-042

THE EFFECT OF SPACE UTILIZATION ON SEATING SECTION, FURNITURE TYPE PRIVACY
AND PERSONAL SPACE IN A COFFEE SHOP : THE CASE STUDY OF EASE CAFE

NEERACHA SOONTHONPANAWAIT

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF ARCHITECTURE PROGRAMME IN INTERIOR ARCHITECTURE
FACULTY OF ARCHITECTURE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
2019
KMITL-2019-AR-M-003-042

COPYRIGHT 2019

FACULTY OF ARCHITECTURE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์

จุดประสงค์การเข้าใช้งานส่งผลต่อการเลือก
ตำแหน่งที่นั่ง รูปแบบเฟอร์นิเจอร์
ความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคลภายใน
ร้านกาแฟ กรณีศึกษา ร้าน ease café &
co-working

นักศึกษา

นางสาวนรีชา สุนทรพนาเวศ

รหัสประจำตัว

58602049

ปริญญา

สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

สถาปัตยกรรมภายใน

พ.ศ.

2562

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผศ.ดร.ชุมพร มุรพันธ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งค้นหาว่าจุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟและการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์อย่างไร จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคลที่ได้รับในร้านกาแฟอย่างไร

จากคำถามวิจัยดังกล่าวพบว่างานวิจัยเชิงปริมาณเป็นระเบียบวิธีการวิจัยที่เหมาะสมโดยการออกแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีการทำการสำรวจเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามในระหว่างวันที่ 28 พฤษภาคม ถึง 13 มิถุนายน พุทธศักราช 2562 ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 80 คนเป็นนักเรียนนักศึกษาและวัยทำงาน 40 คน มีจุดประสงค์เข้าใช้งานเพื่อพักผ่อนนั่งเล่น อีก 40 คนที่มีจุดประสงค์การเข้าใช้งานเพื่อทำงาน อ่านหนังสือช่วงเวลาที่ 10.00 ถึง 17.00 น. ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับ 1) ตำแหน่งที่นั่ง 2) รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ 3) ความเป็นส่วนตัว 4) ความต้องการพื้นที่ส่วนบุคคลได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติแบบ Independent Sample t-test โดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทดสอบสมมติฐาน 4 ข้อ

ผลการวิจัยพบว่า จุดประสงค์การเข้าใช้งานที่ต่างกันส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งบริเวณหน้าร้านหรือใกล้ประตูทางเข้าหลักสำหรับรูปแบบเฟอร์นิเจอร์พบว่าจุดประสงค์การเข้าใช้งานที่ต่างกันส่งผลต่อการเลือกโต๊ะเก้าอี้ทั่วไปและสำหรับรูปแบบเฟอร์นิเจอร์พบว่าจุดประสงค์การเข้าใช้งานที่ต่างกันส่งผลต่อการเลือกโต๊ะเก้าอี้และโต๊ะกาแฟอาร์มแชร์ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างยังต่อความความเป็นส่วนตัวในระดับของการมีขอบเขตที่นั่งชัดเจนและการนั่งร่วมโต๊ะกับผู้อื่นในส่วนของพื้นที่ส่วนบุคคลในร้านกาแฟจากจุดประสงค์ที่แตกต่างกันกลุ่มตัวอย่างรู้สึกถึงการถูกรบกวนแต่ยังสามารถนั่งอยู่ในพื้นที่ได้ทั้งนี้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการประกอบการออกแบบส่วนรับรองรับลูกค้าของร้านกาแฟ หรือพื้นที่นั่งทำงานสาธารณะ ซึ่งปัจจุบันพบเห็นได้มากและมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : จุดประสงค์การเข้าใช้ร้านกาแฟ , เลือกตำแหน่งที่นั่ง , รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ , ความเป็นส่วนตัวในร้านกาแฟ

Thesis	The effect of space utilization on seating section, furniture type privacy and personal space in coffee shop : the case study of ease café & co-working space
Student	Miss Neeracha Soonthonpanaweit
Student ID	58602049
Degree	Master of Architecture
Program	Interior Architecture
Year	2019
Thesis Advisor	Assistant Professor Chumporn Moorapun, Ph.D.

ABSTRACT

The current interior environment of the coffee shop has affected the social interaction such socialization, space sharing or seating. However, customers with their specific purposes always adjust the space in order to suit their purpose of usage, for example customers would move their seats or place their belonging as a mark to create their territory or select the seat to get their isolation from other customers. The different purpose of usage determines individual customer to select the seat and the furniture type differently in response to suit the purpose of visiting in the coffee shop. This research is conducted to find the effect of customers' space using in the coffee shop on the seat and furniture type selections and to find whether the space using purpose of customers affects their privacy requirement and personal space separation in the coffee shop.

This survey adopted the quantitative method and used the questionnaires as the data collection which was conducted during May 28, 2019 to June 13, 2019 on the target group of 80 respondents; a group of 40 university students and office workers visiting coffee shop on recreation purposes and a group of 40 university students and office workers visiting coffee shop on business or educational purposes during 10.00 to 17.00 hrs. as period of time of this survey. The questionnaires were conducted to collect the data related to 1) Seating position, 2) Furniture type, 3) Privacy and 4) Personal space separation requirement. In order to analyze the collected data, the Independent Sample T-Test Program was used to examine 4 aspects of research hypothesis. The analysis shows that the purpose of the space using on each visit affects the customers to select the seats located in the front or near the door of the coffee shop. In terms of furniture selection, customers selected the simple chair seat and

armchair seat base on their purpose of space using. The survey found that the target group required individual seating space or else they selected their seat sharing with other customers on the same table. However, according to the survey, the target group acknowledged and accepted the privacy disturbance occurred in the coffee shop but still continually stay in their activities in the coffee shop.

As a consequence, this survey can be further conducted specifically to design the front area and the working space in the common area in order to attract customers as their demand of using space in the coffee shop increases. Eventually, business owners, customers, and interior designers are able to visualize the specification in a coffee shop and adopt this survey outcome to manage the building space commercially. This survey was conducted as based on the researcher's interest, as for the further extent, a study on differences of the customers' nationality or a comparison of the sketch of the coffee shop spacing are suggested as for the extension of this research.

Keyword: space using purposes, seating selection, furniture type, privacy in the coffee shop

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง สำหรับทุกความอนุเคราะห์เพื่อให้งานวิจัยเล่มนี้สามารถสำเร็จ
ลุล่วงได้เป็นอย่างดี อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ชุมพร มูรพันธุ์ เคารพและระลึกถึงทุกท่าน

นیرชา สุนทรพนาเวศ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของประเด็นปัญหางานวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.6 คำศัพท์ในการวิจัย.....	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	6
2.1 ความเป็นส่วนตัว.....	6
2.2 พื้นที่ส่วนบุคคล.....	8
2.3 ทศนคติและกระบวนการทางพฤติกรรม.....	11
2.4 ตัวแปรและการชี้วัด.....	13
2.5 ระเบียบวิธีการวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
2.6 นิยามและบทบาทร้านค้ากาแฟ.....	27
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	29
3.1 กระบวนการทัศน์ในการวิจัย.....	29
3.2 การออกแบบวิธีวิจัย.....	29
3.3 แผนการวิธีวิจัย.....	30
3.3.1 สำรองเบื้องต้น.....	30
3.3.2 การศึกษาหลัก.....	32
3.4 การแปลงนิยามมโนทัศน์เป็นนิยามด้านปฏิบัติการ.....	33
3.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างกรอบแนวคิดในการวิจัยและคำถามวิจัย.....	33
3.4.2 ตัวแปรและการชี้วัด.....	33
3.4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานวิจัย ตัวแปรชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
3.4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานวิจัย ตัวแปรชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล.....	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานวิจัย ตัวแปรชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
3.4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานวิจัย ตัวแปรชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
3.5 การศึกษาหลัก.....	37
3.5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
3.5.2 สถานที่เก็บข้อมูล.....	37
3.5.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล.....	41
3.5.4 ขั้นตอนในการเก็บข้อมูล.....	43
3.6 วิเคราะห์ข้อมูล.....	44
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	45
4.1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง.....	45
4.2 คำถามวิจัยข้อที่ 1	46
4.3 คำถามวิจัยข้อที่ 2	47
4.4 คำถามวิจัยข้อที่ 3	48
4.5 คำถามวิจัยข้อที่ 4	49
บทที่ 5 อภิปรายผล.....	51
5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลวิจัย.....	51
5.2 ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้.....	58
5.3 ข้อดีและข้อจำกัด.....	62
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	62
บรรณานุกรม.....	63
ภาคผนวก.....	65
ประวัติผู้เขียน.....	71

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงการศึกษาอาณาเขตครอบครอง.....	10
2.2 แสดงนิยามและการเกิดพฤติกรรม.....	13
2.3 แสดงแสดงการวิเคราะห์ความเป็นส่วนตัวจากการทบทวนวรรณกรรม.....	20
2.4 แสดงแสดงการวิเคราะห์ความหมายพื้นที่ส่วนบุคคล จากการทบทวนวรรณกรรม.....	21
2.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความเป็นส่วนตัว และพื้นที่ส่วนบุคคล.....	22
2.6 แสดงระเบียบวิธีวิจัย.....	25
3.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
3.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
3.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
3.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
4.1 แสดงค่าสัญลักษณ์ทางสถิติในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
4.2 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบจุดประสงค์การเข้าใช้งานกับการเลือกตำแหน่งที่นั่งในรานกาแฟ.....	47
4.3 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบจุดประสงค์การเข้าใช้งานกับการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์.....	48
4.4 แสดงจุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อระดับความต้องการความเปนส่วนตัวที่ได้รับ.....	49
4.5 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบจุดประสงค์การเข้าใช้งานกับการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์.....	50
5.1 แสดงอันดับการเลือกที่นั่ง.....	53
5.2 แสดงลำดับการเลือกเฟอร์นิเจอร์จากจุดประสงค์การใช้งาน.....	54

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
2.1 แสดงพื้นที่ต่อหนึ่งกลุ่มการจัดที่นั่งของ Maddock.....	7
2.2 แสดงแสดงสถิติส่วนบุคคล.....	8
2.3 แสดงแสดงปัจจัยที่มีผลต่อขนาดพื้นที่ความเป็นส่วนตัว.....	9
2.4 แสดงกระบวนการรับรู้และทัศนคติ.....	11
2.5 แสดงการเลือกตำแหน่งที่นั่ง ของ Sommer (1969)	14
2.6 แสดงผังการนั่งที่โต๊ะความสูง 75 เซนติเมตร แบบ 4 ที่นั่ง.....	14
2.7 แสดงโต๊ะที่ใช้ร้านกาแฟ.....	15
2.8 แสดงพื้นที่ ขนาดโต๊ะทานอาหาร.....	16
2.9 แสดง Side Table	16
2.10 แสดงเคาน์เตอร์บาร์และเก้าอี้บาร์.....	17
2.11 แสดงลักษณะและขนาดเก้าอี้อาร์มแชร์	17
2.12 แสดงลักษณะและขนาดเก้าอี้คาเฟ่.....	18
2.13 แสดงสภาพแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรม.....	19
2.14 แสดงร้านกาแฟที่ทำการสำรวจ.....	28
3.1 แสดงการออกแบบวิธีวิจัย.....	30
3.2 แสดงผังการนั่งที่โต๊ะความสูง 75 เซนติเมตร แบบ 4 ที่นั่ง.....	31
3.3 แสดงบรรยากาศ Co-Working ที่ทำการสำรวจเบื้องต้น.....	32
3.4 แสดงบรรยากาศบรรยากาศภายในร้านกาแฟ.....	33
3.5 แสดงบรรยากาศภายในร้านชั้น 1 ส่วนที่นั่งทั่วไปส่วนด้านในร้าน.....	38
3.6 แสดงบรรยากาศภายในร้านชั้น 1 ส่วนที่นั่งทั่วไปส่วนหน้าร้าน.....	38
3.7 แสดงบรรยากาศภายในร้านชั้น 2 ส่วนห้องเล็ก นั่งพื้น.....	39
3.8 แสดงบรรยากาศภายในร้านชั้น 2 ส่วนห้องเล็ก นั่งพื้น.....	39
3.9 แสดงแสดงผังบริเวณร้าน.....	40
3.10 แสดงแบบสังเกตการณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	42
3.11 แสดงแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	43
5.1 จุดประสงค์การใช้งานส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟ.....	52
5.2 แสดงรูปแบบการนั่งที่พบในตำแหน่ง C	52
5.3 แสดงรูปแบบการนั่งที่พบในตำแหน่ง D	53
5.4 การแสดงขอบเขตที่นั่งของผู้ใช้.....	54
5.5 แสดงรูปแบบการนั่งและอุปกรณ์เมื่อใช้งานในร้านกาแฟที่พบในงานวิจัย.....	55
5.6 แสดงพื้นที่ส่วนบุคคล.....	56
5.7 แสดงผลการวิจัยเปรียบเทียบกับกรอบแนวคิดการวิจัยในบทที่ 1.....	57
5.8 แสดงตำแหน่งที่นั่งที่ผู้ใช้ต้องการ.....	59

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
5.9 แสดงสัดส่วนที่ผู้ใช้ต้องการพื้นที่ต่อคน.....	60
5.10 แสดงโต๊ะที่นั่งทั่วไป ลักษณะการนั่ง 2 ฝั่ง.....	60
5.11 แสดงเคาน์เตอร์บาร์และเก้าอี้บาร์ ลักษณะการนั่งแถวเดียว.....	61

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของประเด็นปัญหางานวิจัย

ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี เป็นประเด็นที่ถูกพูดถึงกันมากในรอบปี 2561 ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ลดกรอบเกณฑ์ ความอิสระในการทำงานนอกสถานที่ อีกทั้งรูปแบบการอยู่อาศัยมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนเป็นการพักอาศัยในห้องชุดมากขึ้นแต่เนื่องด้วยข้อจำกัดด้านพื้นที่ ความรู้สึกอึดอัด ความจำเจของบรรยากาศเป็นผลให้ผู้บริโภคออกมาใช้เวลาอยู่นอกบ้านเพื่อต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ การเข้าใช้พื้นที่ที่ 3 (Third Place) สถานที่ที่คุณอยากใช้ชีวิตนอกร้านและที่ทำงาน "Third Place อาจเป็นร้านกาแฟที่ไม่ได้แค่ขายกาแฟ แต่สามารถนั่งทำงาน อ่านหนังสือ หรือกลับไปนอนโซฟาได้โดยไม่มีใครว่า" (มุสิผล, กชกร, 2017) ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในร้านกาแฟทำให้กล่าวได้ว่า ร้านกาแฟเป็นพื้นที่ที่ 3 ของสังคมปัจจุบันลำดับต้นๆ ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นึกถึง ผู้บริโภคไม่เพียงแต่ดื่มกาแฟทานของว่าง ร้านกาแฟยังรองรับกิจกรรมอื่น เช่น การนัดหมาย การนั่งทำงาน ดิวหนังสือ อ่านหนังสือ ฯลฯ กิจกรรมที่เปลี่ยนเพิ่มเติมเข้ามาในร้านกาแฟ แม้ว่าปัจจุบันจะมี Co-working Space ให้บริการเช่าสถานที่นั่งทำงาน มีความเป็นส่วนตัว สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการนั่งทำงานมากกว่าร้านกาแฟ แต่กระแสความนิยมนั่งร้านกาแฟในไทยยังเติบโตต่อเนื่อง จัสติน พาว ผู้จัดการทั่วไปบริษัท ยูบีเอ็ม เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวถึงการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟว่าธุรกิจกาแฟยังเติบโตปีละ 15-20% และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น จากปัจจัยสำคัญคือวัฒนธรรมการดื่มกาแฟในปัจจุบันแพร่หลายได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันคนไทย (www.bangkokbiznews.com/news/detail/807893, 2018) แปรนต์ต้องเข้าใจความต้องการ ผู้บริโภคและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายว่าไปในทิศทางใด

ประเด็นที่น่าสนใจจากการพบเห็นผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมสร้างความเป็นส่วนตัวในพื้นที่ส่วนรวม ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบในร้านกาแฟเพื่อสร้างความเป็นส่วนให้ตอบสนองต่อกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งการนั่งทำงาน การนัดพบในร้านกาแฟ โดยการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ หรือเชิงพฤติกรรม การเข้าใช้พื้นที่ร่วมกันในที่สาธารณะ (Co-Space / Share-Space) มีการสร้างความเป็นส่วนตัวในหลายรูปแบบในเรื่องของมิติและขอบเขตพื้นที่ในงานสถาปัตยกรรมภายในแบบซับซ้อน ความเป็นส่วนตัวในพื้นที่สาธารณะเป็นสภาพแวดล้อมที่ใช้ร่วมกัน (ในที่หมายถึงร้านกาแฟ) ในสภาพแวดล้อมที่ออกแบบไว้ (Flexible) องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายในรูปแบบใดก่อให้เกิดความเป็นส่วนตัวต่อผู้เข้าใช้ จากทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน ของ Maslow (1943) ระบุว่ามนุษย์มีความต้องการเป็นระดับจากพื้นฐานและต้องการสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ แบ่งออกเป็น 5 ชั้น ชั้นแรกคือ ความต้องการทางร่างกาย อากาศ อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย ลำดับขั้นของความต้องการชั้นที่ 2 คือ ความต้องการการปลอดภัยและความมั่นคง ความปลอดภัย การอิสระจากความกลัวการถูกคุกคามและอันตรายจากสิ่งภายนอกทั้งทางร่างกายและจิตใจ ชั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม ในแง่ของการได้รับความรักมิตรภาพ ชั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง ได้รับการยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม คือการได้ พื้นที่ และแสดงตัวตน ชั้นที่ 5 ความต้องการความเป็นจริงในชีวิต ต้องการรู้และ

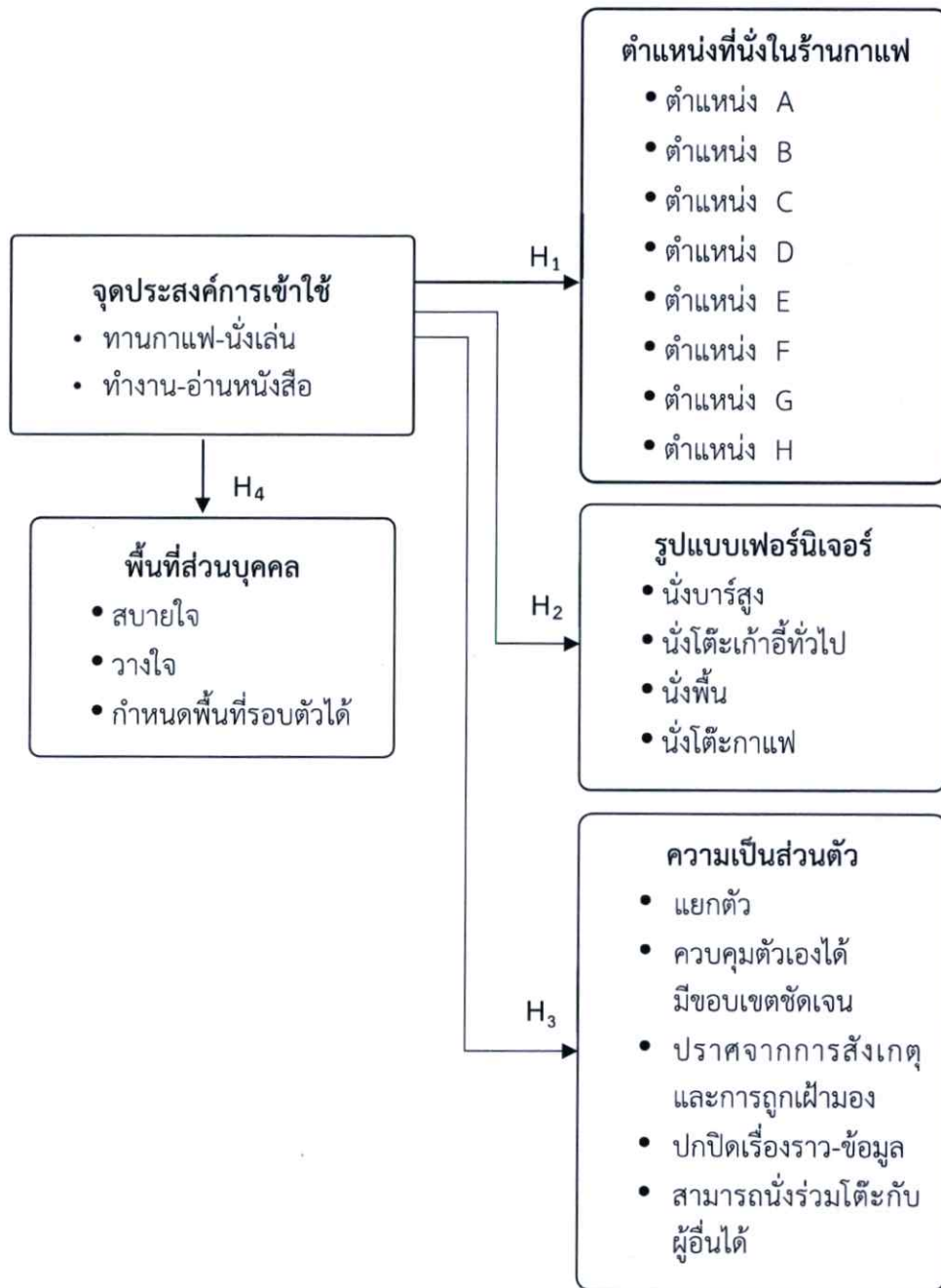
เข้าใจตนเอง ในด้านความสามารถ ความสนใจ ทำทุกอย่างที่เป็นความสบายใจของตนเองและเกิดประโยชน์ทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น จากความต้องการพื้นฐานจะเห็นได้ว่า ลำดับต้นของมนุษย์มีความต้องการความปลอดภัยและความอิสระเป็นพื้นฐาน สิ่งเหล่านี้เกิดได้เมื่ออยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม จากการศึกษางานวิจัยเรื่องความเป็นส่วนตัวที่พบ ส่วนใหญ่กล่าวถึง การรับรู้ ลวดทอนการรับรู้ ระยะว่างเว้น และอาณาเขตครอบครองในที่สาธารณะ (สวนสาธารณะ) หรือแง่มุมของความพึงพอใจในการจัดสรรพื้นที่ สภาพแวดล้อมและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีหลายเหตุผลที่คนทำงานนอกสถานที่ บ้างเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ บ้างเพื่อสร้างหรือเครือข่าย เพื่อแชร์การทำงานกับผู้อื่น ต่างก็ทำให้เกิดรูปแบบการใช้ชีวิตของสังคมยุคดิจิทัลขึ้นในไทย การศึกษาเรื่องความเป็นส่วนตัวที่พบส่วนใหญ่เป็นการศึกษาความพึงพอใจ หรือความต้องการความเป็นส่วนตัวในที่สาธารณะ ยังขาดการศึกษาความสัมพันธ์ของรูปแบบ (Pattern) ในมิติของงานออกแบบภายในเรื่องความเป็นส่วนตัวในพื้นที่สาธารณะในส่วนของสถาปัตยกรรมภายในร้านค้ากาแฟ ในที่นี้ หมายถึงร้านค้ากาแฟประเภทที่นั่ง โดยวิเคราะห์จากจุดประสงค์ของผู้เข้าใช้งานแบ่งออกเป็น 2 จุดประสงค์คือ 1.ทานกาแฟ นั่งเล่น 2.ทำงาน อ่านหนังสือ การเลือกตำแหน่งที่นั่งและรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ เมื่อเข้าใช้สภาพแวดล้อมภายในที่สอดคล้องและไม่สอดคล้องกับความเป็นส่วนตัว ทางมิติในสถาปัตยกรรมภายในการจัดผังเฟอร์นิเจอร์ รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ มีผลต่อผู้เข้าใช้และกิจกรรมใช้สอยที่เกิดขึ้นในพื้นที่นั้น ความซับซ้อนการเข้าใช้งานความต้องการระยะและขนาดพื้นที่ เพื่อให้สภาพแวดล้อมเกิดประโยชน์ใช้สอยอย่างเต็มที่

งานวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อ ศึกษาจุดประสงค์การเข้าใช้งานที่ต่างกันส่งผลต่อการเลือกที่นั่ง รูปแบบเฟอร์นิเจอร์และความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคลในร้านค้ากาแฟในปัจจุบัน เป็นแนวทางการออกแบบร้านค้ากาแฟเพื่อตอบสนองพฤติกรรม สร้างความพอใจให้ผู้บริโภค

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นหาพฤติกรรมผู้ใช้งานในร้านค้ากาแฟตามจุดประสงค์การใช้งาน
2. เพื่อเปรียบเทียบจุดประสงค์ที่ต่างกันต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่ง รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ระดับ ความเป็นส่วนตัว และ พื้นที่ส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน
3. กรณีศึกษาร้าน Ease Café & Co-Working Space
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดองค์ประกอบสำหรับร่วมในการออกแบบตกแต่งภายในร้านค้ากาแฟ

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

1.4 สมมติฐานวิจัย

- H₁ : จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟอย่างไร
 H₂ : จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ในร้านกาแฟอย่างไร
 H₃ : จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลความเป็นส่วนตัวที่ได้รับในร้านกาแฟอย่างไร
 H₄ : จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อพื้นที่ส่วนบุคคลที่ได้รับในร้านอย่างไร

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่สภาพแวดล้อมที่เป็นร้านกาแฟแบบมีที่นั่งโดยไม่คิดค่าเช่าพื้นที่ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพฯ บริเวณใกล้เคียงเป็นใกล้สถานศึกษาและสำนักงาน
2. ขอบเขตกลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งานตามร้านกาแฟ ที่มีเป้าหมายในการนั่งดื่มกาแฟ ผ่อนคลาย นัดพบหรือทำงาน
3. ขอบเขตตัวแปร ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อความต้องการ ความเป็นส่วนตัวและระดับความเป็นส่วนตัวที่ได้รับในสภาพแวดล้อม ได้แก่ตำแหน่งที่นั่งในร้าน รูปแบบเฟอร์นิเจอร์
4. ขอบเขตด้านเวลา เป็นศึกษาในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2562

1.6 คำศัพท์ในการวิจัย

จุดประสงค์การเข้าใช้งาน ทำการศึกษา 2 จุดประสงค์ คือ 1) การเข้าใช้งานในร้านกาแฟเพื่อ ดื่มกาแฟ โดยกิจกรรมที่ทำหมายรวมถึง การดื่มกาแฟ พักผ่อน นั่งเล่นในร้านกาแฟ 2) จุดประสงค์ การเข้าใช้งานในร้านกาแฟเพื่อนั่งทำงาน อ่านหนังสือ รวมทั้งการนัดพบเพื่อการคุยธุระการงาน จาก จุดประสงค์การเข้าใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมที่ผู้ใช้สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม ทั้งการ สร้างสภาพแวดล้อมภายในเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อการมีปฏิสัมพันธ์หรือลดการกระทำต่อกันโดย องค์ประกอบของพฤติกรรมภายใน เป็นเรื่องของ การรับรู้ผ่านประสาทสัมผัส ทั้ง 5 ร่วมกับภูมิหลัง ประสบการณ์ วัฒนธรรม เพศสภาพ ล้วนเป็นองค์ประกอบให้เกิดการรับรู้และเข้าใจ ส่งผลให้การ ตอบสนองแตกต่างกันออกไป และพฤติกรรมภายนอก เป็นส่วนของการตอบสนองหรือการแสดงออก เป็นพฤติกรรมที่ผู้ใช้สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความเป็นส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม สัดส่วน ร่างกาย เกิดเป็น ระยะเว้นที่ว่าง (ระยะห่างระหว่างคน) รูปแบบการควบคุมการบุกรุก ศึกษาในส่วน ที่สังเกตและวัดได้จากการแสดงออกและแบบสอบถาม รูปแบบพฤติกรรมการตอบโต้ความเป็นส่วนตัว ของ (ESSER, 1976)

ตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟ หมายถึง ตำแหน่งที่นั่งที่ผู้ใช้เลือกจากการจัดผังเฟอร์นิเจอร์ในร้าน กาแฟที่ทำการศึกษา ลักษณะการจัดกลุ่มที่นั่ง ระยะห่าง พื้นที่ของแต่ละกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ เพื่อนำมา วิเคราะห์ความแตกต่างเปรียบเทียบจุดประสงค์การเข้าใช้งาน

รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ หมายถึง ลักษณะรูปทรงโต๊ะและเก้าอี้ที่นั่งที่ใช้ในร้านกาแฟที่ทำการศึกษา ระดับความสูงของการนั่ง มุมมองวิสัยทัศน์ที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้ตามจุดประสงค์การเข้าใช้งาน

ความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ความรู้สึกปลอดภัยเป็นอิสระ ปิดหรือเปิดเผยตัวตนได้ตามต้องการ ลักษณะของพื้นที่ส่วนตัวจะเกิดขึ้นรอบ ๆ ตัวบุคคล เคลื่อนที่ไปพร้อมกับบุคคล มีหลายมิติ ทั้งทางสังคม สภาพแวดล้อม สิ่งของเครื่องใช้ ตลอดจนสิทธิส่วนบุคคล งานวิจัยฉบับนี้จะกล่าวถึงความเป็นส่วนตัวแบบชั่วคราวคือในระดับทุติยภูมิ หมายถึงอาณาเขตที่ไม่สามารถควบคุมทุกอย่างได้อย่างถาวร เป็นสถานที่ที่มักใช้ร่วมกับผู้อื่นมีการครอบครองชั่วคราวการควบคุมพื้นที่อาจจำเป็นหรือไม่จำเป็นต่อผู้เข้าใช้งาน โดยงานวิจัยฉบับนี้ทำการ ศึกษาภาวะความเป็นส่วนตัวที่เกิดระหว่างองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมภายในร้านค้าแฟกซ์กับผู้เข้าใช้บริการ (Lyman, 1967)

พื้นที่ส่วนบุคคล (Personal Space) หมายถึงการอ้างสิทธิในพื้นที่รอบตัวของมนุษย์ เกิดขึ้นชั่วคราวเคลื่อนที่ไปพร้อมมนุษย์ เพื่อให้มนุษย์รู้สึกปลอดภัยเป็นอิสระ สามารถปิดหรือเปิดเผยตัวตนได้ตามต้องการ แสดงพื้นที่ทางกายภาพของความเป็นส่วนตัวระยะห่างที่เกิดเป็นความรู้สึกมากกว่าระยะที่แน่นอนขึ้นกับหลายปัจจัยแบ่งออกเป็น 4 ระดับคือ 1) ระยะใกล้ชิด (Intimate) ห่างกันไม่เกิน 30 เซนติเมตร เป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมต้องการความเป็นส่วนตัวมาก 2) ระยะส่วนบุคคล (Personal) เป็นระยะ 120 เซนติเมตร ยังเป็นระยะสำหรับผู้สนิทกันการถูกล่วงล้ำอาจทำให้เกิดภาวะความไม่สบายใจได้ 3) ระยะสังคม (Social) เป็นระยะสำหรับการติดต่อทางไม่เป็นกิจจะลักษณะมากนักติดต่องานได้ อยู่ถัดจากระยะ 120 เซนติเมตร แต่ไม่เกิน 360 เซนติเมตร 4) ระยะสาธารณะ (Business) เป็นระยะที่เป็นทางการที่ใช้ติดต่อสื่อสารอาจเป็นการสื่อสารฝ่ายเดียวเช่นการพูดในที่ประชุม

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบความต้องการของผู้บริโภค เข้าใจพฤติกรรมโดยคำนึงถึงจุดประสงค์การใช้งานที่ต่างกัน
2. ทราบระดับความต้องการภาวะความเป็นส่วนตัว และพื้นที่ส่วนบุคคลตามวัตถุประสงค์การใช้งานในร้านค้าแฟกซ์
3. เพื่อให้เจ้าของพื้นที่ ผู้บริโภค และผู้ออกแบบสามารถเข้าใจตรงกันเห็นภาพได้ชัดเจน
4. เพื่อนำเสนอองค์ประกอบของการจัดตำแหน่งที่นั่ง และรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ตอบสนองภาวะความเป็นส่วนตัวของกลุ่มคนที่เข้าใช้งานในร้านค้าแฟกซ์ตามวัตถุประสงค์การใช้งาน
5. เป็นแนวทางร่วมในการออกแบบภายในร้านค้าแฟกซ์โดยคำนึงจุดประสงค์การใช้งานที่ต่างกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด

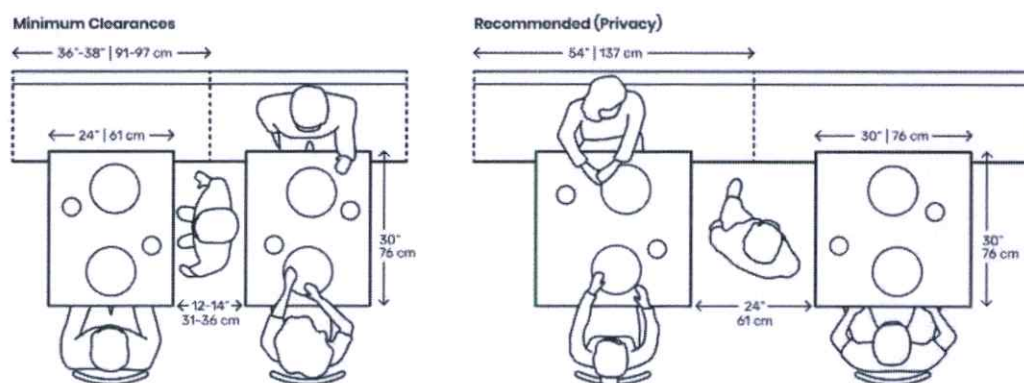
บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

2.1 ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

ความเป็นส่วนตัว หมายถึงความเป็นตัวตนของมนุษย์ (Ellen alderman and Caroline Kennedy, 1995) มนุษย์ไม่สูญเสียความเป็นตัวเองในที่ที่ไม่คุ้นเคย ความเป็นส่วนตัวในแง่ของสิทธิ์ คือ สิทธิ์ที่จะอยู่ตามลำพังโดยปราศจากการแทรกแซงจากสังคม มีภาวะความเป็นอิสระจากความกดดันจากข้อจำกัด และความคาดหวัง (Samuel D. Warren, Louis D. Brandies, 1890) การควบคุมการเข้าถึงตัวเองหรือกลุ่ม Altman (1976) โดยการควบคุมตัวเองจากสภาพแวดล้อมหรือการแยกตัวออก การควบคุมตัวเองจากสภาพแวดล้อมจำแนกตามสภาพการติดต่อสื่อสารระหว่างคนเป็นแนวคิดที่พัฒนาจากทฤษฎีข่าวสาร (Information Theory) พอเซอร์แยกความเป็นส่วนตัวออกเป็น 2 แบบ คือ 1) การอยู่ตามลำพัง เมื่อผู้ใช้ถูกละเมิดด้วยพฤติกรรม เช่น มีเสียงดังรบกวนเสียงที่ไม่พึงประสงค์ 2) การปกปิดข้อมูลข้อมูล จากการศึกษาของโปรเซนสกี การมีอาณาเขตครอบครองเป็นกลไกให้เกิดความเป็นส่วนตัว (Proshansky et al., 1970) หรือการแยกตัวออก (Isolation) Westin ยังวิเคราะห์การแยกตัว แบ่งออกเป็น 4 สภาวะ คือ 1) ภาวะสันโดษ (Solitude) แยกตัวอยู่อย่างลำพัง คือไม่มีการกระทำต่อกันระหว่างบุคคลอื่น 2) ภาวะสนิทสนม (Intimacy) เป็นการแยกตัวจากภายนอกมาสู่ภายในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม 3) ภาวะนิรนาม (Anonymity) อยู่ในที่สาธารณะโดยปราศจากการสังเกตของผู้อื่นที่รู้จักตนเอง จะขาดความผ่อนคลายเมื่อรู้ว่ามีคนเฝ้ามอง 4) ภาวะสงวน (Reserved) คือภาวะความเป็นส่วนตัวที่ไม่เปิดเผยบางเรื่องราวหรือการที่บุคคลวางใจในการล่วงล้ำต่าง ๆ โดยไม่สนใจสิ่งใด เป็นความสามารถในการสร้างสิ่งกีดขวางจิตใจจากการล่วงล้ำของผู้อื่น เช่น บุคคลสามารถทำกิจกรรมได้ขณะที่ถูกเสียงรบกวน (Westin, 1970) หากแบ่งความทฤษฎีการศึกษาเกี่ยวกับภาวะความเป็นส่วนตัวจาก 2 แนวทางคือภาวะความเป็นส่วนตัวเชิงข่าวสาร (Informational Privacy) และภาวะความเป็นส่วนตัวเชิงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Interpersonal Privacy) งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาภาวะความเป็นส่วนตัวเชิงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ มีความสัมพันธ์หรือมีการกระทำระหว่างกันมากน้อยตามหน่วยทางสังคม ระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือบุคคลกับกลุ่มคน ความสมดุลของการเป็นตัวเองในสภาวะที่เหมาะสม ความเป็นส่วนตัวสัมพันธ์กับกิจกรรมหรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละสภาพแวดล้อม ประกอบด้วยขอบเขตทางกายภาพและหน่วยทางสังคม พฤติกรรมของผู้ใช้งาน แยกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือพฤติกรรมภายในเป็นเรื่องของการรับรู้โดยผ่านประสาทสัมผัส ทั้ง 5 มีส่วนของภูมิหลัง ประสบการณ์ วัฒนธรรม เพศสภาพ ล้วนเป็นองค์ประกอบให้เกิดการรับรู้และเข้าใจเพื่อตีความหมาย ส่งผลให้การตอบสนองแตกต่างกันออกไปเช่น ท่าทางในการจัดการสังคม บันทึกของร่างกายเช่น การกระพริบตา การขยับหนังเห็นได้ด้วยพฤติกรรมเว้นที่ว่างส่วนบุคคล ซิมเมลกล่าวอีกว่า การเกิดความเป็นส่วนตัวไม่เพียงแต่กำหนดขอบเขตรอบตัวบางครั้งมีการเปิดเพื่อพัฒนาการเรียนรู้และความสัมพันธ์ (Simmel, 1970) และส่วนที่สองพฤติกรรมภายนอกเป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ผู้ใช้สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความเป็นส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม สัดส่วนร่างกายเกิดเป็นระยะว่างเว้น รูปแบบการควบคุมการบุกรุก การสื่อสาร การเปิดรับหรือลดทอนการรับรู้ ศึกษาในส่วนที่สังเกตและวัดได้ ความสัมพันธ์ทางเดียว ความสัมพันธ์

สองทาง หรือความสัมพันธ์หลายทาง ปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมก่อให้เกิดกิจกรรม ทั้งแบบเป็นกลุ่มหรือกระทำร่วมกัน ปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมยังแสดงให้เห็นถึงระดับความเป็นส่วนตัวที่ต่างกัน ตามลักษณะกิจกรรม สถานภาพทางสังคม(ระดับความอาวุโส, ตำแหน่ง) (วิลลิสทึธี่ หรยางกูร, 2541) สอดคล้องกับงานของอัลแมน Altman (1976) ที่กล่าวถึงการควบคุมการเข้าถึงตัวเองหรือกลุ่ม ทำให้เห็นว่า แม้แต่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่มีใครเป็นเจ้าของ มนุษย์ยังต้องการความเป็นส่วนตัวที่พอดีไม่มากเกินไป โวฟยังกล่าวอีกว่ามนุษย์คาดหวังความเป็นส่วนตัวต่างกันไปในแต่ละช่วงชีวิต เด็ก ๆ มีความรู้สึกต้องการความเป็นส่วนตัวน้อยมากชอบความใกล้ชิดทางกายภาพ ในวัยรุ่นจะต้องการความเป็นส่วนตัวอย่างชัดเจน เป็นช่วงวัยที่ต้องการสันโดษ เมื่อเป็นผู้ใหญ่ ต้องการความเป็นส่วนตัวแบบพอดีเพราะความสันโดษจะให้ความรู้สึกเหงา(Maxine wolf,1997) ความเป็นส่วนตัวกล่าวถึงควบคู่ไปกับเรื่อง ความแออัด (Crowding) คือ จำนวนต่อพื้นที่ว่าง อิทธิพลของระยะห่างเกิดทั้งจากตัวบุคคลและสังคม เกิดจากตัวบุคคลประกอบด้วย เพศ ประสบการณ์ ลักษณะนิสัยอารมณ์ วัฒนธรรม ส่วนทางสังคมเกิดจากกิจกรรม การให้ข้อมูล สภาพแวดล้อมรอบตัว ซึ่งถือเป็นสิ่งเร้า อีกทั้งทัศนคติต่อเหตุการณ์นั้นในพื้นที่เดียวกัน ส่งผลต่างกัน บางครั้งระยะห่างอาจสำคัญกว่าจำนวนความหนาแน่น เช่นกรณีระหว่าง กิจกรรมคนนั่งพายเรือเกิดระยะห่างระหว่างบุคคลมากกว่าคนนั่งมอเตอร์ไซค์ หรือในสถานที่เช่นในโรงอาหารมีการจัดระยะห่างระหว่างพื้นที่นั่งน้อยกว่าในภัตตาคาร (Maddock, n.d.) พื้นที่ต่อคนในร้านอาหาร การจัดวางและที่นั่งของร้านอาหาร โดยเฉลี่ยและสำหรับการรับประทานอาหารที่ดีช่วงคือ 549-609 เซนติเมตร ต่อคน ขั้นต่ำของการบริการเต็มรูปแบบมีหนึ่งที่นั่งต่อ 366-457 เซนติเมตร ขั้นต่ำสำหรับพื้นที่ระหว่างเก้าอี้ที่ถูกครอบครองคือ 48.23 เซนติเมตร



ภาพที่ 2.1 แสดงพื้นที่ต่อหนึ่งกลุ่มการจัดที่นั่งของ Maddock

ทัศนคติส่งผลต่อระยะห่างต่างกันของแต่ละบุคคล ความหนาแน่นต่อพื้นที่ ที่ก่อให้เกิดความแออัด ซึ่งเป็นสภาวะทางกายภาพที่เกิดจากการรับรู้ แบ่งเป็น 4 ประเภท 1) ความหนาแน่นทางสังคม 2) ความหนาแน่นทางพื้นที่ 3) ข้อจำกัดทางกายภาพ 4) การรับรู้ความแออัด การรับรู้อาจมีผลมากกว่าสภาพความเป็นจริง การรับรู้ทางสภาพแวดล้อม เช่น ระดับความสูงของฝ้าเพดาน การลดขนาดเฟอร์นิเจอร์ การเจาะช่องแสงหรือการเลือกใช้สีก่อให้เกิดการรับรู้เรื่องความรู้สึกแออัดทางสายตาไม่ตรงสภาพความเป็นจริงของความรู้สึกอัดอัด ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแออัดคือ 1) ลักษณะส่วนบุคคล 2) ความสัมพันธ์ระหว่างคน 3) สภาพแวดล้อม 4) ภาระงานที่ต้องทำ 5) ความ

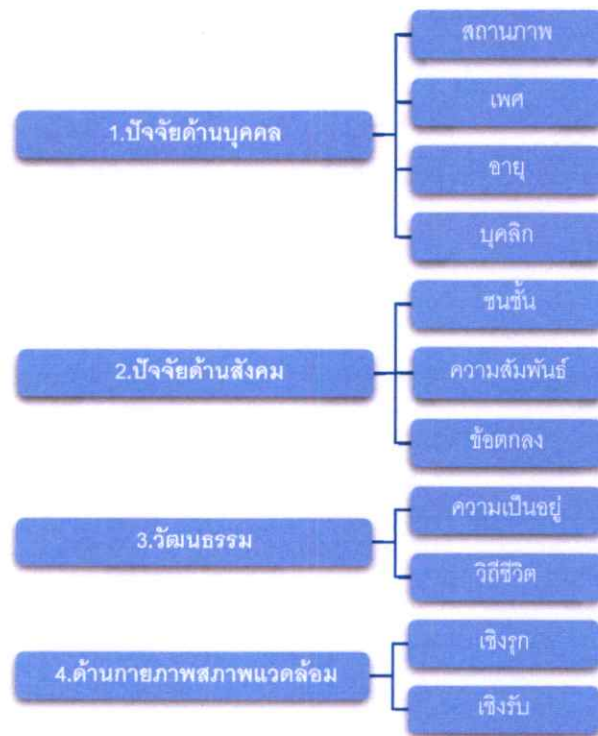
หนาแน่น ในพื้นที่ ความหนาแน่นส่งผลต่อทั้งขนาดของพื้นที่ส่วนบุคคล และรูปแบบของพื้นที่ส่วนบุคคล

2.2 พื้นที่ส่วนบุคคล (Personal Space)



ภาพที่ 2.2 แสดงสิทธิ์ส่วนบุคคล

พื้นที่ส่วนบุคคล หมายถึงการอ้างสิทธิ์ในพื้นที่รอบตัวของมนุษย์ เกิดขึ้นชั่วคราวเคลื่อนที่ไปพร้อมมนุษย์ เพื่อให้มนุษย์รู้สึกปลอดภัยเป็นอิสระ สามารถปิดหรือเปิดเผยตัวตนได้ตามต้องการ แสดงพื้นที่ทางกายภาพของความเป็นส่วนตัวระยะห่างที่เกิดเป็นความรู้สึกมากกว่าระยะที่แน่นอนขึ้นกับหลายปัจจัยแบ่งออกเป็น 4 ระดับคือ 1) ระยะใกล้ชิด(Intimate) ห่างกันไม่เกิน 30 เซนติเมตร เป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมต้องการความเป็นส่วนตัวมาก 2) ระยะส่วนบุคคล(Personal) เป็นระยะ 120 เซนติเมตร ยังเป็นระยะสำหรับผู้ที่สนิทกันการถูกล้วงล้ออาจทำให้เกิดภาวะความไม่สบายใจได้ 3) ระยะสังคม(Social)เป็นระยะสำหรับการติดต่อทางไม่เป็นกิจจะลักษณะมักนั่งติดต่อกันได้ อยู่ถัดจากรยะ 120 เซนติเมตร แต่ไม่เกิน 360 เซนติเมตร 4) ระยะสาธารณะ (Business)เป็นระยะที่เป็นทางการที่ใช้ติดต่อสื่อสารอาจเป็นการสื่อสารฝ่ายเดียวเช่นการพูดในที่ประชุม หรือการกระทำระหว่างกันโดยบุคคลสำคัญเห็นได้ว่า แต่ละระดับบอกขนาดระยะและความสัมพันธ์ ในระยะที่กล่าวมานั้นมาสามารถลงรายละเอียดค่อยๆลงไปแต่ละระยะที่ละเอียดขึ้นได้อีกโดยขึ้นกับบริบทสภาพแวดล้อมสถานะระหว่างบุคคลต่อบุคคล บุคคลต่อสถานที่ ขนาดพื้นที่ส่วนบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ เพศ โดยพบว่าเพศชายมีพื้นที่ส่วนบุคคลมากกว่าเพศหญิง อายุโดยส่วนใหญ่ผู้มีอายุมากกว่าจะมีพื้นที่ส่วนบุคคลมากกว่าผู้มีอายุน้อย รวมถึงประสบการณ์ในอดีตของตัวบุคคลเอง ด้านปัจจัยภายนอกทางสังคมสถานะภาพ เช่น ระหว่างเพื่อนกับเพื่อน ผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับ สถานะการณ์ของการร่วมมือหรือแข่งขัน สถานะอารมณ์ ความสนใจแรงดึงดูดจากสิ่งเร้า ความเชื่อ วัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา



ภาพที่ 2.3 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อขนาดพื้นที่ความเป็นส่วนตัว

ส่วนอาณาเขตครอบครอง (Territoriality) หมายถึงการแสดงอาณาเขตครอบครองพบทั้งในสัตว์และในมนุษย์ ในสัตว์เป็นไปเพื่อการอยู่รอด การคงอยู่ พื้นที่หาอาหารและสืบพันธุ์ ส่วนของมนุษย์การมีอาณาเขตครอบครองหมายถึงการอ้างสิทธิ์ในพื้นที่ เพื่อให้มนุษย์รู้สึกปลอดภัย แสดงพื้นที่ทางกายภาพของความเป็นส่วนตัว จากทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน ของมาสโลว์ Maslow(1943) มนุษย์ต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง เป็นอิสระจากความกลัว การถูกคุกคามและอันตรายจากสิ่งภายนอกทั้งทางร่างกายและจิตใจ (วิลลิสที้ ทรายางกูร, 2541)มีศึกษาความสัมพันธ์ของอาณาเขตครอบครองผ่านประสาทสัมผัสต่าง ๆ มี 4 กรณี 1) อาณาเขตครอบครองระหว่างบุคคล 2) อาณาเขตครอบครองแต่ละกลุ่มบุคคล 3) อาณาเขตครอบครองระหว่างกลุ่มและบุคคล 4) อาณาเขตครอบครองของพื้นที่สาธารณะ (Hall, 1966) ขอบเขตพื้นที่ที่บุคคลสร้างขึ้นรอบตัว ในสภาพแวดล้อมนั้น ขอบเขตคือการควบคุมการผ่านเข้าออกของข้อมูล อาจเพื่อปกปิดความลับหรือเพื่อความปลอดภัย ต้องการลักษณะทางกายภาพเพื่อไม่ให้ประโยชน์ประเจิดประเจ้อ จนถึงระดับที่ต้องการความสันโดษ หลีกเลี่ยงการถูกรบกวน (Altman, 1976) โดยขนาดพื้นที่อาณาเขตครอบครอง กิฟฟอร์ดพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อขนาดพื้นที่อาณาเขตครอบครอง ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ บุคลิก ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ ชนชั้น ข้อตกลง ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ความเป็นอยู่และวิถีชีวิต ปัจจัยด้านกายภาพสภาพแวดล้อม การรบกวนเกิดจาก การถูกรบกวน ความรุนแรง มลภาวะจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กลไกการควบคุมอาณาเขตมีทั้งแบบ ควบคุม และป้องกัน การควบคุมเป็นไปในเชิงรุกและเชิงรับ การป้องกันการล่วงล้ำโดยการแสดงออก แสดงสัญลักษณ์บุคคลทำเครื่องหมาย ป้าย การวัดขนาดของความเป็นส่วนตัว วิธีการวัดเป็นเช่นเดียวกับการวัดพื้นที่ส่วนบุคคลโดยสังเกต

พฤติกรรมตามธรรมชาติ วัดระยะหยุด การวัดระยะที่เกิดขึ้นรอบตัวบุคคล ใช้แสดงสถานะและระดับความสัมพันธ์ตามที่เวสทินได้กล่าวไว้ หรือการจำลอง มีทั้งการทดลองและการจำลองภาพ 3 มิติโดยการทำแบบสอบถาม

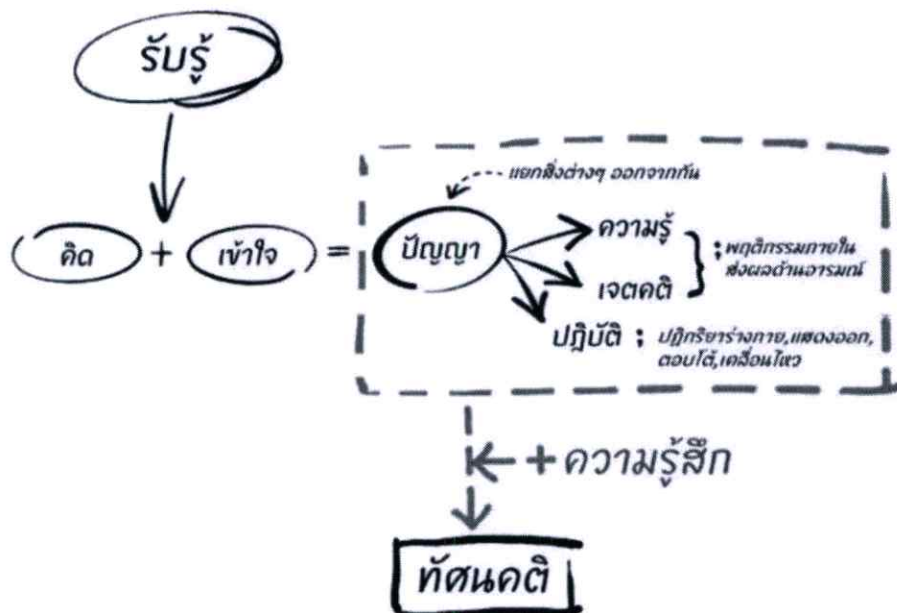
ตารางที่ 2.1 แสดงการศึกษาอาณาเขตครอบครอง

(Lyman, 1967)	(Altman, 1976)	(วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2541)
1.อาณาเขตร่างกาย เช่น รอยสัก ตกลง		
2.อาณาเขตพื้นที่ ที่มีกระทำต่อกัน	1. ระดับปฐมภูมิ เป็นแบบถาวรและสำคัญที่สุด	1. อาณาเขตส่วนบุคคล คือที่ว่างเว้นระยะอยู่รอบรอบตัว
	2. ระดับทุติยภูมิ	2. อาณาเขตสังคมปฐมภูมิ ขึ้นในเขตที่บุคคลใช้ชีวิตส่วนใหญ่เกือบตลอดเวลา
	3. ระดับสาธารณะ	3. อาณาเขตสังคมทุติยภูมิ คืออาณาเขตที่ใช้เป็นประจำ
		4. อาณาเขตสาธารณะทั่วไป ที่ไม่ได้มีการใช้เป็นประจำและไม่มีความคุ้นเคย

รูปแบบอาณาเขตครอบครอง อัลแมนอธิบายของรูปแบบอาณาเขตครอบครองเป็น 3 แบบโดยพิจารณาจากระดับความเป็นส่วนตัว 1 ระดับปฐมภูมิ เป็นแบบถาวรและสำคัญที่สุด 2 ระดับทุติยภูมิ 3 ระดับสาธารณะ Lyman(1967) กล่าวถึงอาณาเขตครอบครอง 2 แบบคือ อาณาเขตพื้นที่ ที่กระทำต่อกัน และอาณาเขตร่างกาย เช่น รอยสัก อาจารย์วิมลสิทธิ์เรียกว่าหน่วยทางสังคม แบ่งออกเป็น 4 ระดับพิจารณาจากความชัดเจนของขอบเขตครอบครองคือ 1. อาณาเขตส่วนบุคคล ที่ว่างเว้นระยะอยู่รอบรอบตัวบุคคล 2. อาณาเขตสังคมปฐมภูมิ ขึ้นในเขตที่บุคคลใช้ชีวิตส่วนใหญ่เกือบตลอดเวลา 3. อาณาเขตสังคมทุติยภูมิหรืออาณาเขตที่ใช้เป็นประจำ 4. อาณาเขตสาธารณะทั่วไปที่ไม่ได้มีการใช้เป็นประจำและไม่มีความคุ้นเคย กลไกควบคุมระยะห่างระหว่างบุคคล (Proxemics Theory) พฤติกรรมที่ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม พฤติกรรมเว้นที่ว่างส่วนบุคคล คือระยะห่างระหว่างบุคคล หรือพฤติกรรมที่พยายามป้องกันการล่วงล้ำ เป็นอาณาเขตที่เล็กที่สุดที่จำเป็นต่อมนุษย์สามารถดำเนินกิจกรรมโดยไม่ได้รับผลกระทบ Horowitz et.al (1964) เรียกมันว่า พื้นที่ป้องกันการล่วงล้ำ (Protective bubble) เป็นการรักษาระดับความสัมพันธ์และการกระทำต่อกันอย่างเหมาะสมเพื่อให้แต่ละบุคคลปราศจากหรือลดความเครียดทางกายและใจ ระยะโดยทั่วไปอยู่ที่ 2 ถึง 3 ฟุต (Hall, 1966) รูปแบบความสัมพันธ์มีผลต่อพฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคล รวมถึง บุคลิกภาพ บทบาททางสังคม วัฒนธรรม อายุ เพศ ลิบแมนชี้แจงว่าในกรณีที่มีความจำเป็นต้องใกล้ชิดกันในบทบาททางสังคม จะมีการสร้างระยะห่างทางสัญลักษณ์เกิดขึ้น หรือในทางวัฒนธรรม เช่น พื้นที่ระหว่างเขตสงฆ์และฆราวาส เด็กและผู้ใหญ่ บุคลิกภาพ เช่น ภาวะความเครียดระแวงหรือเห็นแก่ตัว ในส่วนของเพศข้ามมอร์ ทำการศึกษาไว้พบว่าเพศหญิงมี พฤติกรรมที่เว้นว่าง พฤติกรรมเว้นที่ว่าง มากกว่าเพศชาย อิทธิพลที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมเว้นที่ว่างส่วนบุคคล แบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) ความสัมพันธ์ ได้แก่ ความสนิทสนม บุคลิกภาพ มีภาวะความเครียดความระแวงหรือเห็นแก่ตัว สังคม บทบาททางสังคมในกรณีที่มีความจำเป็นต้องใกล้ชิดกัน มีการปรับปรุงความสัมพันธ์ Leibman (1970) บุคคลอาจมีการยอมรับและมีการสร้างระยะห่างทางสัญลักษณ์ (Symbolic Distance) ทางวัฒนธรรม เช่น การจัดการระหว่างเขตสงฆ์กับเขตฆราวาส 2) สภาพทางกายภาพ ขอบเขตสภาพแวดล้อมรวมถึงความหนาแน่นในพื้นที่ มีผลต่อพฤติกรรมเว้นที่ว่างในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นมากบุคคลมักหลีกเลี่ยงการใช้

สายตาดต่อกัน ขดเขยระยะเว้นว่างระหว่างบุคคล อีกทั้งการจัดสภาพแวดล้อม ในพื้นที่เกิดสาธารณะมี การจัดสภาพแวดล้อมโดยเฉพาะรูปแบบ เพื่อกำหนดพฤติกรรมมีทั้งการส่งเสริมดึงบุคคลเข้าหากัน เช่นการจัดที่นั่งเป็นกรุปในร้านอาหาร การจัดผังบริเวณแบบเปิด(Open System planning) ที่สามารถย้ายเปลี่ยนตำแหน่งได้ตลอดเวลาแบบนี้จะส่งเสริมในการกระทำต่อกันมากขึ้น มีแนวโน้มลด ขนาดของระยะเว้นว่างระหว่างบุคคลหรือการขีดขวางไม่ให้บุคคลมีการกระทำต่อกัน เช่นการหันหน้า ไปทางเดียวกันในห้องเรียน 3) ลักษณะกิจกรรม เป็นตัวกำหนดระยะห่างระหว่างบุคคล บางกิจกรรม ไม่สนับสนุนให้มีการกระทำต่อกัน เพื่อปกป้องป้องกันข้อมูล จะใช้ระยะห่างระหว่างบุคคลมากกว่า กิจกรรมทั่วไป

2.3 ทักษะคิดและกระบวนการทางพฤติกรรม



ภาพที่ 2.4 แสดงกระบวนการรับรู้และทัศนคติ

ทัศนคติ คือ ความคิดและความรู้สึกภายในที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ รวมกับความเชื่อที่รับรู้มา ส่งผลร่วมต่อพฤติกรรม การตัดสินใจในแต่ละบุคคล ระเบียบความนึกคิดที่เกิดในแต่ละบุคคล ไม่ใช่ ภาวะชั่วคราว ไม่เปลี่ยนแปลงทันทีเพราะเกิดจากการเรียนรู้ประเมิน ผลจากสื่ออ้างอิงได้ จากตัวบุคคล สถาบัน เรื่องราวทางสังคม (ธงชัย สันติวงษ์, 2540) ความเชื่อที่เรียนรู้มาเกี่ยวกับบางอย่าง รวมกับผลของความเข้าใจ ความรู้สึกภายในโดยมีเหตุผลบอกว่า ดี ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล แนวโน้มการตอบโต้ โดยพิจารณาจากสถานการณ์ก่อนแล้วจึงตัดสินใจในการเลือกวิธีการที่พอใจมากที่สุดในการแสดงออก

กระบวนการรับรู้ คือกระบวนการสื่อสารผ่านระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของร่างกายนำไปสู่การรู้ที่ เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิต การจำ ความคิด เกิดเป็นความเข้าใจปรากฏการณ์ต่างๆกระบวนการ รับรู้เบื้องต้นส่งผลเข้าสู่การคิดแยกสิ่งต่างๆออกจากกัน และเข้าใจเกิดกระบวนการทางปัญญาคือ ส่งผลให้เกิดการแสดงออกเป็นพฤติกรรมที่มนุษย์ทำขึ้น แบ่งพฤติกรรมออกเป็น 3 ด้านความรู้

พฤติกรรม ด้านเจตคติและพฤติกรรมด้านปฏิบัติ (วรวิทย์ จินตามะยะกุล, 2557) พฤติกรรมด้านความรู้ และเจตคติส่งผลด้านอารมณ์ พฤติกรรมในความหมายของธงชัย(2515) หมายถึงเป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีกระบวนการตัดสินใจมาก่อนแล้ว เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดทำให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งตรงกับศิริวรรณ(2539) พฤติกรรมผู้บริโภคจะทำการค้นหา ประเมินผลการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะสนองความต้องการซื้อของตน จากการทบทวนวรรณกรรมกล่าวได้ว่า พฤติกรรมจะเกิดได้ต้องมีการรับรู้และผ่านการประมวลผลความคิดประสบการณ์และความรู้ที่มีอยู่ในแต่ละคน พฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมในส่วนของความเป็นส่วนตัว ระยะเวณว่าง อาณาเขตครอบครอง ทั้ง 3 พฤติกรรมนี้มีความเกี่ยวเนื่องและสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน และไม่ได้ปรากฏเป็นกระบวนการอิสระอย่างชัดเจนดังที่ปรากฏในการวิเคราะห์ขั้นต้น ทำให้ไม่สามารถทราบได้ว่า ได้ผ่านกระบวนการหนึ่งสู่อีกกระบวนการหนึ่งเนื่องจากกระบวนการต่างๆทำหน้าที่ยอมรับกัน (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2541)

การเกิดพฤติกรรมในสภาพแวดล้อมผ่านการกระทำสังเกตได้ อิทธิพลที่เกิดจากสภาพแวดล้อม 3 ประการดังนี้ 1) โอกาสของสภาพแวดล้อม หมายถึงโอกาสที่เอื้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ได้อาจก่อให้เกิดการตอบสนองเป้าหมาย เกิดความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจแล้วแต่ว่าสภาพแวดล้อมนั้นจะส่งเสริมหรือขัดขวางพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้น 2) ตำแหน่งขององค์ประกอบสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่ปรากฏอยู่ในปริภูมิและตำแหน่งแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กัน ทั้งระยะห่างและทิศทางที่มนุษย์สัมพันธ์ด้วย 3) คุณสมบัติต่างๆของสภาพแวดล้อมกายภาพที่เป็นสิ่งเร้าเป็นปัจจัยกำหนด พฤติกรรมควบคู่กับโอกาส อาจมีความซับซ้อน ความกำกวม จนกลายเป็นสิ่งที่น่าสนใจ ในหลายแง่มุม ซึ่งเป็นคุณสมบัติ ที่จะดึงดูดความสนใจได้นานกว่าสภาพแวดล้อม ที่เรียบง่าย สภาพแวดล้อมลักษณะนี้ในฐานะที่เป็นสิ่งเร้ามีผลกระทบต่อความรู้สึกการรับรู้ เรียนรู้ จดจำความคิดความรู้สึกตลอดจนการพัฒนาบุคลิกภาพทางสังคม เช่นการจัดสภาพแวดล้อมที่เร้าให้คนเข้าหากัน

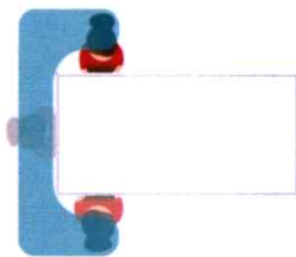
ตารางที่ 2.2 แสดงนิยามและการเกิดพฤติกรรม

	นิยามพฤติกรรม	การเกิดพฤติกรรม
ประภาเพ็ญ สุวรรณ 2538	กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์ทำเพื่อสนองต่อสิ่งเร้าภายนอก ทั้งที่สังเกตได้และไม่ได้ด้วยตาเปล่า เช่น หัวใจเต้น การทำงานกล้ามเนื้อ ความสนใจชอบ	มี 7 องค์ประกอบ 1. จุดมุ่งหมาย 2. ความพร้อม 3. สถานการณ์ 4. การแปลความหมาย 5. การตอบสนอง (การแสดงออกถึงพฤติกรรม) 6. ผลที่ได้รับ ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง 7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง
นงรัก บุญเสริม 2554	กิจกรรมทุกอย่างที่มนุษย์ทำขึ้น	1. ความรู้ 2. เจตคติ 3. ปฏิบัติ
วรวิทย์ จินตามะยะกุล 2557	กระบวนการรับรู้เบื้องต้น ส่งผลเข้าสู่การคิดและเข้าใจ กระบวนการทางปัญญาคือคิดและเข้าใจ ส่งผลให้เกิดการแสดงออกเป็นพฤติกรรมที่มนุษย์ทำขึ้น	แบ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นออกเป็น 3 ด้าน 1. พฤติกรรมด้านความรู้ 2. พฤติกรรมด้านเจตคติ 3. พฤติกรรมด้านปฏิบัติ

2.4 ตัวแปรและการชี้วัด

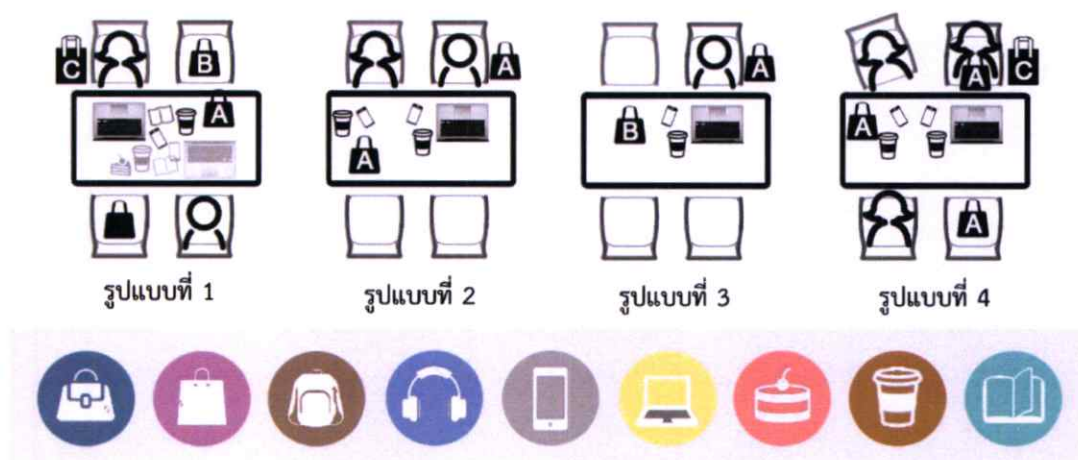
จุดประสงค์การเข้าใช้งาน ผู้ใช้งานในร้านกาแฟแยกเป็น 2 ลักษณะคือ การเข้าใช้งานเพื่อดื่มกาแฟนั่งเล่นผ่อนคลาย โดยลักษณะกิจกรรมที่ทำ มีทั้งที่เป็นบุคคลเดียว หรือทำร่วมกับผู้อื่น เป็นกิจกรรมที่ไม่ใช้สมาธิมากเท่าจุดประสงค์การใช้งานที่ 2 คือ การเข้าใช้งานเพื่อทำงาน อ่านหนังสือ นัดพบพูดคุยธุระ โดยมีปัจจัยเรื่องระดับความสัมพันธ์ของคนที่กระทำต่อกัน ภาพของระบบความสัมพันธ์ของผู้คน ความสัมพันธ์ทางเดียว การสื่อสารฝ่ายเดียว ความสัมพันธ์สองทางหรือความสัมพันธ์หลายทางมีปฏิกริยาตอบโต้ระหว่างกัน ปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมกับกิจกรรม ทั้งแบบเป็นกลุ่ม หรือกระทำร่วมกัน ปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมแสดงให้เห็นถึงระดับความเป็นส่วนตัวที่ต่างกันตามความสนิทสนมหรือลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในร้านกาแฟ เป็นส่วนประกอบแทรกที่เกิดขึ้นในจุดประสงค์การเข้าใช้งาน

ตำแหน่งที่นั่ง ทำศึกษาการจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์ การเน้นพื้นที่ที่กว้าง ไม่นิยมกันพื้นที่จะใช้เฟอร์นิเจอร์กำหนดสัดส่วนพื้นที่ รูปแบบการตกแต่งเป็นโครงสร้างเหล็กปูนเปลือยผสมผนังทาสีขาว ปล่อยสายไฟและท่อน้ำเพื่อให้เห็นถึงงานระบบ งานโครงสร้าง วัสดุที่ใช้ผสมผสานทั้ง ไม้ เหล็ก ผนังผ้าลินิน การใช้โทนสี เน้นความเรียบง่ายอาจผสมรูปทรงที่โดดเด่นสะดุดตาจากงานยุคสมัยอื่นร่วม จัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น ผ่านการรับรู้สภาพแวดล้อม แสง สี เสียง กลิ่น และองค์ประกอบทางกายภาพมีผลต่อพฤติกรรม การรับรู้ความรู้สึกความเป็นส่วนตัว ผังเฟอร์นิเจอร์ รูปแบบการจัดวาง ระยะห่าง ความสูงฝ้าเพดาน



ภาพที่ 2.5 แสดงการเลือกตำแหน่งที่นั่ง ของ Sommer (1969)

ตำแหน่งการเลือกที่นั่งในร้านกาแฟ จากการศึกษาของ Sommer (1969) การเลือกตำแหน่งที่นั่งทำการศึกษาความสัมพันธ์ 4 แบบคือ แบบมีการสนทนากัน 2. แบบมีกิจกรรมร่วมกัน 3.แบบแยกกันทำ 4.แบบแบ่งกันทำ พบว่าส่วนมากคนแรกจะเลือกนั่งปลายโต๊ะ (ภาพที่ 2.5) และเมื่อถูกรบกวน 70% ของกลุ่มตัวอย่างแสดงออกด้วยการลุกหนี จากการศึกษาทำให้เห็นว่าการใช้สายตามีผลต่อพฤติกรรมที่เกิดกับความสัมพันธ์ทั้ง 4 แบบ (ภาพที่ 2.6)

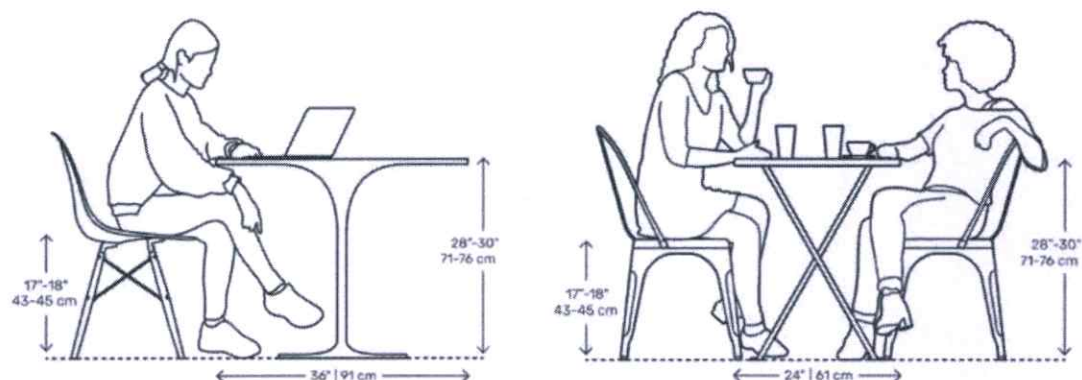


A: กระเป๋าสัมภาระ ไบท์ที่ 1 B: กระเป๋าสัมภาระ ไบท์ที่ 2 C: กระเป๋าสัมภาระ ไบท์ที่ 3

ภาพที่ 2.6 แสดงผังการนั่งที่โต๊ะความสูง 75 เซนติเมตร แบบ 4 ที่นั่ง

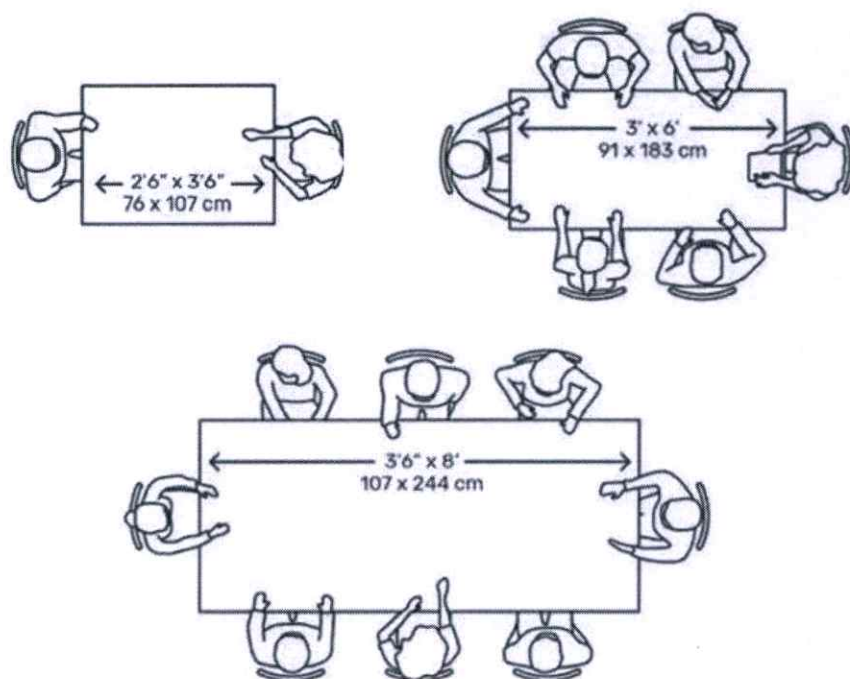
และรูปแบบเฟอร์นิเจอร์จากลักษณะการนั่งความสูงของที่นั่ง มุมมองที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาวะความเป็นส่วนตัว การจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น ผ่านการรับรู้สภาพแวดล้อม แสง สี เสียง กลิ่น และองค์ประกอบทางกายภาพมีผลต่อพฤติกรรมกำหนดความเป็นส่วนตัว ผังบริเวณ ระบาย ระดับที่บิดบัง ความสูงฝ้าเพดาน กราฟฟิติไซน์ รวมถึงรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งเพื่อควบคุมการเข้าถึงได้ ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเพื่อส่งเสริมให้บุคคลมีความสัมพันธ์ หรือเพื่อขัดแย้งความสัมพันธ์ ให้ปลอดภัยจากรบกวนหรือล่วงล้ำ ในการปกปิดระดับความสัมพันธ์ของคนที่กระทำต่อกัน ภาพของระบบความสัมพันธ์ของผู้คน ความสัมพันธ์ทางเดียว การสื่อสารฝ่ายเดียว ความสัมพันธ์สองทางหรือความสัมพันธ์หลายทางมีปฏิริยาตอบโต้ระหว่างกัน ปฏิสัมพันธ์ของคนใน

สังคมกับกิจกรรม ทั้งแบบเป็นกลุ่ม หรือกระทำร่วมกัน ปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมแสดงให้เห็นถึงระดับความเป็นส่วนตัวที่ต่างกันตามความสนิทสนม หรือลักษณะกิจกรรม



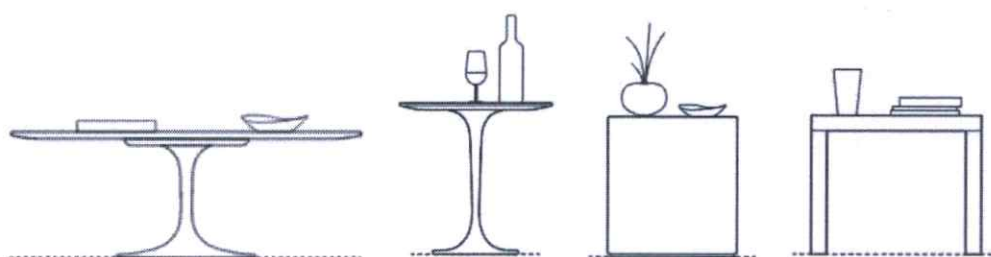
ภาพที่ 2.7 แสดงโต๊ะที่ใช้ร้านกาแฟ

รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ระดับความสูงการจัดที่นั่ง นั่งพื้น นั่งเก้าอี้ นั่งสตูลบาร์ ระดับที่บิดบัง และของประดับตกแต่งเพื่อควบคุมการเข้าถึงได้ ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเพื่อส่งเสริมให้บุคคลมีความสัมพันธ์ หรือเพื่อขัดแย้งความสัมพันธ์ ให้ปลอดภัยจากการรบกวนหรือล่วงล้ำ ในการปกปิดข้อมูล ระดับภาวะความเป็นส่วนตัว ในปัจจุบันผู้ใช้งานไม่เพียงแต่นั่งดื่มกาแฟ ยังมีการทำงาน นัดพบพูดคุย งานวิจัยของ (บรรพโต ไพลิน, 2013) ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจต่อร้านกาแฟสดในเขตกรุงเทพมหานคร แนวทางการพัฒนาการบริการพบว่า ลักษณะการบริการของร้านกาแฟสดที่ต้องพัฒนามากที่สุดคือบรรยากาศภายในและภายนอก รองลงมาคือการให้บริการของพนักงาน พบว่าการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด สมัยใหม่ ภาพลักษณ์ทางกายภาพของร้านมีผลต่อการเลือกใช้บริการ เพื่อนัดพบคอยเพื่อน



ภาพที่ 2.8 แสดงพื้นที่ ขนาดโต๊ะทานอาหาร

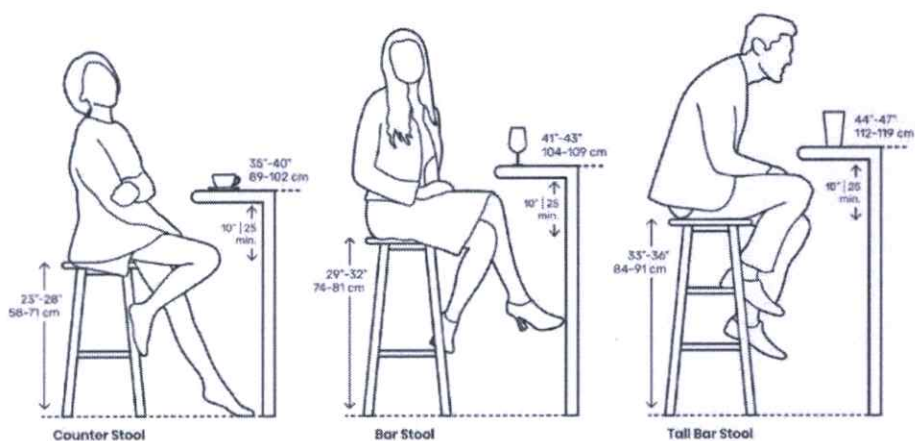
โต๊ะที่ใช้ร้านอาหารแพมีรูปร่างขนาดและวัสดุที่หลากหลาย แต่โดยทั่วไปแล้ว ออกแบบมาให้มีน้ำหนักเบาและเคลื่อนย้ายได้ โดยมีความสูงอยู่ระหว่าง 28 ถึง 30 เซนติเมตร (71-76 เซนติเมตร) จากพื้น ความกว้างของโต๊ะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับรูปร่างและมาตรฐานที่กำหนดโดยทั่วไปขึ้นอยู่กับจำนวนคนที่อยู่บนโต๊ะ ทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสสำหรับ 4 ที่นั่ง มีช่วงกว้าง 86.4-112 เซนติเมตร ในขณะที่ตารางสี่เหลี่ยมผืนผ้า 6 ที่นั่ง มีช่วงกว้าง 91.4-101.6 เซนติเมตร โต๊ะกลมกลมแบ่งช่วงที่คล้ายโต๊ะทรงเหลี่ยม วัดขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง (ภาพที่ 2.9)



ภาพที่ 2.9 แสดง Side Table

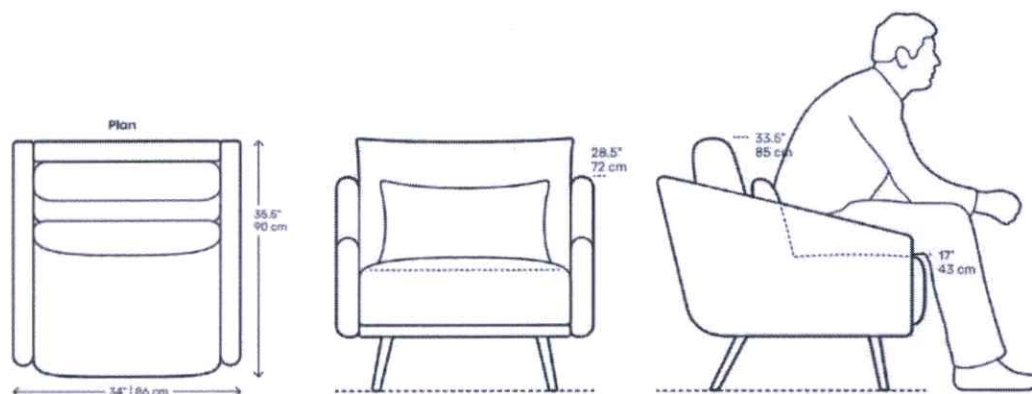
โต๊ะกาแฟที่ออกแบบมาเพื่อจะจับคู่กับโซฟา โดยทั่วไปจะใช้ในห้องนั่งเล่น โต๊ะกาแฟสำหรับวางหนังสือนิตยสารเครื่องดื่มขนาดเล็กและตกแต่งอื่น ๆ โต๊ะกาแฟควรมีความสูงเท่ากันหรือต่ำกว่าโซฟาที่อยู่ติดกันประมาณ 2 นิ้ว โต๊ะกาแฟแตกต่างกันไปตามการออกแบบตั้งแต่ 25-46 เซนติเมตร กว้าง 76-229 ซม โต๊ะกาแฟที่พบในร้านอาหารแพมักเป็นการนำโต๊ะข้าง (Side Table) มาใช้ ความสูงของโต๊ะ

ใกล้เคียงความสูงที่วางแขน 61-81 cm เคาน์เตอร์บาร์ที่พบส่วนมากมีความสูงที่ 102-107 เซนติเมตร ใช้ควบคู่กับเก้าอี้บาร์ ที่ความสูง 58-91 เซนติเมตร เพิ่มที่รองขาเมื่อเก้าอี้มีความสูง (ภาพที่ 2.10)



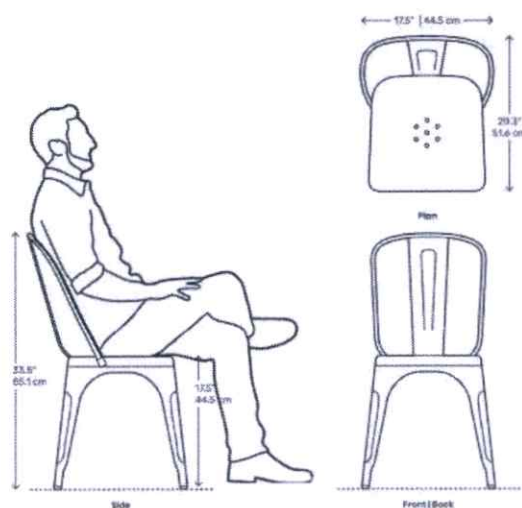
ภาพที่ 2.10 แสดงเคาน์เตอร์บาร์และเก้าอี้บาร์

เก้าอี้อาร์มแชร์มีที่วางแขนหรือพักข้อศอก พนักพิงเตี้ยหุ้มนวมกันกระแทก การรวมแขนไว้บนเก้าอี้ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าและออกจากเก้าอี้ได้ง่ายขึ้น นั่งสบายสามารถใช้ได้ทั้งเป็นทางการและแบบลำลอง เพื่อการพักผ่อน พื้นที่วางรอบเก้าอี้ 76.2 เซนติเมตร ระยะห่างระหว่างเก้าอี้กับโต๊ะ 35.6-45.7 เซนติเมตร (ภาพที่ 2.11)



ภาพที่ 2.11 แสดงลักษณะและขนาดเก้าอี้อาร์มแชร์

เก้าอี้คาเฟ่ เป็นเก้าอี้เอนกประสงค์สามารถเคลื่อนย้ายและจัดเรียงใหม่ได้ง่าย สำหรับนั่งคนเดียว เก้าอี้เอนกประสงค์มาในหลากหลายรูปแบบวัสดุและรูปทรงและเรียบง่าย สำหรับร้านอาหาร คาเฟ่ ร้านอาหาร บ้านและสำนักงาน เนื่องจากความยืดหยุ่นในการใช้งาน มักใช้กับโต๊ะทานอาหาร และโต๊ะทั่วไป ความสูงของที่นั่งของเก้าอี้ข้างขึ้นอยู่กับขนาดตามหลักสรีรศาสตร์ทั่วไปของผู้ใหญ่และได้รับการออกแบบในช่วง 42-48 เซนติเมตร ความกว้างของเก้าอี้ 42-56 เซนติเมตร

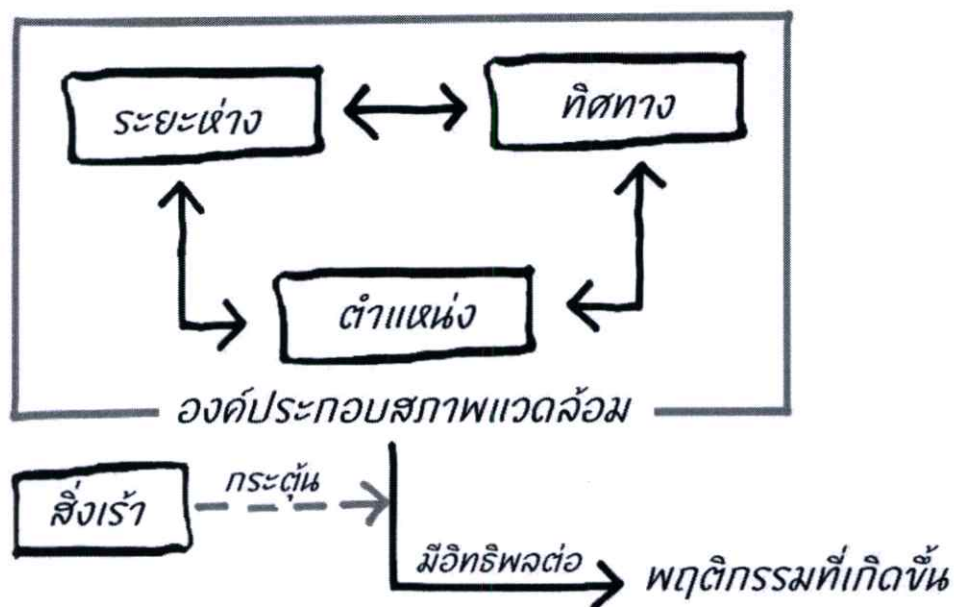


ภาพที่ 2.12 แสดงลักษณะและขนาดเก้าอี้กาแฟ

พฤติกรรมการรับรู้ความเป็นส่วนตัวตามจุดประสงค์การใช้งาน

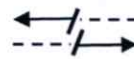

ทำการศึกษาจากพฤติกรรมของผู้ใช้งาน แยกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ พฤติกรรมภายใน ส่วนของภูมิหลังประสบการณ์ วัฒนธรรม เพศสภาพ ล้วนเป็นองค์ประกอบให้เกิดการรับรู้และเข้าใจเพื่อตีความหมาย ส่งผลให้การตอบสนองแตกต่างกันออกไปเช่น ท่าทางการจัดการสังคม บันทึกลงร่างกายเช่นอัตราการเต้นของหัวใจการกระพริบตา การขยับหนี (วิลลิสท์ หรยางกูร, 2541) ส่วนที่สองพฤติกรรมภายนอก เป็นส่วนของการตอบสนองหรือการแสดงออกเป็นพฤติกรรมที่ผู้ใช้สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความเป็นส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม สัดส่วนร่างกาย เกิดเป็น ระยะว่างเว้นระยะห่างระหว่างคน รูปแบบการควบคุมการบุกรุก การสื่อสาร การเปิดรับ หรือลดทอนการรับรู้ระยะห่างระหว่างบุคคลที่พยายามป้องกันไม่ให้มีการล่วงล้ำ (Distance of human) จากทฤษฎี Proxemic Theory (Edward T. Hall, 1966) แบ่งออกเป็น 4 ระยะคือ 1) ระยะสนิทสนม (Intimate Distance) เป็นระยะใกล้ชิดที่สุด ประมาณ 0 - 15 เซนติเมตร เป็นระยะสนิทสนมและไม่เป็นทางการ ระยะสัมผัสกันได้ เช่น ระหว่างคนสนิท คนในครอบครัว หรือคู่รัก 2) ระยะส่วนตัว (Personal Distance) เป็นระยะที่นิยมใช้กับคนที่สนิทสนมกัน ประมาณ 30-60 เซนติเมตร ซึ่งสามารถเอื้อมมือถึงกันได้ พูดคุยกันในระดับเสียงพูดปกติ 3) ระยะสังคม (Social Distance) เป็นระยะที่มักใช้กับผู้ที่ไม่สนิทสนม 200 - 350 เซนติเมตร สำหรับธุรกิจหรือพูดคุย ภาษาที่ใช้ก็จะเป็นภาษาที่เป็นทางการมากขึ้นเสียงดังขึ้นเพราะอยู่ห่างกันมากขึ้น และท่าทางการแสดงออกอาจอยู่ในเงื่อนไข้อแต่ละสังคม 4) ระยะสาธารณะ (Public Distance) เป็นระยะที่ใช้กับการสื่อสารทางเดียว คือ ประมาณ 350-700 เซนติเมตรขึ้นไป การปรากฏตัวในที่สาธารณะ ซึ่งเป็นระยะที่เป็นทางการมากขึ้นการขยับหนี รูปแบบการควบคุมการบุกรุก การสื่อสาร การเปิดรับ หรือลดทอนการรับรู้ การใช้ถ้อยคำเพื่อแสดงความเป็นเจ้าของ เมื่อถูกรุกล้ำภาษาร่างกายเป็นปฏิกิริยาตอบโต้ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ใช้งานเช่นการหันตัว หันหน้าไปทางอื่น การกางข้อศอก การขยับถอยออกห่าง การเกร็งตัว เป็นภาวะความไม่สบายตัว การแสดงการควบคุมการล่วงล้ำความเป็นส่วนตัว เช่น การหาของ

กั้นหรือบังตา เป็นการสร้างระยะห่างทางสัญลักษณ์ การให้สัญญาณมือ การแสดงสีหน้า การใช้สายตา
 สิ่งเหล่านี้เป็น เครื่องนุ่งห่ม เช่นชาวมุสลิม นุ่งห่มปกปิดมิดชิด (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2541)



ภาพที่ 2.13 แสดงสภาพแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรม

ตารางที่ 2.3 แสดงการวิเคราะห์ความเป็นส่วนตัวจากการทบทวนวรรณกรรม

Author	Pedersen (1997)	Westin (1970)		Simmel (1950)	Proshansky (1970)	Altman(1976)	วิลลิสท์	
			สภาพแวดล้อม					
Privacy	<ul style="list-style-type: none"> • Solitude : ไม่มีผู้อื่นรอบข้าง 	•Solitude	อาศัยสภาวะทางกายภาพ	อยู่ในที่ลับตา ห้องมืดชิด		ระดับปฐมภูมิ เป็นแบบถาวรและสำคัญที่สุด	ภาวะสันโดษ : แยกตัวลำพัง	
	<ul style="list-style-type: none"> • Isolation : แยกตัวออกจากผู้คน 							
	<ul style="list-style-type: none"> • Intimacy with Friends 	•Intimacy		กำหนดขอบเขตได้		ระดับทุติยภูมิ อยู่ในที่สาธารณะ ครอบครอง พื้นที่ชั่วคราว	ภาวะสนิทสนม : ควบคุมตัวเอง	
	<ul style="list-style-type: none"> • Intimacy with Family 							
	<ul style="list-style-type: none"> • Anonymity 	•Anonymity		สามารถมองเห็นได้แต่ไม่ได้ เปิดเผยทุกอย่าง (½ Visual)	กำหนดขอบเขต แลกเปลี่ยนสาร	เสรีภาพในการควบคุมการ ติดต่อสื่อสารบุคคลยังสามารถ ควบคุมกิจกรรมของตนได้	ระดับสาธารณะ เป็นการควบคุมตัวเองจาก สภาพแวดล้อม	ภาวะนิรนาม : กำหนดขอบเขต
	<ul style="list-style-type: none"> • Reserve 	•Reserve		สามารถมองเห็นได้				
				ตัวเอง  สาร	แลกเปลี่ยนสาร			
					ตัวเอง  สภาพแวดล้อม	แลกเปลี่ยนสาร		

ตารางที่ 2.4 แสดงการวิเคราะห์ความหมายพื้นที่ส่วนบุคคล จากการทบทวนวรรณกรรม

วิลลิสท์ ทรยางกูร(2541)	Altman(1976)	Proxemic space Edward T.Hall (1966)		พฤติกรรม (Behavior)/ตัวชี้วัด	
				พฤติกรรมภายนอก	พฤติกรรมภายใน
	<ul style="list-style-type: none"> ระดับปฐมภูมิ เป็นแบบถาวรและสำคัญที่สุด 			<ul style="list-style-type: none"> แยกตัวจากผู้อื่น อยู่ตามลำพัง 	
<ul style="list-style-type: none"> อาณาเขตส่วนบุคคล ที่วางเว้นระยะอยู่รอบรอบตัว 	การแยกตัว	<ul style="list-style-type: none"> ระดับทุติยภูมิ อยู่ในที่สาธารณะ ครอบครองพื้นที่ชั่วคราว 	<ul style="list-style-type: none"> Intimacy 0-15 cm ใกล้ } ลมหายใจ , 15-45 cm ใกล้ } สัมผัสได้ 	<ul style="list-style-type: none"> แยกตัวมาอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับตนเอง 	
<ul style="list-style-type: none"> อาณาเขตสังคมปฐมภูมิ ขึ้นในเขตที่บุคคลใช้ชีวิตส่วนใหญ่เกือบตลอดเวลา 		<ul style="list-style-type: none"> Personal 45 > 75 cm. (ใกล้) 75 < 120 cm. (ไกล) *เป็นระยะที่สามารถควบคุมการส่งลำได้ 	<ul style="list-style-type: none"> รู้จักแต่ไม่สนิท เป็นระยะที่มองเห็นรายละเอียดผิวหนัง ใช้เสียงพูดคุยปานกลาง 	ขาดความผ่อนคลาย เมื่อมีคนมอง	
<ul style="list-style-type: none"> อาณาเขตสังคมทุติยภูมิ คืออาณาเขตที่ใช้เป็นประจำ 		<ul style="list-style-type: none"> Social 120 – 200 cm. (ใกล้) 200 – 350 cm. (ไกล) 	<ul style="list-style-type: none"> อยู่ในที่สาธารณะ แต่ปราศจากการถูกเฝ้ามอง การกระทำต่อกันเป็นทางการกว่า สามารถวางเฉยโดยไม่เสียมารยาท 	สามารถสร้างสิ่งกีดกันทางจิตใจจากการส่งลำ เช่น สามารถทำที่ต่าง ๆ ขณะที่ถูกเสียงรบกวน	
<ul style="list-style-type: none"> อาณาเขตสาธารณะทั่วไปที่ไม่ได้มีการใช้เป็นประจำ และไม่มีความคุ้นเคย 		<ul style="list-style-type: none"> ระดับสาธารณะ เป็นการควบคุมตัวเองจากสภาพแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> Public 350 – 750 cm. มากกว่า 750 cm. 	<ul style="list-style-type: none"> ภาวะความเป็นส่วนตัวที่ไม่เปิดเผยเรื่องราว 	

ตารางที่ 2.5 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความเป็นส่วนตัว และพื้นที่ส่วนบุคคล

Privacy		Personal Space			พฤติกรรม (Behavior)/ตัวชี้วัด		สภาพแวดล้อม
Westin (1970)		วิลลิสท์ ทรายางกูร(2541)	Altman(1976)	Proxemic space Edward T.Hall (1966)	พฤติกรรมภายนอก	พฤติกรรมภายใน	
1) ภาวะสันโดษ Solitude	อาศัยสภาวะทางกายภาพ		1) ระดับปฐมภูมิ แบบถาวรและสำคัญที่สุด		• แยกตัวจากผู้อื่น อยู่ตามลำพัง		• อยู่ในที่ลับตา ห้องมืดชิด
2) ภาวะสนิทสนม Intimacy		1) อาณาเขตส่วนบุคคล คือที่ว่างเว้นระยะอยู่รอบรอบตัว		0-15 cm ไกล 15-45 cm ไกล } ลมหายใจ, สัมผัสได้	• แยกตัวมาอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับตนเอง	• สบายใจ • วางใจ สามารถเปิดเผยเรื่องราวได้	• กำหนดขอบเขตได้
		2) อาณาเขตสังคมปฐมภูมิ ขึ้นในเขตที่บุคคลใช้ชีวิตส่วนใหญ่เกือบตลอดเวลา		Personal (45 - 75 cm. (ไกล) 75 - 120) cm. (ไกล) *เป็นระยะที่สามารถควบคุมการล้วงลำได้	• รู้จักแต่ไม่สนิท • เป็นระยะที่มองเห็นรายละเอียดผิวหนัง • ใช้เสียงพูดคุยปานกลาง		• กำหนดขอบเขตได้
3) ภาวะนิรนาม Anonymity	3) อาณาเขตสังคมทุติยภูมิ คืออาณาเขตที่ใช้เป็นประจำ	2) ระดับทุติยภูมิ อยู่ในที่สาธารณะ ครอบครองพื้นที่ชั่วคราว	Social 120 - 200 cm. (ไกล) 200 - 350 cm. (ไกล)	• อยู่ในที่สาธารณะ แต่ปราศจากการถูกเฝ้ามอง • การกระทำต่อกันเป็นทางการกว่า • สามารถวางเฉยโดยไม่เสียมารยาท	ขาดความผ่อนคลาย เมื่อมีคนมอง	สามารถมองเห็นได้ แต่ไม่ได้เปิดเผยทุกอย่าง (½ Visual)	
4) ความสำรวม Reserve	ทางจิตวิทยา	4) อาณาเขตสาธารณะทั่วไป ที่ไม่ได้มีการใช้เป็นประจำ และไม่มีควมคุ้นเคย	3) ระดับสาธารณะ เป็นการควบคุมตัวเองจากสภาพแวดล้อม	Public 350 - 750 cm. มากกว่า 750 cm.	ภาวะความเป็นส่วนตัวที่ไม่เปิดเผยเรื่องราว	สามารถสร้างสิ่งกีดกันทางจิตใจจากการล้วงลำ เช่น สามารถทำที่ต่าง ๆ ขณะที่ถูกเสียงรบกวน	สามารถมองเห็นได้

2.5 ระเบียบวิธีการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยของ Demirbas และ Demirkan (2000) ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะความต้องการความเป็นส่วนตัวกับความคาดหวังและความพึงพอใจกรณีศึกษาห้องเรียนเขียนแบบของนักเรียนออกแบบตกแต่งภายในมหาวิทยาลัย Bilkent University ประเทศตุรกี พิจารณาจากความแตกต่างทางเพศโดยให้นักศึกษาทำแบบสอบถาม คำถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 เก็บข้อมูลทั่วไป อายุและเพศ เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมและองค์ประกอบของ ลักษณะตัวเลือกระบุแนวทางการแสดงออกทางพฤติกรรมในพื้นที่ ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก อีกส่วนเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของ ในการรับรู้พฤติกรรม ในพื้นที่ ส่วนที่ 2 เก็บข้อมูลเชิงลึกด้านทัศนคติ คำถามแบบจำลองสถานการณ์ วัดความรู้สึกเป็นส่วนตัว 5 ระดับ ตามแนวทาง Demirbas (2000) เรื่องการศึกษาลักษณะความเป็นส่วนตัว 6 สภาวะ คือ 1) ภาวะสันโดษ 2) ภาวะสำรวจ 3) ความสนิทสนม ความสนิทสนมของครอบครัว 4) กรณีความสนิทสนมระหว่างเพื่อน 5) สภาวะนิรนาม 6) การปลีกตัว (ตารางที่ 2.3) โดยแบบสอบถามคล้ายคลึงกับการศึกษาของ Pederson (1979) อีกทั้ง Rustemli และ Kokdemir (1993) ส่วนการศึกษาของ Walden et al. (1981) เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความแออัดในหอพักนักศึกษา ค่านิยมและความคาดหวังต่อความเป็นส่วนตัวในหอพัก ประเมินการรุกรานการถอนตัว รวมถึงทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมในห้องพักนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยฟลอริดา ก่อนเข้าพักและถามซ้ำหลังเข้าพักอาศัยในหอพัก โดยวอลเดนและคณะ ทำการศึกษา ความแตกต่างระหว่างเพศและจำนวนนักศึกษาต่อห้องพัก ตัวแปรคือเพศชาย เพศหญิง ที่อาศัยในห้องประเภทสองคนต่อห้อง และสามคนต่อห้อง การศึกษาโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) พัฒนารูปแบบมาจาก Smith และ Swanson (1979) ประเมินระดับความต้องการความเป็นส่วนตัว ตามแต่ละภาวะของความเป็นส่วนตัว ตัวเลือกมี 4 ระดับตั้งแต่ สำคัญมาก ถึง ไม่สำคัญเลย ส่วนเรื่องของความคาดหวัง ความคาดหวัง ตัวเลือกมีตั้งแต่ระดับ แน่ใจที่สุดไปจนถึง ไม่แน่ใจอะไรเลย เรื่องปัจจัยความหนาแน่น เป็นคำถามติดตามถามซ้ำความรู้สึก ว่าความหนาแน่น ทำให้ได้รับความเป็นส่วนตัวเพียงพอหรือไม่ แบ่งเป็น 4 ระดับ คือ ไม่มากพอ, ไม่เพียงพอ, เกือบพอ, เพียงพอแล้ว ส่วนแบบสังเกตการณ์ (Observation) การศึกษาผ่านแบบสังเกตปฏิบัติการตอบสนองกลุ่มตัวอย่างผ่านการสื่อสารทางคำพูดหรือภาษากาย ในพื้นที่ ที่มีความหนาแน่นมากคนจะหนีจากพื้นที่นั้นด้วยการถอนตัวออกจากสภาพแวดล้อม หรือเบี่ยงเบนความสนใจไปอย่างอื่นแทน รวมถึงกรณีปรับปรุงความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสภาพแวดล้อม Esser (1973) อีกตัวอย่างในงานของ S. Li and Y.M. Li (2007) สังเกตการณ์ผู้ใช้ตู้อัตโนมัติ เครื่องกดเงินสด(ATM) เครื่องเพิ่มมูลค่า(AVM) เครื่องซื้อตั๋ว(TVM) ในสถานที่สาธารณะ สระว่ายน้ ารถไฟฟ้าใต้ดินประเทศสิงคโปร์ โดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวกในการเก็บข้อมูล และเพื่อหลีกเลี่ยงปัจจัยความแออัด ชูลิทำการสำรวจในช่วงกลางวันของวันธรรมดาไม่รวมชั่วโมงเร่งด่วนและวันหยุดราชการ ชั้นที่ 1 วิธีการคือทำสัญลักษณ์ที่พื้นทุกระยะ 10 เซนติเมตร ไว้ที่พื้นหน้าตู้อัตโนมัติ แล้วดูตำแหน่งการยืน ชั้นที่ 2 สอบถามกลุ่มตัวอย่างหลังใช้งานว่าต้องการให้มีคนยืนอยู่ข้างหลังเขาหรือไม่ เมื่อเขากำลังใช้งานอยู่แทนที่จะให้ตอบ ชูลิให้ผู้เ้ระบุตำแหน่งที่ สัญลักษณ์ที่ทำไว้ที่พื้นแทน เป็นลักษณะการศึกษาโดยผสมวิธีการวัด อาศัยการวัดจริง โดยวิธีการสังเกตตามธรรมชาติ (Naturalistic Observation Method) และตามด้วยวิธีการจำลอง (Simulation Methods) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระยะทางที่ต้องการ มีขนาดใหญ่กว่าระยะทางจริง

สิ่งเหล่านี้ บ่งชี้ว่า ผู้ให้อัลมูมีความรู้ความเข้าใจภาวะความเป็นส่วนตัวต้องการปกป้องข้อมูลของตัวเอง (Gifford,2014)

ตารางที่ 2.6 แสดงระเบียบวิธีวิจัย

	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่ทำการศึกษา	ระเบียบวิธีวิจัยการเก็บข้อมูล
Walden et al. (1981)	แบบสอบถามความสัมพันธ์ระหว่างความแออัดในหอพักนักศึกษา ค่านิยมและความคาดหวังต่อความเป็นส่วนตัวในหอพัก ประเมินการรุกรานการถอนตัว รวมถึงทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมในหอพักนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยฟลอริดา	พิจารณาจากความแตกต่างทางเพศ และ จำนวนผู้พักอาศัยในห้อง พัฒนาวิธีการมาจาก Smith และ Swanson (1979) ประเมินระดับความต้องการ	ก่อนเข้าพักและถามซ้ำหลังเข้าพักอาศัยในหอพัก เป็นส่วนตัว ตามแต่ละภาวะของความเป็นส่วนตัว ตัวเลือกมี 4 ระดับตั้งแต่ สำคัญมาก ถึง ไม่สำคัญเลย ส่วนเรื่องของความคาดหวัง ความคาดหวัง ตัวเลือกมีตั้งแต่ระดับ แน่ใจที่สุดไปจนถึง ไม่แน่ใจอะไรเลย เรื่องปัจจัยความหนาแน่น เป็นคำถามติดตามถามซ้ำความรู้สึก ว่าความหนาแน่น ทำให้ได้รับความเป็นส่วนตัวเพียงพอหรือไม่ แบ่งเป็น 4 ระดับ คือ ไม่มากพอ,ไม่เพียงพอ,เกือบพอ,เพียงพอแล้ว
S.Li and Y.M. Li (2007)	สังเกตการใช้ตู้อัตโนมัติ เครื่องกดเงินสด (ATM) เครื่องเพิ่มมูลค่า(AVM)เครื่องซื้อตั๋ว (TVM) ในสถานที่สาธารณะ สระเวย์น้ำ รถไฟฟ้าใต้ดินประเทศสิงคโปร์	การสุ่มตัวอย่างตามสะดวกในการเก็บข้อมูล และเพื่อหลีกเลี่ยงปัจจัยความแออัด ซูลีทำการสำรวจในช่วงกลางวันของวันธรรมดาไม่รวมชั่วโมงเร่งด่วนและวันหยุดราชการ สังเกตการตอบสนอง	วิธีการคือทำสัญลักษณ์ที่พื้นทุกระยะ 10 เซนติเมตร ไว้ที่พื้นหน้าตู้อัตโนมัติ แล้วดูตำแหน่งการยืน ชั้นที่ 2 สอบถามกลุ่มตัวอย่างหลังเข้าใช้งานว่าต้องการให้มีคนยืนอยู่ข้างหลังเขาหรือไม่ เมื่อเขากำลังใช้งานอยู่แทนที่จะให้ตอบ ซูลีให้ผู้ใช้ระบุตำแหน่งสัญลักษณ์ที่ทำไว้ที่พื้นแทน

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่ทำการศึกษา	ระเบียบวิธีวิจัยการเก็บข้อมูล
Demirbas และ Demirkan (2000)	แบบสอบถามความ สัมพันธ์ระหว่างภาวะความ ต้องการความเป็นส่วนตัวกับความคาดหวังและความ พึงพอใจกรณีศึกษาห้องเรียนเขียนแบบของนักเรียน ออกแบบตกแต่งภายใน มหาวิทยาลัย Bilkent University ประเทศตุรกี	พิจารณาจากความแตกต่างทาง เพศ แนวทางการศึกษา ลักษณะ ความเป็นส่วนตัว 6 สภาวะ 1)ภาวะสันโดษ (Solitude) 2)ภาวะสำรอง (reserved) 3)ความสนิทสนม (Intimacy) 4)กรณีความสนิทสนมระหว่าง เพื่อน 5)สภาวะนิรนาม (Anonymity) 6)การปลีกตัว (Isolation)	1) เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมและ องค์ประกอบของ ลักษณะตัวเลือกระบุแนวทางการ แสดงออกทางพฤติกรรมในพื้นที่ ในการรับรู้ พฤติกรรมในพื้นที่ 2) เก็บข้อมูลเชิงลึกด้านทัศนคติ คำถามแบบจำลอง สถานการณ์ วัดความรู้สึกเป็นส่วนตัว 5 ระดับ
Esser (1973)	สังเกตการณ์ (Observation)	การศึกษาผ่านแบบสังเกต ปฏิบัติการตอบสนองของกลุ่ม ตัวอย่างผ่านการสื่อสารทางคำพูด หรือภาษากาย	ในพื้นที่ ที่มีความหนาแน่นมากคนจะหนีจากพื้นที่นั้น ด้วยการถอนตัวออกจากสภาพแวดล้อม หรือเบี่ยงเบน ความสนใจไปอย่างอื่นแทน รวมถึงกรณีปรับปรุง ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสภาพแวดล้อม

2.6 นิยามและบทบาทร้านกาแฟ

รูปแบบของร้านกาแฟแบ่งตามที่ตั้งและการจัดร้าน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2561)

1. Cart หมายถึง ร้านกาแฟเคลื่อนที่ได้ ขนาดเล็ก รถเข็นหรืออาจจะต่อพ่วงกับมอเตอร์ไซค์หรือรถยนต์ ใช้พื้นที่ ประมาณ 3 ตารางเมตร
2. Corner/Kiosk หมายถึง ร้านกาแฟประเภทมุมกาแฟ ที่นิยมตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ มีลักษณะคล้ายกับเคาน์เตอร์บาร์ โดยอาจมีโต๊ะเล็ก ๆ 2-3 โต๊ะรวมถึงเก้าอี้เพื่อให้ลูกค้านั่งขณะรอกาแฟ พื้นที่โดยประมาณที่ 6 ตารางเมตร
3. Stand Alone มีลักษณะเป็นห้องขนาดพื้นที่ 50 ตร.ม.ขึ้นไป รวมถึงมีที่นั่งและพื้นที่ใช้สอยเป็นของตนเอง โดยอาจจัดตั้งในห้างสรรพสินค้าหรือพื้นที่ภายนอกอาคาร เช่น บ้านพัก อาคารพาณิชย์ เป็นต้น

ร้านกาแฟประเภทมีโต๊ะนั่ง เป็นลักษณะร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ อาจมีอาหารว่างหรือขนมหวาน เพื่อดื่มกาแฟ ฟังเพลง นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้วร้านกาแฟยังเป็นพื้นที่ที่พบปะธุรกิจ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ต่อมาเมื่อคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์การสื่อสารเข้าถึงง่าย ร้านกาแฟเริ่มเสริมบริการให้ใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายเป็นส่วนเสริมในการให้บริการ ตามความนิยมของกลุ่มผู้ใช้งานตามยุคสมัย ปัจจุบันใช้ร้านกาแฟมีบทบาท การเข้าใช้งานและกิจกรรมในร้านกาแฟหลายแห่งปรับเปลี่ยนไปตามบริบทของสังคมเพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มบทบาทเป็นที่นั่งทำงาน พุดคุย ดิวหนังสือ ร้านกาแฟหลายแห่งเริ่มมีการปรับตัวจัดสรรพื้นที่เพื่อให้ตอบสนองต่อการใช้งาน ทั้งห้องส่วนตัว หรือโซนที่นั่งเป็นกลุ่ม แม้แต่ Starbucks ที่วางตำแหน่งตัวเองในตลาดเป็นพื้นที่ที่ 3 โดยประกาศนโยบายใหม่เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2018 เรื่องนโยบายการเข้าใช้พื้นที่ในร้านด้วยแนวคิดใหม่เพื่อตอบรับทุกคนโดยไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้าหรือกาแฟภายในร้าน โดยยังคงส่วนของการเคารพกติกาการใช้พื้นที่ร่วมกัน ขอความร่วมมือในส่วนพฤติกรรมและการไม่ก่อกวนผู้อื่น (www.stories.starbucks.com, 2018) “ลูกค้ามาที่สตาร์บัคส์เพื่อพบปะพูดคุยกันหรือเพื่อทำงาน หนึ่งในกิจกรรมประจำวันของเราคือจัดเตรียมสถานที่ให้ผู้คนละแวกนั้นได้มาพบปะกัน” (www.th.starbucks.co.th, 2019) องค์ประกอบร้านกาแฟประเภทมีที่นั่ง เนื่องจากร้านกาแฟจะมีขนม อาหารทานเล่น รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ส่วนใหญ่จะเป็นโต๊ะกลมขนาดเล็กหรือตัวสี่เหลี่ยมสำหรับ 2-4 ที่นั่งที่ เก้าอี้สำหรับร้านกาแฟส่วนใหญ่จะเป็นเก้าอี้มีพนักหรือเก้าอี้แขน อาจจะมีเก้าอี้โซฟา 2 ที่นั่ง หรือบิวท์อินติดผนังตลอดแนวที่มีวัสดุเบาเบาะพองนุ่ม โต๊ะกาแฟเป็นลักษณะโต๊ะสูงทั่วไปและโต๊ะเตี้ย (Coffee Table) โคมไฟ สำหรับตกแต่งหรือใช้งานเพิ่มเติมกรณีที่มีนักศึกษาหรือลูกค้าอ่านหนังสือต้องการแสงสว่าง บางแห่งอาจมีห้องน้ำในตัวร้านบริเวณที่นั่ง เคาน์เตอร์สั่งเครื่องดื่ม เป็นส่วนต้อนรับลูกค้าสามารถโชว์สินค้าในร้าน เมนู มีพื้นที่สำหรับทำเครื่องและแคชเชียร์รับเงิน โต๊ะกาแฟสำหรับลูกค้า

จากงานวิจัยของ นันทกา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญคือ ความสะอาดความสะดวกสบายในร้าน (นันทกา สิริธิมงคลและคณะ , 2553) สืบจากจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ นักศึกษา วัยรุ่นและนักท่องเที่ยว ทำการศึกษารูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในร้านกาแฟบนถนนนิมมานเหมินท์จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟจำนวน 3 รายพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 21-25 ปี รองลงมาคือ 15-20 ปี เหตุผลในการเข้าใช้งานร้านกาแฟ 6 อันดับดังนี้ 1) อยากดื่มกาแฟเป็นที่นัดพบเพื่อนๆ 2) เพื่อพักผ่อนยามว่าง 3) เพื่ออ่านหนังสือ 4) เพื่อ

ติดต่อกับลูกค้า 5) เพื่อประชุมงาน 6) เล่นอินเทอร์เน็ต ส่วนสิ่งที่อยากให้ร้านกาแฟมีคือ 3อันดับแรกคือ 1) มีมุมส่วนตัว 2) มีที่จอดรถสะดวก 3) ความกว้างขวางของร้าน จากการศึกษายังพบอีกว่าในงานวิจัยของ สมพงษ์ ชาวประเสริฐ (2546) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดร้านกาแฟปัจจุบันมีความต้องการความบริการที่สะดวกสบายโดยใช้ ส่วนเรื่องบรรยากาศการตกแต่งและการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ รวมถึง พงษ์เทพ แสงชื่อ (2554) ให้ความเห็นว่า คำตอบส่วนใหญ่ของลูกค้าคือการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ที่ควรรองรับลูกค้าได้หลายแบบเช่นบางคนมาเป็นกลุ่มมาทำงานนัดพบเจรจาต่อรองหรือเพื่อนนั่งพักผ่อนให้สบายเฟอร์นิเจอร์ควรปรับเปลี่ยนได้



ภาพที่ 2.14 แสดงร้านกาแฟที่ทำการสำรวจ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 กระบวนทัศน์ในการวิจัย

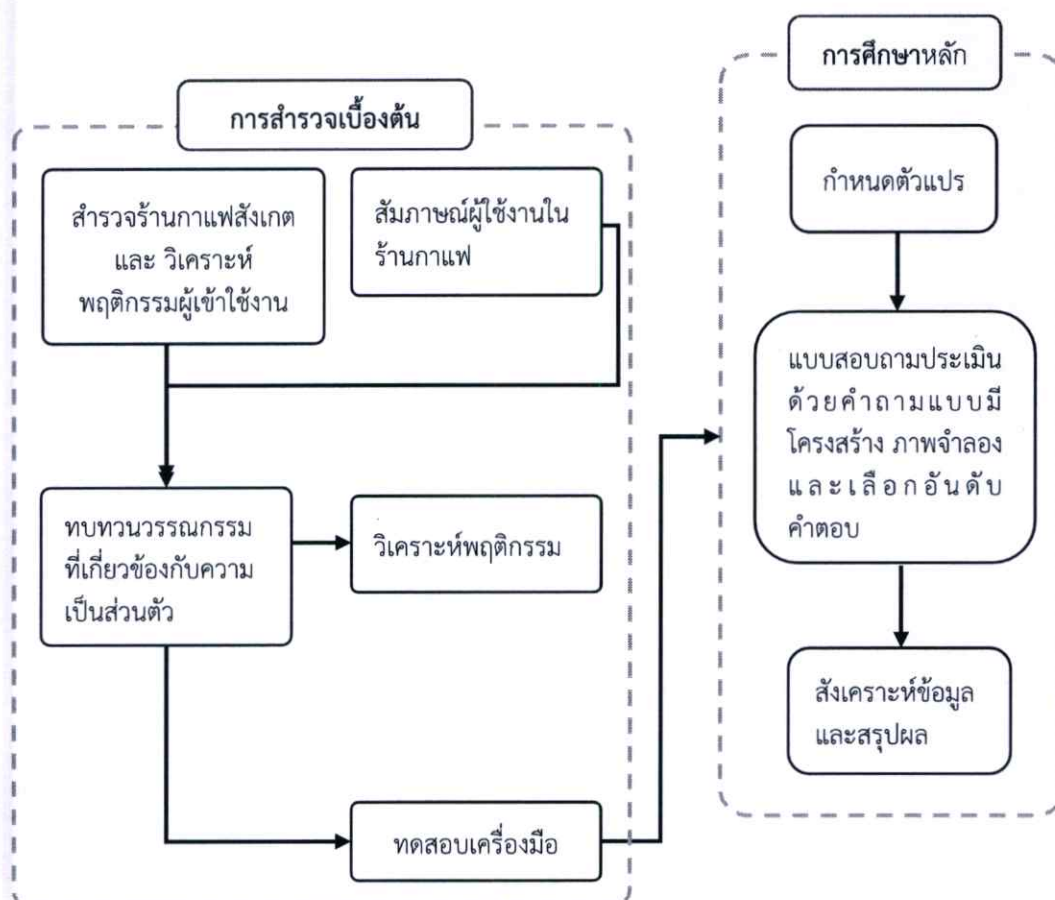
การวิจัยฉบับนี้เป็นเชิงปริมาณเพื่อศึกษาองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายใน ประกอบด้วย การจัดผังเฟอร์นิเจอร์ศึกษาในส่วนของตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟและรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ลักษณะการนั่งการรับรู้จากมุมมองที่เกิดขึ้นกับภาวะความเป็นส่วนและพื้นที่ส่วนบุคคลโดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจุดประสงค์การเข้าใช้งานแบ่งเป็น 2 จุดประสงค์คือ 1)ทานกาแฟ นั่งเล่น 2)ทำงาน อ่านหนังสือ ส่งผลต่อภาวะความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคลที่ต่างกันอย่างไร โดยการเก็บข้อมูลจากพฤติกรรมในการตอบสนองต่อพื้นที่นั้น และหารูปแบบที่ตอบสนองต่อภาวะความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าใช้งานในร้านกาแฟ

3.2 การออกแบบวิธีวิจัย

ประเมินสภาพแวดล้อมทางกายภาพหลังการเข้าใช้พื้นที่ Post Occupancy Evaluation (POE) ระบุองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายใน มีการสังเกตการณ์ กลุ่มผู้ใช้งานและพฤติกรรม จากนั้นจึงวิเคราะห์พฤติกรรมและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่อีกครั้งเพื่อสัมภาษณ์ผู้ใช้งานด้วยคำถามปลายเปิด จากนั้น กำหนดตัวแปรคือ ที่ทำการศึกษาดำเนินงานที่นั่งในร้านกาแฟและรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ กำหนดคำถามการวิจัย คือ 1) จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟอย่างไร 2) จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ในร้านกาแฟอย่างไร 3) จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลความเป็นส่วนตัวที่ได้รับในร้านกาแฟอย่างไร เมื่อเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และเลือกนั่งในตำแหน่งที่แตกต่างกัน 4) จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อพื้นที่ส่วนบุคคลที่ได้รับในร้านอย่างไร เมื่อเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และเลือกนั่งในตำแหน่งที่แตกต่างกัน จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในพื้นที่จริง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณทำการศึกษา ผู้ใช้งานโดยแบบสอบถาม ซึ่งสามารถระบุตัวแปรได้ชัดเจน เก็บข้อมูลของผู้ใช้งานได้ครบถ้วนและชัดเจน การสำรวจเบื้องต้น สำรวจร้านกาแฟในเขตกรุงเทพฯ ผังบริเวณภายในร้าน ทำการทดสอบเครื่องมือที่จะใช้ประเมิน เลือกวิธีการเก็บข้อมูล จากนั้นสร้างแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ประกอบกับการประเมินด้วยภาพบรรยากาศจำลองให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ นำผลที่ได้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงอนุมาน วิเคราะห์พฤติกรรมความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคลของผู้เข้าใช้ โดยเลือกศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้งานตามร้านกาแฟโดยแยกตามจุดประสงค์ในการเข้าใช้งานคือ 1)นั่งดื่มกาแฟ ผ่อนคลาย 2) ทำงานหรืออ่านหนังสือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในร้านกาแฟและการเลือกตำแหน่งที่นั่งรวมถึงรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ถูกจัดส่งผลต่อภาวะความเป็นส่วนและพื้นที่ส่วนบุคคลของผู้เข้าใช้งานในร้านกาแฟ

3.3 แผนการวิจัย

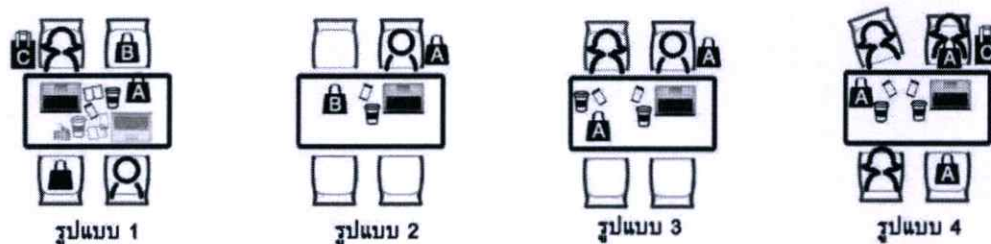
3.3.1 สํารวจเบื้องต้น



ภาพที่ 3.1 แสดงการออกแบบวิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาหลักสำหรับร้านกาแฟที่มีผังบริเวณ เปิดโล่งร้านเพื่อกำหนดขนาดพื้นที่ ที่ทำการศึกษาให้ใกล้เคียงกัน องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม ภายในได้แก่ การจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์ รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ลักษณะการ นั่ง ความสูงของที่นั่ง โต๊ะที่ นั่งปกติ โต๊ะนั่งทานกาแฟ บาร์สูง โต๊ะนั่งกับพื้น พฤติกรรมที่เกิดจากการใช้งานจริง จากการเก็บข้อมูล พบลักษณะผังร้านกาแฟที่ทำการสำรวจ แบบที่ 1 แยกพื้นที่สำหรับสั่งเครื่องดื่มก่อนเข้าส่วนพื้นที่ บริการแยกเป็นสองลักษณะคือเป็นห้องส่วนตัวเข้าใช้บริการโดยค่าบริการเป็นการเปิดตามยอดการซื้อ ตามขั้นต่ำที่กำหนดสำหรับแต่ละพื้นที่การทำงาน โดยมีระบุจำนวนเวลาการเข้าใช้ อีกส่วนเป็นแบบ แพลนเปิดโล่งสามารถมองเห็นได้ทั้งร้าน ลักษณะเฟอร์นิเจอร์ที่เลือกใช้ มีโต๊ะความสูงปกติคือสูง 75 เซนติเมตร ใช้คู่กับเก้าอ้นั่ง และโต๊ะที่นั่งกับพื้น โดยใช้เบาะวางรองที่นั่ง สามารถเลื่อนไปมาได้ รวมทั้ง มีบาร์สูง 100 เซนติเมตรนั่งกับเก้าอี้สตูลบาร์ แบ่งโซนที่นั่งโต๊ะเป็นกลุ่มโดยมี เคาน์เตอร์บาร์อยู่ริม หน้าต่าง นั่งหันหน้าเข้าหากระจกมองอยู่นอกร้าน กันด้วยโต๊ะนั่งความสูง 75 เซนติเมตร ลักษณะโต๊ะ มีทั้งแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัสและสี่เหลี่ยมผืนผ้า จัดวางสลับกันในโซน ถัดมาเป็นชุดที่นั่งกับพื้น มีเบาะนั่ง ทำเป็นลักษณะชั้นบันได ผลจากการเก็บข้อมูลคือ แบบที่ 2 เป็นลักษณะแพลนเปิดโล่งส่วนพื้นที่

บริการและส่วนสิ่งเครื่องตั้งอยู่ภายในบริเวณเดียวกันจัดเป็นเคาร์เตอร์สำหรับต้อนรับลูกค้า และมี การกันห้อง สำหรับนั่งเป็นกลุ่ม โดยเป็นการเช่าชั่วโมงเพื่อใช้ห้อง



A: กระเป๋าสัมภาระ ใบที่ 1 B: กระเป๋าสัมภาระ ใบที่ 2 C: กระเป๋าสัมภาระ ใบที่ 3

ภาพที่ 3.2 แสดงผังการนั่งที่โต๊ะความสูง 75 เซนติเมตร แบบ 4 ที่นั่ง

จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นด้วยวิธีการสังเกตและสัมภาษณ์ผู้ใช้งาน ได้ผลการเก็บข้อมูล ดังนี้ ส่วนของแบบสังเกตการณ์ แสดงให้เห็น ลักษณะการเลือกที่นั่ง ระยะห่างระหว่างบุคคลที่มาด้วยกันมีระยะตั้งแต่ 30-60 เซนติเมตร (รูปแบบที่1) ในกรณีที่มาสองคนมักจะเลือกที่นั่งฝั่งตรงข้ามและเยื้องกันและการเอียงตัวเข้าหาผู้นั่งอีกฝั่งตำแหน่งของสัมภาระที่วางส่วนใหญ่ที่พบ มี 2 ลักษณะคือ เพศหญิงจะวางบนโต๊ะหรือด้านข้างลำตัว โดยมีสัมภาระ 2 ใบ แยกเป็นกระเป๋าถือ 1 ใบและกระเป๋าเอกสาร 1 ใบ (ถ้ามี) (รูปแบบที่2) เพศชาย หากมีกระเป๋าสัมภาระส่วนใหญ่มักวางไว้ข้างลำตัวที่พื้นหรือใต้ที่นั่ง (รูปแบบที่3) หากมีผู้นั่งเป็นกลุ่มอยู่ก่อนแล้ว ผู้ใช้งานที่เข้ามาใหม่ มักจะเลือกหันหลังให้กลุ่มผู้ใช้อีก่อนหน้า ในกรณีที่มีของตกแต่งเช่น เบาะที่ หมอนอิง แจกันบนโต๊ะ หรือเก้าอี้ว่าง ผู้ใช้งานจะย้ายตำแหน่งมาวางข้างตัว เว้นระยะกับผู้นั่งกับผู้ใช้รายอื่น มีกรณีที่ผู้ใช้งานมาคนเดียวถูกขอ ให้รวมโต๊ะหรือย้ายโต๊ะ ผู้ใช้ยอมย้ายโต๊ะและมีการขยับที่นั่งด้วยการวางกระเป๋าหันตำแหน่งข้างตัว มีพฤติกรรมการเอียงตัว เบี่ยงเบนความสนใจของตนเองด้วยการหันหน้าไปทางอื่น หรือเปลี่ยนกิจกรรมที่ทำอยู่จากเดิมในตอนแรก และมีบางคนลุกออกจากที่นั่งไป ซึ่ให้เห็นว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้ใช้ถูกรบกวนความเป็นส่วนตัวสอดคล้องงานวิจัยในที่กล่าวมาข้างต้น ตัวชี้วัดโดยการดูพฤติกรรมที่ผู้ใช้แสดงออก ตามแนวทางการศึกษา ของมาส์โลว์และเอสเซอร์

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับ Co-working Space เพื่อสำรวจภาวะความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างในส่วนของคุณภาพการเข้าใช้งาน การนัดพบ และทำงานเทียบกับระหว่างร้านกาแฟ รูปแบบร้านที่เป็น Co-working Space ลักษณะคือมีการซื้อชั่วโมงเพื่อเข้าใช้งานในพื้นที่ อาจมีน้ำหรือเครื่องดื่มไว้บริการเล็กน้อย สามารถสั่งเครื่องดื่มเพิ่มเติมได้ที่เคาร์เตอร์บริการมีค่าใช้จ่ายเพิ่ม แพลนแต่ละชั้นต่างรูปแบบกัน การจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์ รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ชั้นแรกลักษณะการจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์ที่พบเป็นแบบเปิดโล่ง รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้เป็นโต๊ะสำหรับนั่งทำงาน มีโต๊ะต่อกันสามารถนั่งได้ 16 ที่นั่ง จัดไว้เป็นแถว สามารถนั่งแชร์โต๊ะกันได้ มีปลั๊กพ่วงไว้บริการบนโต๊ะ แถวละสองช่วง ช่วงละ 4 จุด และบาร์ที่นั่งสำหรับนั่งริมหน้าต่าง รวมถึงมีบริการล็อกเกอร์ฝากของ ชั้นที่สองแยกเป็นห้องส่วนตัวขนาด 6 ที่นั่ง แบ่งเป็นห้องๆ ชั้นที่ 3 เป็นแพลนเปิดโล่งจัดชุดที่นั่งเป็นกลุ่มโต๊ะทำงาน 8 ที่นั่ง และมีกระดานดำรอบห้องสามารถใช้บริการกระดานดำได้ ทุกโต๊ะ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์ พบว่ากลุ่มผู้เข้าใช้งานส่วนใหญ่

เป็นนักเรียน นักศึกษา ทำกิจกรรมในลักษณะตัวหนังสือ ทำการบ้านมีเพียงส่วนน้อยที่มานั่งทำงานตามลำพัง สามารถนั่งทำงานอยู่ในบริเวณชั้นเดียวกัน อยู่โต๊ะเดียวกันได้แต่มีระยะห่างระหว่างกลุ่มคน โดยไม่รู้สึกรำคาญรบกวนจนเป็นปัญหา อีกกลุ่มผู้ใช้งานคือคนวัยทำงาน การจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์เป็นแบบเปิดโล่ง บรรยากาศโดยรวมเงียบสงบ รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่พบมีทั้งโต๊ะทำงานจัดเป็นกลุ่มและลักษณะแยกที่นั่งเดี่ยว



ภาพที่ 3.3 แสดงบรรยากาศ Co-Working ที่ทำการสำรวจเบื้องต้น

3.3.2 การศึกษาหลัก

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาร้านกาแฟโดยเลือกร้านกาแฟที่สามารถนั่งทำงานได้ โดยไม่คิดค่าชั่วโมงเพิ่มจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นและการทบทวนวรรณกรรมเป็นแนวทางในการทำแบบสอบถามเพื่อศึกษาจุดประสงค์ในการเข้าใช้งานคือ 1) นั่งดื่มกาแฟ ผ่อนคลาย 2) ทำงานหรืออ่านหนังสือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในร้านกาแฟและการเลือกตำแหน่งที่นั่งรวมถึงรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่จัดส่งผลต่อภาวะความเป็นส่วนและพื้นที่ส่วนบุคคลของผู้เข้าใช้งานในร้านกาแฟ สัดส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรม ที่เกิดขึ้นในร้านกาแฟและผังบริเวณที่ถูกจัดไว้ตามจริงต่างกันอย่างไร ทำการศึกษาร้าน ease café & co-working ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ บริเวณใกล้เคียงเป็นใกล้สถานศึกษาและสำนักงานในช่วงเดือน 28 พฤษภาคม ถึง 13 มิถุนายน พ.ศ.2562 ช่วงเวลา 10:00 - 17:00 น. โดยทำการเก็บข้อมูลเฉพาะพื้นที่ที่เป็น café ไม่สำรวจส่วน co-working โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลช่วงวันธรรมดา เพื่อหลีกเลี่ยงความหนาแน่นของผู้ใช้ซึ่งอาจส่งผลต่อตัวแปรตาม



ภาพที่ 3.4 แสดงบรรยากาศบรรยากาศภายในร้านกาแฟ

3.4 การแปลงนิยามด้านมโนทัศน์เป็นนิยามด้านปฏิบัติการ

3.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างกรอบแนวคิดในการวิจัยและคำถามวิจัย

ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรที่ 1 วัตถุประสงค์การใช้งานในร้านกาแฟ ประกอบด้วย ทีมกาแฟนั่งผ่อนคลาย นัดพบสังสรรค์ ทำงาน คุยงาน ตัวแปรที่ 2 องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายในองค์ประกอบของร้านกาแฟได้แก่ ผังเฟอร์นิเจอร์ และรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ไม่มีผลต่อระดับความต้องการภาวะความเป็นส่วนตัวในร้านกาแฟ

3.4.2 ตัวแปรและการชี้วัด

ตัวแปร รายการชี้วัด องค์ประกอบสภาพแวดล้อมภายใน การกำหนดรูปแบบลักษณะของร้าน ทั้งการจัดวางรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ผู้วิจัยทำการศึกษาตำแหน่งที่นั่งและรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ความสูงของการนั่ง มุมมองการรับรู้ การจัดผังบริเวณลักษณะที่พบ คือการจัดผังบริเวณตำแหน่งที่นั่งเป็นกลุ่ม ไม่นิยมกันพื้นที่จะใช้เฟอร์นิเจอร์กำหนดสัดส่วนพื้นที่ รูปแบบการตกแต่งบรรยากาศเป็นโครงสร้าง เหล็กปูนเปลือย ปล่อยสายไฟและท่อน้ำเพื่อให้เห็นถึงงานระบบ และโครงสร้างอาคาร ความดิบหนายของวัสดุสร้างความโดดเด่นในการตกแต่งรวมถึงใช้ในงานเฟอร์นิเจอร์แบบโมโนโทน สีขาว, เทา, ดำ ใช้สีของวัสดุเดิม เช่นสีอิฐ สีเทาของปูนขัดมัน โดยกำหนดร้านกาแฟที่มีผังบริเวณเปิดโล่ง เพื่อผู้วิจัย ทำการศึกษา รูปแบบผังการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ ระยะห่าง การเลือกตำแหน่งที่นั่งในผังเฟอร์นิเจอร์ และรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ระดับความสูงเฟอร์นิเจอร์ มุมมองที่นั่งพื้น นั่งเก้าอี้ นั่งสตูลบาร์ที่ส่งผลต่อการรับรู้และความต้องการภาวะความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคล

3.4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานการวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 3.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานการวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล

นิยามด้านมโนทัศน์	นิยามปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	ระดับการวัด	เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
จุดประสงค์การเข้าใช้ 1) ตีพิมพ์ นิ่งเล่น 2) ทำงาน อ่านหนังสือ	ตำแหน่งที่นั่งในร้าน 1) ตำแหน่งที่นั่ง A 2) ตำแหน่งที่นั่ง B 3) ตำแหน่งที่นั่ง C 4) ตำแหน่งที่นั่ง D 5) ตำแหน่งที่นั่ง E 6) ตำแหน่งที่นั่ง F 7) ตำแหน่งที่นั่ง G 8) ตำแหน่งที่นั่ง H	ตัวชี้วัด	Norminal	แบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรมและการสำรวจเบื้องต้น	T-Test

3.4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานการวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 3.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานการวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล

นิยามด้านมโนทัศน์	นิยามปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	ระดับการวัด	เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
จุดประสงค์การเข้าใช้ 1) ตีพิมพ์ นิ่งเล่น 2) ทำงาน อ่านหนังสือ	รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ 1) นิ่งบาร์สูง 2) นิ่งโต๊ะเก้าอี้ทั่วไป 3) นิ่งพนัก 4) นิ่งโต๊ะกาแฟ	ตัวชี้วัด	Norminal	แบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรมและการสำรวจเบื้องต้น	T-Test

3.4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานการวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 3.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานการวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล

นิยามด้านมโนทัศน์	นิยามปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	ระดับการวัด	เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
จุดประสงค์การเข้าใจ 1) ตีพิมพ์ นิ่งเล่น 2) ทำงาน อ่านหนังสือ	ความต้องการภาวะความเป็นส่วนตัว ระดับความเป็นส่วนตัว 1) มีขอบเขตชัดเจน 2) แยกตัว 3) ปราศจากการสังเกตและการถูกเฝ้ามอง 4) ปกปิดเรื่องราว-ข้อมูล 5) สามารถนั่งร่วมโต๊ะกับผู้อื่น	Symmetric scale แบ่งเป็น 5 ระดับ	Scale	แบบสอบถาม แบบมีโครงสร้าง จากการทบทวนวรรณกรรมและ การสำรวจเบื้องต้น	T-Test

3.4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานการวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 3.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐานการวิจัย ตัวแปรตัวชี้วัดระดับการวัด เครื่องมือใช้ในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล

นियามด้านมโนทัศน์	นियามปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	ระดับการวัด	เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
จุดประสงค์การเข้าใช้ 1) ดื่มน้ำ นั่งเล่น 2) ทำงาน อ่านหนังสือ	พื้นที่ส่วนบุคคล 1) สบายใจ 2) วางใจ 3) กำหนดพื้นที่รอบตัว	Symmetric scale แบ่งเป็น 7 ระดับ	Scale	แบบสอบถาม แบบมีโครงสร้าง จากการทบทวนวรรณกรรมและการสำรวจเบื้องต้น	T-Test

3.5 การศึกษาหลัก

3.5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีเป้าหมายจากผู้ใช้บริการ ease café & co-working ร้านกาแฟที่ทำการวิจัย จำนวน 80 คน เป็นนักเรียน นักศึกษา คนทำงาน แบ่งตามจุดประสงค์การใช้งานคือ 1) เพื่อดื่มกาแฟ-นั่งเล่น 2) ทำงาน-อ่านหนังสือ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างละ 40 คน ในส่วนของการนัดพบผู้วิจัยได้ทำการระบุรายละเอียดของการนัดพบแยกเป็นนัดพบเพื่อทานกาแฟหรือเพื่อทำงานตามข้อ 1 และข้อ 2 ตามที่กล่าวมาข้างต้น ช่วงเวลาที่ทำการเก็บข้อมูล 10:00-17:00 น. ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ช่วงเดือน พฤษภาคม พ.ศ.2562 และมีการเก็บเพิ่มเติมภายหลังวันเสาร์อาทิตย์ในเพื่อขยายผลการศึกษาเพิ่มเติม ช่วงเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2562

3.5.2 สถานที่เก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ร้านกาแฟประเภท Standalone Stores หมายถึง ที่ตั้งริมทาง บ้านตึกแถว หรือสิ่งปลูกสร้างเดี่ยว ที่ตั้ง ในเขตปทุมวันและเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ที่ตั้งร้านกาแฟที่ทำการศึกษายู่ในเขตชุมชนข้อดีคือเดินทางสะดวก ทั้งขนส่งสาธารณะ รถไฟฟ้า รถประจำทาง รถยนต์ส่วนตัว ข้อเสียคือมีที่จอดรถน้อย แต่สามารถฝากรถในบริเวณใกล้เคียงคิดค่าบริการเป็นรายชั่วโมงจากที่รถสามารถเดินทางมาร้านได้สะดวกในระยะไม่เกิน 200 เมตร เป็นร้านกาแฟจำหน่ายอาหารทานเล่นหรือขนม ในย่านที่มีสถานศึกษาและสำนักงาน โดยเลือกจากร้านกาแฟที่สามารถนั่งทำงานได้ โดยไม่คิดค่าชั่วโมงเพิ่ม ทำการศึกษา องค์กรประกอบสภาพแวดล้อมภายในและรูปแบบเฟอร์นิเจอร์เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบที่มีผลต่อภาวะความเป็นส่วนตัวตามแต่ละจุดประสงค์ของการใช้งานในร้านกาแฟ ข้อมูลทางกายภาพภายในร้านกาแฟเป็นร้านกาแฟเปิดโล่ง แบ่งส่วนเคาน์เตอร์บริการโดยสิ่งเครื่องตีและชำระเงินที่เคาน์เตอร์ จากนั้นเลือกที่นั่ง พนักงานจะเสิร์ฟเครื่องดื่มที่โต๊ะ เปิดบริการ 2 ชั้น ชั้น 1 บริเวณที่นั่งแบ่งเป็น 3 โซน โซนที่ 1 เป็นบาร์สูงบริเวณทางเข้าร้าน โซนที่ 2 ที่นั่งทั่วไป เก้าอี้ทั่วไปมีทั้งแบบพนักพิงและเก้าอี้แบบมีที่เท้าแขนวัสดุเป็นเหล็ก มีเบาะที่นั่งเสริม โต๊ะเป็นไม้ทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าความสูง 75 เซนติเมตร แบบ 4 ที่นั่ง และมีโต๊ะยาวรองรับที่นั่ง 6-8 ที่นั่ง 1 ตัว โซนที่ 3 เป็นส่วนของห้องประชุมเล็กขนาด 4-6 ที่นั่ง มีทีวีภายในห้อง ส่วนห้องประชุมมี 2 ห้องอยู่บริเวณด้านในสุดของร้าน คิดค่าบริการเป็นรายชั่วโมง (ซึ่งพื้นที่ส่วนที่เป็นห้องประชุมเล็กแบบเขานี้ ไม่ได้อยู่ในขอบเขตของการศึกษาครั้งนี้) บริเวณชั้น 2 แบ่งเป็นสองส่วน ส่วนแรกเป็นที่นั่งทั่วไปเก้าอี้แบบมีพนักพิงและเก้าอี้แบบมีที่เท้าแขนวัสดุเป็นเหล็ก มีเบาะที่นั่งเสริม โต๊ะเป็นไม้ทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าความสูง 75 เซนติเมตร แบบ 2-4 ที่นั่ง 2 ตัว และมีโต๊ะยาวรองรับที่นั่ง 6 ที่นั่ง 1 ตัว ภายในบริเวณนี้ยังมีส่วนที่นั่งแบบบาร์สูงเกาะริมหน้าต่าง หันหลังให้โต๊ะแบบ 2-4 ที่นั่ง ในตำแหน่งก่อนทางเข้าห้องส่วนที่เป็นโต๊ะเดี่ยว ส่วนห้องในสุดเป็นโต๊ะญี่ปุ่นสูง 45 เซนติเมตร นั่งพื้นมีเบาะนั่ง (Bean Bag)



ภาพที่ 3.5 แสดงบรรยากาศภายในร้านชั้น 1 ส่วนที่นั่งทั่วไปส่วนด้านในร้าน



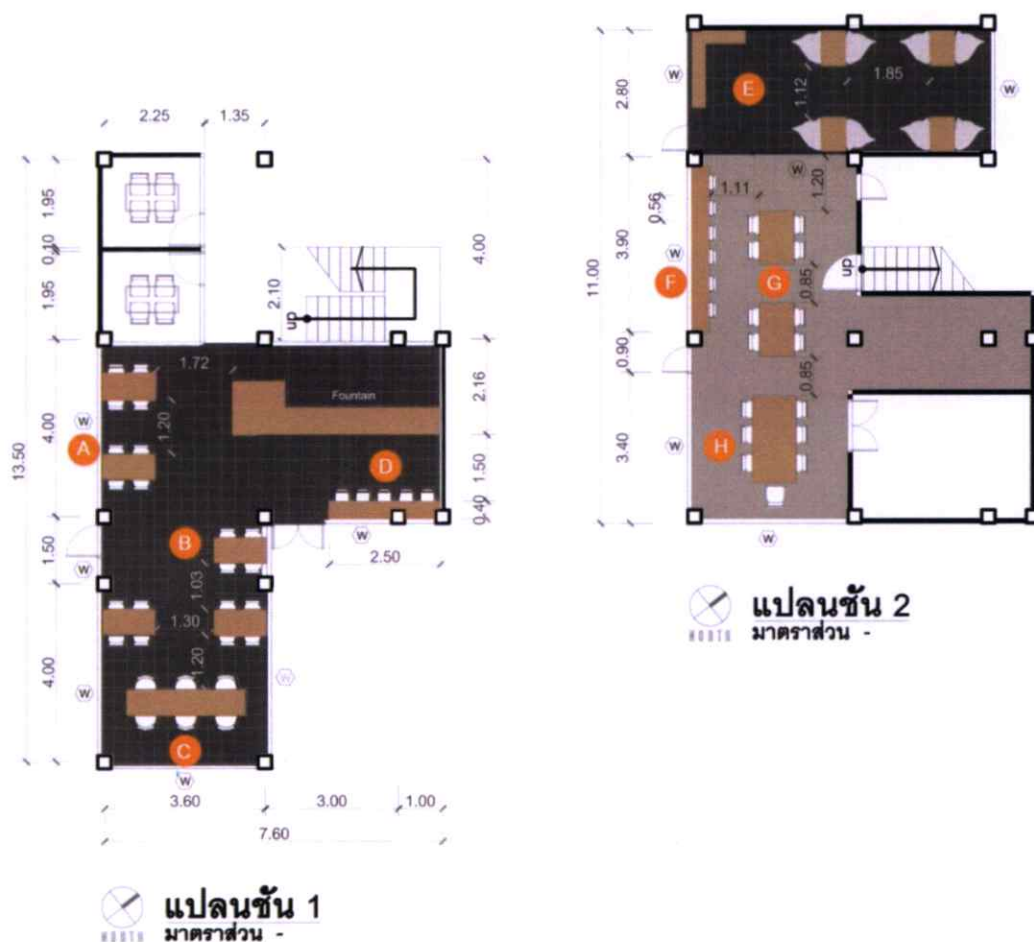
ภาพที่ 3.6 แสดงบรรยากาศภายในร้านชั้น 1 ส่วนที่นั่งทั่วไปส่วนหน้าร้าน



ภาพที่ 3.7 แสดงบรรยากาศภายในร้านชั้น 2 ส่วนห้องเล็ก นั่งพื้น



ภาพที่ 3.8 แสดงบรรยากาศภายในร้านชั้น 2 ส่วนห้องเล็ก นั่งพื้น



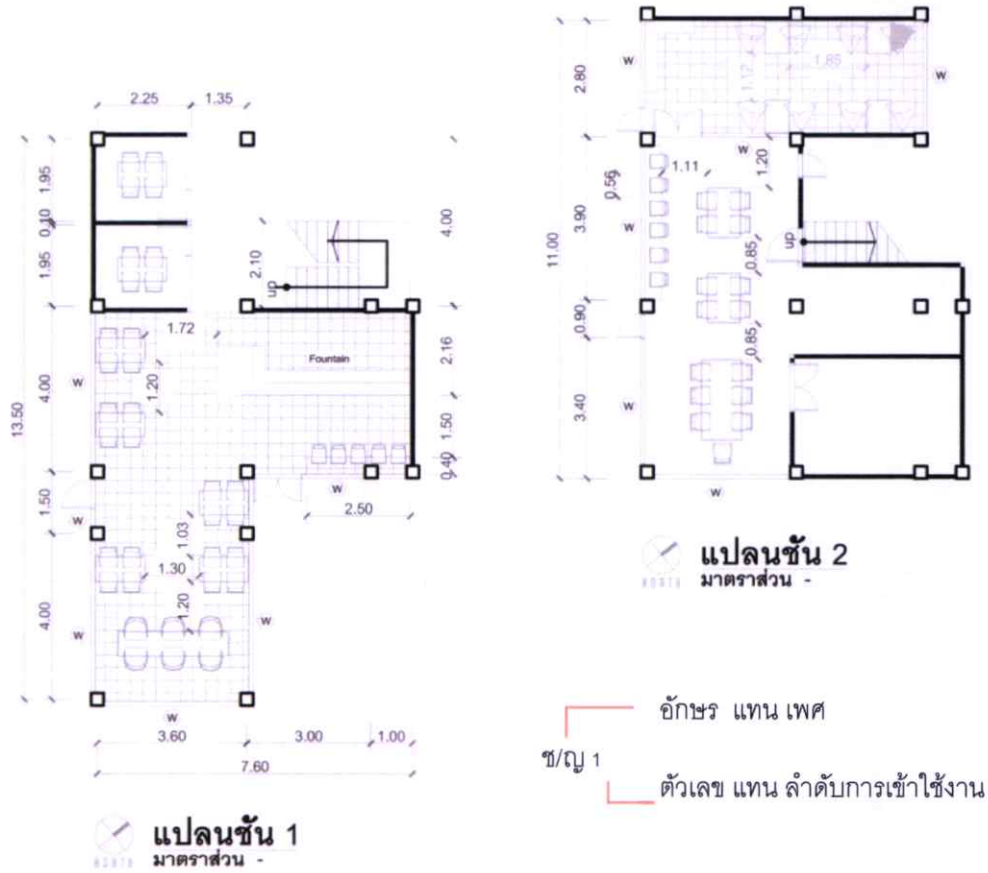
ภาพที่ 3.9 แสดงผังบริเวณร้าน

- จากผังบริเวณร้านกาแฟที่ทำการสำรวจได้กำหนดความแตกต่างของตำแหน่งที่นั่ง A-H ดังนี้
1. ตำแหน่งที่นั่ง A และ E ผังด้านใดด้านหนึ่งทับหรือไม่มีการสัญจรผ่านด้านใดด้านหนึ่ง
 2. ตำแหน่งที่นั่ง B ผังด้านใดด้านหนึ่งติดหน้าต่าง(ซึ่งหมายความว่าผู้ใช้ได้รับมุมมองเปิดโล่ง แต่ไม่สามารถเข้าถึงตัวผู้ใช้งานได้ง่าย)
 3. ตำแหน่งที่นั่ง C และ H ที่นั่งหันหน้าเข้าหากันในลักษณะลอยตัว มีจุดสังเกตว่าตำแหน่ง C และ H แตกต่างกันที่ ตำแหน่ง C อยู่ในจุดที่ไม่มีการเดินผ่าน ถ้าว่าตำแหน่งมีขอบเขตชัดเจนกว่า ตำแหน่ง H ที่มีด้านหนึ่ง เป็นผนังกันห้องมีประตูสำหรับเดินเข้าอีกห้อง อีกทั้งยังตั้งอยู่ที่ชั้น 2
 4. ตำแหน่งที่นั่ง D การนั่งหันหน้าไปทางหน้าต่าง แบบเรียงหน้ากระดานและด้านหลังโล่ง
 5. ตำแหน่งที่นั่ง F นั่งหันหน้าเข้าหาผนัง แบบเรียงหน้ากระดานและด้านหลังโล่ง
 6. ตำแหน่งที่นั่ง G นั่งกลุ่มปิดแบบลอยตัว (ตำแหน่งที่นั่งกับลักษณะกลุ่มจำนวนที่นั่งไม่เท่ากันอาจส่งผลคลาดเคลื่อนต่อคำตอบการตัดสินใจ การนั่งแบบกลุ่มเปิดจำนวนที่นั่ง 6 ที่ขึ้นไป พบว่าผู้ใช้มีพฤติกรรมกรนั่งรวมกันกับคนแปลกหน้า)

3.5.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อทดสอบเครื่องมือโดยเริ่มจากแบบสอบถาม แล้วสังเกตการณ์กลุ่มตัวอย่างอื่นไปพร้อมแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเป็นคำถามปลายปิด (Closed questionnaire) โดยการให้กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกตอบโดยปรับชุดคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ส่วนแรกของแบบสอบถามเป็นการเลือกตอบสภาวะความเป็นส่วนตัวทางกายภาพเมื่อเข้าใช้งานในร้านกาแฟ ลักษณะคำถาม เช่น ลักษณะกิจกรรมที่ต้องการความเป็นส่วนตัวหรือไม่ เลือกตอบ 1.ต้องการ 2. ไม่ต้องการ หรือคำถามว่า ผู้ใช้ต้องการสภาวะใดเมื่อเข้าใช้งานในร้านกาแฟ โดยมีตัวเลือกคือ 1.อยู่ตามลำพัง 2.แยกตัวออกมาอยู่ในสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสม 3.อยู่ในที่สาธารณะโดยปราศจากการสังเกตของผู้คนที่เฝ้ามอง มีภาวะผ่อนคลาย 4.ภาวะที่ไม่เปิด เผยเรื่องราวบางประการ ที่เป็นความลับของข้อมูลหรือสาร ส่วนที่สองเป็นการวัดระดับความรู้สึกถึงภาวะความเป็นส่วนตัว แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ตั้งแต่ ไม่รู้สึก แทบจะไม่รู้สึก รู้สึกเล็กน้อย รู้สึกมาก รูปแบบคำถามเช่น รู้สึกไม่สบายหรือไม่เมื่อมีคนแปลกหน้ามานั่งร่วมโต๊ะ รู้สึกต้องการเปลี่ยนที่นั่งเมื่อมีคนแปลกหน้ามานั่งร่วมโต๊ะหรือไม่ การตกแต่งในร้านมีผลต่อความรู้สึกเป็นส่วนตัวของผู้ใช้หรือไม่ 2) แบบสัมภาษณ์ (Interview) แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยผู้วิจัยใช้ชุดคำถามเดียวกับแบบสอบถาม ขออนุญาตบันทึกเสียงหรือจดสัมภาษณ์ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบรายบุคคล ผสมแบบกลุ่มด้วยข้อจำกัดความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล 3) แบบสังเกตการณ์ (Observation) ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจผังเฟอร์นิเจอร์ภายในร้านกาแฟ โดยใช้แนวระยะเบื้องทุกระยะ 30 เซนติเมตร เช็กระยะสังเกตการณ์ ระบุตำแหน่งที่นั่งและลักษณะการนั่งของกลุ่มตัวอย่างและทำการถ่ายภาพภายในร้านกาแฟ สังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกตามการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสังเกตพฤติกรรมผู้วิจัยได้เพิ่มเติมการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้ใช้จำนวน 5 คนเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบและพฤติกรรมที่สังเกตได้จากผลการทดสอบเครื่องมือชี้ให้เห็นว่า ผลของการใช้เครื่องมือที่ทั้ง 3 แบบ ใช้วัดระดับภาวะความเป็นส่วนตัวได้ตรงตามความเป็นจริง ผู้ให้ข้อมูลเข้าใจภาวะความเป็นส่วนตัวคือมีความเข้าใจความต้องการภาวะความเป็นส่วนตัวตามความหมายที่กล่าวข้างต้น จากชุดคำถามแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สามารถระบุตัวแปรในเชิงลึกและชัดเจนในการเก็บข้อมูลซึ่งมาจากรูปแบบคำถามและคำตอบที่ให้เลือก ส่วนแบบสังเกตการณ์ทำให้เห็นถึงรูปแบบการใช้พื้นที่เปิดโล่งได้ ปฏิกริยาที่ผู้ใช้สร้างขึ้นทำให้ได้ข้อมูลส่วน พฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคล จากระยะห่างที่ผู้ใช้เลือก การแสดงอาณาเขตครอบครอง และขนาดพื้นที่จากการวางของที่ใช้ ตำแหน่งการวางกระเป๋าแสดงถึงความรู้สึกปลอดภัย ภาวะการถูกรบกวนความเป็นส่วนตัว จากพฤติกรรมการเอียงตัว ใส่หูฟังหรือย้ายที่นั่ง ใกล้เคียงกับงานของเอสเซอร์ Esser (1973) แต่ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน ว่าสิ่งใดเป็นตัวแปรที่รบกวนภาวะความเป็นส่วนตัว รวมถึงไม่สามารถเก็บข้อมูลด้านทัศนคติของผู้ใช้ได้เท่าแบบสอบถาม จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการศึกษาเบื้องต้นเท่านั้น แม้ว่าแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ จะให้ข้อมูลได้ใกล้เคียงกัน แต่การศึกษาข้างต้น พบว่าการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สามารถนำไปพัฒนาเพื่อใช้ประเมินการวัดภาวะความเป็นส่วนตัวได้ เนื่องจากข้อมูลที่ได้มีแนวทางคำตอบที่ใกล้เคียงกัน โดยแบบสอบถามสามารถเก็บข้อมูลในเชิงพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายในได้อย่างชัดเจน ในแง่ของความสะดวกสามารถเก็บข้อมูลจำนวนมากได้เร็วในระยะเวลาอันสั้นและไม่รบกวนผู้ให้ข้อมูล จึงได้นำแบบสอบถามมาพัฒนาต่อเพื่อใช้เก็บข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้ โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกสอบถามวัตถุประสงค์ที่เข้าใช้ในร้านกาแฟ

และข้อมูลเรื่องอายุ สถานะภาพเป็นนักเรียน หรือคนทำงาน ส่วนที่สองสอบถามถึงองค์ประกอบในร้านกาแฟที่ส่งผลต่อภาวะความเป็นส่วนตัวเมื่อเข้าใช้งาน



ภาพที่ 3.10 แสดงแบบสังเกตการณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล



ภาพที่ 3.11 แสดงแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.5.4 ขั้นตอนในการเก็บข้อมูล

โดยแจกแบบสอบถามสามารถเพื่อเก็บข้อมูลในเชิงพฤติกรรมทั้งภายนอกและพฤติกรรมภายใน โดย ส่วนแรกสอบถามจุดประสงค์การใช้งานในร้านกาแฟ แบ่งเป็น 2 ประเด็นคือ 1) ต่มีกาแฟ นั่งเล่น 2) นั่งทำงาน อ่านหนังสือ และเก็บข้อมูลทั่วไป เรื่องอายุ เพศ การเลือก ตำแหน่งที่นั่ง รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ นำมาจากการลงพื้นที่สำรวจตามสภาพจริง ส่วนที่สองสอบถามถึงระดับความต้องการภาวะความเป็นส่วนตัว 5 ระดับ จากไม่ต้องการมากที่สุด ไม่ต้องการ เฉยๆ ต้องการมาก ต้องการมากที่สุด และเมื่อเข้าใช้งานในพื้นที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกที่นั่งที่มีขอบเขตชัดเจนระดับใด เมื่อถูกรบกวนกลุ่มตัวอย่างต้องการแยกตัวออกมาอยู่ในพื้นที่ ที่ไม่ถูกรบกวนหรือไม่ที่ระดับใด ลำดับถัดมาคือกลุ่มตัวอย่างสามารถอยู่ร่วมกับในที่สาธารณะได้ โดยปราศจากการสังเกตและการเฝ้ามองที่ระดับใด กลุ่มตัวอย่างอยู่ในภาวะไม่เปิดเผยเรื่องราวบางประการ ที่เป็นความลับของข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการนั่งร่วมโต๊ะกับผู้อื่นในร้านได้หรือไม่ที่ระดับใด จากทั้ง 5 ระดับ ชุดคำถามอ้างอิงจากระดับความเป็นส่วนตัวตามแนวทางของเวสทินและวิธีการเก็บของข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่วอลเดนใช้สำรวจความสัมพันธ์ระหว่างความแออัดในห้องพักนักศึกษา ค่านิยมและความคาดหวังต่อความเป็นส่วนตัวในห้องพัก ประเมินการรุกรานการถอนตัว รวมถึงทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมในห้องพักนักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยฟลอริดา ส่วนที่สามเป็นคำถามพื้นที่ความเป็นส่วนตัวโดยวัดความรู้สึกเมื่อเข้าใช้งานในพื้นที่ตามแนวทางการศึกษาของทฤษฎีของฮอลล์ โดยชุดคำถามเป็นเรื่องการวัดความรู้สึกที่มีต่อพื้นที่ส่วนตัวขณะเข้าใช้งาน การเสียสมาธิ ความสบายใจ ความวางใจ การกำหนดขอบเขตได้ การแสดงออกตอบโต้การรุกราน บางส่วนของการเก็บข้อมูลจากสิ่งที่สร้างขึ้นจากสัญญาณและสัญลักษณ์ทางภาษา อีกรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่ไม่ใช่คำพูดคือการสื่อสารด้วยอวัจนภาษา ส่วนสุดท้ายเป็นคำถามถึงองค์ประกอบในร้านกาแฟคือ 1) ตำแหน่งที่นั่งในร้าน 2) รูปแบบเฟอร์นิเจอร์โดยเลือกจากภาพจำลองที่ส่งผลต่อภาวะความเป็นส่วนตัวเมื่อเข้าใช้งาน เลือกตอบเป็นระดับตามความรู้สึก โดยรูปแบบผังบริเวณ และรูปแบบเฟอร์นิเจอร์

นำมาจากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นโดยการลงพื้นที่สำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานตามร้านกาแฟ นำมาขึ้นผังบริเวณและแบบภาพไอโซเมตริก (Isometric) เพื่อทำแบบสอบถามระดับความต้องการภาวะความเป็นส่วนตัวเมื่อเข้าใช้งานตามจุดประสงค์การใช้งานทั้ง 2 ข้อ

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากผู้เข้าร่วมจำนวน 80 คน นำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการ Independent t-test ที่ใช้เปรียบเทียบระหว่างจุดประสงค์การเข้าใช้งานสองกลุ่มที่แตกต่างกัน คุณลักษณะตัวแปรอิสระค่าตัวแปรที่ 1 คือ จุดประสงค์การเข้าใช้งานเพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ตัวแปรที่ 2 จุดประสงค์การเข้าใช้งานเพื่อ ทำงาน-อ่านหนังสือ ตัวแปรตามได้แก่ ตำแหน่งที่นั่ง A-H ตัวแปรตามที่ 2 ระดับความเป็นส่วนตัว 1) มีขอบเขตชัดเจน 2) แยกตัว 3) ปราศจากการสังเกตและการถูกเฝ้ามอง 4) ปกปิดเรื่องราว-ข้อมูล 5) สามารถนั่งร่วมโต๊ะกับผู้อื่น ระยะ ตัวแปรที่ 3 พื้นที่ส่วนบุคคลอ้างอิงทฤษฎีของฮอลคือ Proxemic Theory รูปแบบการควบคุมการบุกรุก การสื่อสาร 1) มีสมาธิ 2) สบายใจ 3) วางใจ 4) กำหนดขอบเขตได้ ตัวแปรที่ 4 รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ได้แก่ 1) นั่งบาร์สูง 2) นั่งโต๊ะเก้าอี้ทั่วไป 3) นั่งพื้น 4) นั่งโต๊ะกาแฟโดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อทดสอบ นำข้อมูลผลการวิจัย ในรูปแบบแผนภูมิรูปภาพ และตาราง

บทที่ 4 ผลการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นเชิงปริมาณเพื่อศึกษาองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายใน ประกอบด้วย การจัดผังเฟอร์นิเจอร์ศึกษาในส่วนของตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟและรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ลักษณะการนั่ง การรับรู้จากมุมมองที่เกิดขึ้นกับภาวะความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคลโดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจุดประสงค์การเข้าใช้งานแบ่งเป็น 2 จุดประสงค์คือ 1) ทานกาแฟ นั่งเล่น 2) ทำงาน อ่านหนังสือ ส่งผลต่อภาวะความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคลที่ต่างกันอย่างไร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ผลที่ได้จากการเก็บข้อมูล โดยใช้ค่าสถิติในการวิจัย ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ตามคำถามการวิจัย โดยข้อมูลเบื้องต้นเป็นการอธิบายข้อมูลทางกายภาพภายในร้านกาแฟ มิติด้านการออกแบบร้านกาแฟ ผังบริเวณร้าน องค์ประกอบภายในร้านกาแฟ ที่ทำการศึกษ ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง และเสนอผลการวิจัยข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ พบว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงจำนวน 56 คน (70%) และเพศชาย จำนวน 24 คน (30%) ช่วงอายุ 18-55 ปี อายุเฉลี่ยส่วนมากที่พบอยู่ที่ 28 ปี จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน

ส่วนที่ 2 จำนวนคนเข้าใช้แต่ละครั้ง พบว่าส่วนใหญ่มาคนเดียว มากถึง 52% (42 คน) รองลงมาคือมาเป็นคู่ 36% (29 คน) ส่วนที่มาพร้อมกันในลักษณะการนัดพบเป็นกลุ่ม แบบ 3 คน คิดเป็น 9% (7 คน) และที่เหลืออีก 3% (5-6 คน)

ค่าสัญลักษณ์ทางสถิติในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าสัญลักษณ์ทางสถิติในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
Mean	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
<i>t</i>	แทน	ค่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม
<i>f</i>	แทน	ค่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม
df	แทน	ชั้นทางความเป็นอิสระ
p-value	แทน	ความน่าจะเป็นในการปฏิเสธ H ₀ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$

4.2 คำถามวิจัยข้อที่ 1

จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟอย่างไร
สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : จุดประสงค์การเข้าใช้งานที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งที่แตกต่างกัน

H_1 : จุดประสงค์การเข้าใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งที่แตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$

ผลการวิจัย จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 80 คนแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 40 คน ตามจุดประสงค์การเข้าใช้งาน คือกลุ่มที่ 1 จุดประสงค์เพื่อทานกาแฟ-นั่งเล่น กลุ่มที่ 2 จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน-อ่านหนังสือ เมื่อวิเคราะห์ด้วย independent sample t test พบว่า จุดประสงค์การเข้าใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งที่แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญ ในตำแหน่งที่นั่ง C เมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=3.00, SD=1.41$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=3.73, SD=1.02$); $t(56)=-2.28$, $p=0.026$ และใน ตำแหน่งที่นั่ง D แตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญ เมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=3.11, SD=1.45$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=4.00, SD=0.85$); $t(28.92)=-2.16$, $p=0.039$ (ตารางที่ 4.2)

สำหรับตำแหน่งอื่นๆ พบว่า จุดประสงค์การเข้าใช้งานที่แตกต่างกันไม่ส่งผลการเลือกที่นั่งดังผลการวิเคราะห์ที่แสดงนี้

ตำแหน่งที่นั่ง A ไม่ส่งผล โดยที่ผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=3.00, SD=1.64$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=2.31, SD=1.63$); $t(51)=1.53$, $p=0.132$

ตำแหน่งที่นั่ง B ไม่ส่งผล โดยที่ผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=3.14, SD=1.04$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=2.971, SD=1.58$); $t(54)=0.51$, $p=0.612$

ตำแหน่งที่นั่ง E ไม่ส่งผล โดยที่ผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=2.59, SD=1.52$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=2.38, SD=0.98$); $t(53)=0.66$, $p=0.512$

ตำแหน่งที่นั่ง F ไม่ส่งผล โดยที่ผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=3.45, SD=1.19$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=3.46, SD=1.56$); $t(31)=-0.02$, $p=0.981$

ตำแหน่งที่นั่ง G ไม่ส่งผล โดยที่ผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=3.50, SD=1.24$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=3.40, SD=1.35$); $t(43)=0.26$, $p=0.80$

ตำแหน่งที่นั่ง H ไม่ส่งผล โดยที่ผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=2.52, SD=1.55$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=17.59, SD=80.29$); $t(54)=-0.97$, $p=0.334$

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบจุดประสงค์การใช้งานกับการเลือกตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟ

การเลือกตำแหน่งที่นั่ง	จุดประสงค์การใช้งาน	n	S.D.	Mean	t	df	ρ value
ตำแหน่งที่นั่ง A	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	24	1.64	3	1.53	51	0.132
	นั่งทำงาน	29	1.63	2.31			
ตำแหน่งที่นั่ง B	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	28	1.04	3.14	0.51	54	0.612
	นั่งทำงาน	32	1.58	2.94			
ตำแหน่งที่นั่ง C	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	28	1.41	3.00	2.28	56	0.026*
	นั่งทำงาน	30	1.02	3.73			
ตำแหน่งที่นั่ง D	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	19	1.45	3.11	2.16	28.92	0.039*
	นั่งทำงาน	12	0.85	4.00			
ตำแหน่งที่นั่ง E	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	32	1.52	2.59	0.66	53.45	0.512
	นั่งทำงาน	29	0.98	2.38			
ตำแหน่งที่นั่ง F	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	20	1.19	3.45	0.02	31	0.981
	นั่งทำงาน	13	1.56	3.46			
ตำแหน่งที่นั่ง G	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	20	1.24	3.50	0.26	43	0.799
	นั่งทำงาน	25	1.35	3.40			
ตำแหน่งที่นั่ง H	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	27	1.55	2.52	0.97	54	0.334
	นั่งทำงาน	29	80.29	17.59			

4.3 คำถามวิจัยข้อที่ 2

จุดประสงค์การใช้งานมีผลต่อการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์อย่างไร

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : จุดประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่แตกต่างกัน

H_2 : จุดประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่แตกต่างกัน

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 80 คนแบ่งเป็น 2กลุ่ม กลุ่มละ 40คน ตามจุดประสงค์การใช้งาน คือกลุ่มที่ 1 จุดประสงค์เพื่อทานกาแฟ-นั่งเล่น กลุ่มที่ 2 จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน-อ่านหนังสือ เมื่อวิเคราะห์ด้วย independent sample t test (ตารางที่ 4.3) พบว่า จุดประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญ โดยรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ลักษณะการนั่งเป็น โต๊ะเก้าอี้ที่นั่งทั่วไป เมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=2.10, SD=1.03$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=1.38, SD=0.77$); $t(72)=3.55$, $\rho=0.001$ และรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ลักษณะการนั่งเป็น โต๊ะกาแฟ แตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญ เมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=2.43, SD=1.17$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=3.05, SD=0.96$); $t(75)=-2.61$, $\rho=0.011$

ขณะที่ รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ลักษณะการนั่งเป็นบาร์สูง ไม่ส่งผล เมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=2.78, SD=1.12$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=2.93, SD=0.97$) ; $t(78)=-0.64$, $p=0.524$ รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ลักษณะการนั่งเบาะบนพื้นร่วมกับโต๊ะเตี้ย เมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=2.70, SD=1.07$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=2.65, SD=0.92$) ; $t(78)=0.22$, $p=0.823$ (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบจุดประสงค์การใช้งานกับการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์

การเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์	จุดประสงค์การใช้งาน	n	S.D.	Mean	t	df	p value
นั่งบาร์สูง	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	1.12	2.78	0.64	78	0.524
	นั่งทำงาน	40	0.97	2.93			
นั่งเก้าอี้-โต๊ะทั่วไป	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	1.03	2.10	3.55	72.31	0.001*
	นั่งทำงาน	40	0.75	1.38			
นั่งพื้น	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	1.07	2.70	0.22	78	0.823
	นั่งทำงาน	40	0.92	2.65			
นั่งเก้าอี้-โต๊ะกาแฟ	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	1.17	2.43	2.61	75.02	0.011*
	นั่งทำงาน	40	0.96	3.05			

4.4 คำถามวิจัยข้อที่ 3

จุดประสงค์การใช้งานมีผลต่อความเป็นส่วนตัวที่ได้รับในร้านอย่างไร

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : จุดประสงค์การใช้งานที่ต่างกันไม่ส่งผลต่อ ระดับความต้องการความเป็นส่วนตัวที่ต่างกัน

H_3 : จุดประสงค์การใช้งานที่ต่างกันส่งผลต่อระดับความต้องการความเป็นส่วนตัวที่ต่างกัน

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 80 คนแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 40 คน ตามจุดประสงค์การใช้งานคือ กลุ่มที่ 1 จุดประสงค์เพื่อทานกาแฟ-นั่งเล่น กลุ่มที่ 2 จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน-อ่านหนังสือ เมื่อวิเคราะห์ด้วย independent sample t -test (ตารางที่ 4.4) พบว่า จุดประสงค์การใช้งานที่ต่างกันส่งผลต่อระดับความต้องการความเป็นส่วนตัวที่ต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญ โดยระดับความต้องการความเป็นส่วนตัวที่นึ่งมีขอบเขตชัดเจน เมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=3.58, SD=0.68$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=3.93, SD=0.42$) ; $t(65)=-2.79$, $p=-0.007$ และ ระดับความต้องการความเป็นส่วนตัวที่สามารถนั่งร่วมโต๊ะกับผู้อื่นในร้านเมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=2.30, SD=0.94$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=1.88, SD=0.88$) ; $t(78)=2.09$, $p=-0.04$

ขณะที่ จุดประสงค์การใช้งานที่ต่างกัน ไม่ส่งผลต่อ ระดับความต้องการความเป็นส่วนตัวที่เหลือ (ตารางที่ 4.4) แสดงผลดังนี้

ต้องการแยกตัวจากผู้อื่น ไม่แตกต่างเมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=3.73, SD=0.79$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=3.88, SD=0.69$); $t(78)=-0.91, \rho =0.365$
 นั่งอยู่ในร้านโดยไม่ถูกเฝ้ามอง ไม่แตกต่างเมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=3.75, SD=0.67$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=3.83, SD=0.71$); $t(78)=-0.49, \rho =0.63$
 ปกปิดข้อมูลหรือกิจกรรมที่ทำเมื่ออยู่ในร้าน ไม่แตกต่างเมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=3.03, SD=0.77$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=3.15, SD=0.70$); $t(78)=-0.76, \rho =0.45$

ตารางที่ 4.4 แสดงจุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อระดับความต้องการความเป็นส่วนตัวที่ได้รับ

ความเป็นส่วนตัว	จุดประสงค์การเข้าใช้	n	S.D.	Mean	t	df	ρ value
ความเป็นส่วนตัวที่นั่งมีขอบเขตชัดเจน	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	0.675	3.58	2.79	64.959	0.007*
	นั่งทำงาน	40	0.417	3.93			
ต้องการแยกตัวจากผู้อื่น	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	0.784	3.73	0.910	78	0.365
	นั่งทำงาน	40	0.686	3.88			
นั่งอยู่ในร้านโดยไม่ถูกเฝ้ามอง	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	0.670	3.75	0.485	78	0.629
	นั่งทำงาน	40	0.712	3.83			
ปกปิดข้อมูลหรือกิจกรรมที่ทำเมื่ออยู่ในร้าน	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	0.768	3.03	0.761	78	0.449
	นั่งทำงาน	40	0.700	3.15			
สามารถนั่งร่วมโต๊ะกับผู้อื่นในร้าน	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	0.939	2.30	2.086	78	0.040*
	นั่งทำงาน	40	0.883	1.88			

4.5 คำถามวิจัยข้อที่ 4

จุดประสงค์การเข้าใช้งานมีผลต่อพื้นที่ส่วนบุคคลที่ได้รับในร้านกาแฟอย่างไร
 สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : จุดประสงค์การเข้าใช้งานที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อพื้นที่ส่วนบุคคลที่ได้รับแตกต่างกัน

H_4 : จุดประสงค์การเข้าใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อพื้นที่ส่วนบุคคลที่ได้รับแตกต่างกัน

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 80 คนแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 40 คน ตามจุดประสงค์การเข้าใช้งานคือกลุ่มที่ 1 จุดประสงค์เพื่อทานกาแฟ-นั่งเล่น กลุ่มที่ 2 จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน-อ่านหนังสือเมื่อวิเคราะห์ด้วย independent sample t test (ตารางที่ 4.5) พบว่า จุดประสงค์การเข้าใช้งานที่แตกต่างกันไม่ส่งผลพื้นที่ส่วนบุคคลได้ผลดังนี้ ความรู้สึกวางใจเมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=3.65, SD=0.77$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=3.68, SD=0.66$); $t(78)=-0.16, \rho =-0.203$ กำหนดขอบเขตพื้นที่รอบตัวได้ เมื่อผู้เข้าใช้มีจุดประสงค์เพื่อ ทานกาแฟ-นั่งเล่น ($M=0.95, SD=1.24$), จุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน ($M=-1.35, SD=1.06$); $t(78)=1.54, \rho =0.127$ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 แสดงจุดประสงค์การใช้งานมีผลต่อพื้นที่ส่วนบุคคลที่ได้รับเมื่อเข้าใช้งาน

พื้นที่ส่วนบุคคล	จุดประสงค์ การใช้งาน	n	S.D.	Mean	t	df	ρ value
ความสบายใจ	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	1.176	-1.45	0	78	1.000
	นั่งทำงาน	40	0.959	-1.45			
ความรู้สึกราวใจ สามารถเปิดเผยเรื่องราว	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	1.194	-1.10	1.284	78	0.203
	นั่งทำงาน	40	0.871	-1.40			
กำหนดพื้นที่รอบตัวได้	ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	1.239	-0.95	1.542	78	0.127
	นั่งทำงาน	40	1.075	-1.35			

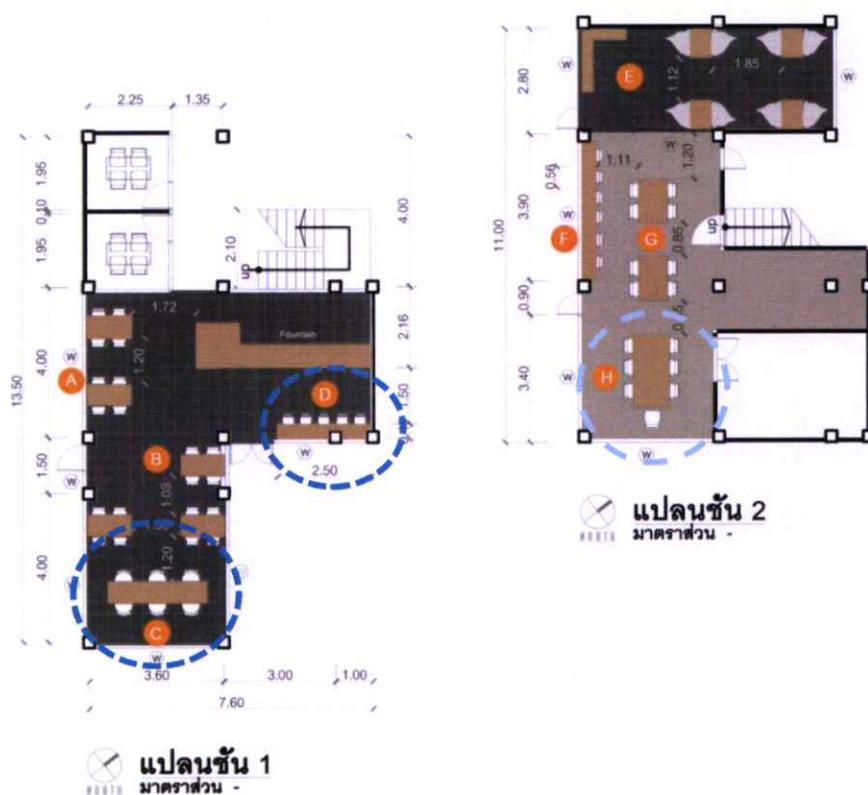
บทที่ 5

อภิปรายผล

งานวิจัยฉบับนี้ค้นหาหลักการของภาวะความเป็นส่วนตัวที่ผู้ใช้งานและนักออกแบบสามารถเข้าใจตรงกันหรือใกล้เคียงความต้องการของผู้ใช้ เพื่อเชื่อมโยงองค์ประกอบของการจัดผังที่นั่งและรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ตอบสนองจุดประสงค์การใช้งานในร้านกาแฟตามภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยทำการศึกษาผ่านองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายใน ประกอบด้วยตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟและรูปแบบเฟอร์นิเจอร์การรับรู้จากมุมมองที่เกิดขึ้นกับภาวะความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคลโดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจุดประสงค์การใช้งานแบ่งเป็น 2 จุดประสงค์คือ ทานกาแฟ-นั่งเล่น และทำงาน-อ่านหนังสือ จากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย อ้างอิงการศึกษาระดับภาวะความเป็นส่วนตัวจากงานวิจัยของ Westin ,1970 และพื้นที่ส่วนบุคคลอ้างอิงการศึกษา Proxemic space ของ Edward T.Hall ,1966 โดยตัวชี้วัดเป็นความต้องการและพฤติกรรมที่แสดงออกเมื่ออยู่ในสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นจริงผ่านการตอบแบบสอบถาม ในบทนี้ นำเสนอผลไว้ดังนี้คือ อภิปรายผลการวิจัยข้อค้นพบจากการศึกษา ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

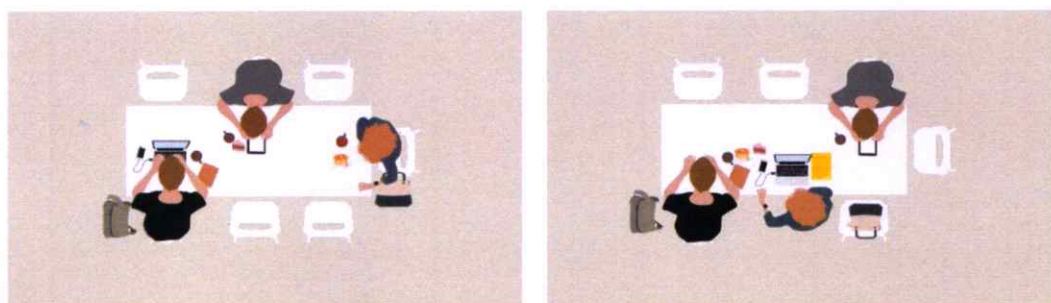
5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1.1 จุดประสงค์การใช้งานส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟเมื่อต้องการความเป็นส่วนตัว แบ่งเป็น 2 กรณี โดยจุดประสงค์การใช้งานเพื่อ 1)ทานกาแฟ-นั่งเล่น 2) นั่งทำงาน-อ่านหนังสือ ส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟต่างกัน จากผลการวิจัยในบทที่ 4 พบว่า ในตำแหน่ง C และตำแหน่ง D จุดประสงค์การใช้งานส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งเมื่อต้องการความเป็นส่วนตัวโดยตำแหน่ง C แม้จะเป็นตำแหน่งที่ไม่มีการเดินผ่าน ซึ่งถือได้ว่าตำแหน่งนี้ค่อนข้างมีขอบเขตชัดเจน อยู่ในตำแหน่งด้านหน้าสุดของร้าน ถึงจะไม่ใกล้ประตูทางเข้าแต่โดยรอบสามด้านมีหน้าต่างกระจกใสบานตาย กรอบหน้าต่างสีด้าเป็นตารางขนาด กว้าง 120 เซนติเมตร สูง 60 เซนติเมตร ตลอดแนวผนัง และในตำแหน่งนี้ยังเป็นโต๊ะยาว 6-8 ที่นั่งซึ่งพบการนั่งร่วมโต๊ะมากกว่า ตำแหน่ง A,B,E,G ตามลำดับ (ภาพที่ 5.1) พบข้อสังเกตอีกอย่างว่า ในตำแหน่ง H ซึ่งมีความใกล้เคียงกับตำแหน่งเคียงกับตำแหน่ง C จุดประสงค์การใช้งานไม่ส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่ง



ภาพที่ 5.1 จุดประสงค์การเข้าใช้งานส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟ

อนุমানได้ว่าการนั่งร่วมกับผู้อื่นไม่ส่งผลกับการเลือกและการเลือกตำแหน่งที่นั่งมีผลกับจุดประสงค์การเข้าใช้งานมากกว่า สามารถนั่งร่วมกับผู้อื่นได้ในเวลาที่การเข้าใช้งานหนาแน่น และผู้ใช้งานไม่ได้มาด้วยกันจะเลือกนั่งตำแหน่งมุมโต๊ะคนละด้าน ลักษณะการเลือกที่นั่งที่พบเห็นสอดคล้องกับการศึกษาของ Sommer (1969) ที่พบว่าคนส่วนมาเลือกนั่งปลายโต๊ะและการใช้สายตามีผลต่อพฤติกรรมกำหนดความเป็นส่วนตัว (ภาพที่ 5.2) ผู้ใช้งานจะเลือกนั่งในตำแหน่งที่เอียงกันแทนที่การนั่งตรงข้ามกันตรง ๆ ตำแหน่งที่มีการเลือกนั่งอันดับแรกๆที่พบคือมุมโต๊ะด้านหน้าผู้ใช้หันออกนอกร้าน ด้านหลังของผู้ใช้งานเป็นตำแหน่ง B มีโต๊ะ 4 ที่นั่งเก้าอี้มีพนักทั้งคู่



ภาพที่ 5.2 รูปแบบการนั่งที่พบในตำแหน่ง C



ภาพที่ 5.3 รูปแบบการนั่งที่พบในตำแหน่ง D

ในส่วนของการเลือกตำแหน่งที่นั่งตามจุดประสงค์การใช้งานที่ต่างกันพบว่า อันดับการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์โดยแยกตามจุดประสงค์เป็นดังนี้ กลุ่มที่มาเพื่อทานกาแฟ-นั่งเล่น กลุ่มตัวอย่างเลือกตำแหน่ง E เป็นอันดับแรก รองลงมาคือตำแหน่ง H และตำแหน่ง A เป็นอันดับสาม ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจุดประสงค์ในการ นั่งทำงาน-อ่านหนังสือ ได้ผลอันดับการเลือกตำแหน่งที่นั่งดังนี้ คือ อันดับ 1 คือตำแหน่ง A อันดับสอง 2 คือตำแหน่ง B และอันดับ 3 คือตำแหน่ง H (ตารางที่ 5.1)

ตารางที่ 5.1 แสดงอันดับการเลือกที่นั่ง

จุดประสงค์	N	ตำแหน่ง							
		A	B	C	D	E	F	G	H
ทานกาแฟ-นั่งเล่น	40	6	1	5	4	12	1	1	10
นั่งทำงาน-อ่านหนังสือ	40	14	8	1	0	6	2	2	7

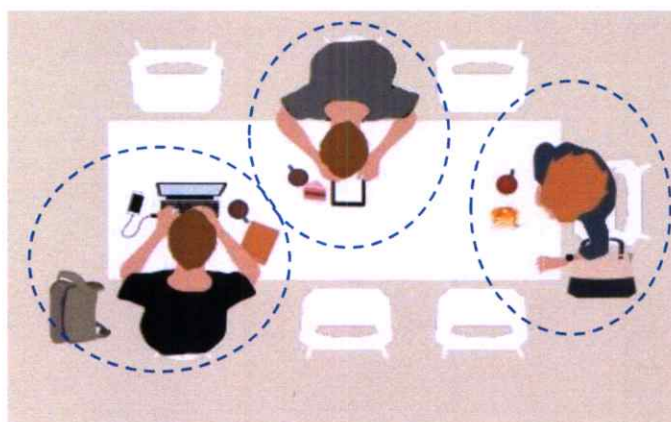
5.1.2 จุดประสงค์การใช้งานมีผลต่อการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ในร้านกาแฟ ได้แก่ เลือก โต๊ะเก้าอี้ทั่วไปและเลือกโต๊ะกาแฟเก้าอี้อาร์มแชร์ จากผลการศึกษาพบว่า อันดับการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์โดยแยกตามจุดประสงค์เป็นดังนี้ 1) เพื่อทานกาแฟ-นั่งเล่น ผู้ใช้งานเลือกนั่งโต๊ะ-เก้าอี้ทั่วไปเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือโต๊ะกาแฟ-เก้าอี้อาร์มแชร์ อันดับสามคือ บาร์สูงและโต๊ะเตี้ย-นั่งพื้น เป็นดับสุดท้าย ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจุดประสงค์การใช้งานเพื่อนั่งทำงาน-อ่านหนังสือได้ผลดังนี้ อันดับ 1 เลือกนั่งโต๊ะ-เก้าอี้ทั่วไป อันดับ 2 เลือก โต๊ะกาแฟ-เก้าอี้อาร์มแชร์ และ บาร์สูง เท่ากัน และเลือกโต๊ะเตี้ย-นั่งพื้น เป็นอันดับสุดท้าย (ตารางที่ 5.2) จากผลการวิจัยพบว่าแม้จุดประสงค์การใช้งานต่างกัน แต่ลักษณะการนั่ง ที่ผู้เข้าใช้ทั้ง 2 จุดประสงค์เลือกเป็นเก้าอี้ที่ระดับความสูงทั่วไป คือ 45 เซนติเมตร และมีพนักพิง ได้รับความนิยมนมากกว่า จากรูปทรงเก้าอี้ที่นั้งได้ง่าย สะดวกต่อการเข้าใช้งาน รวมถึงถูกจัดอยู่ในตำแหน่งที่นั้งที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าใช้งานตามจุดประสงค์การใช้งานที่ต่างกันอีกด้วย การนั่งในลักษณะนี้ให้ข้อสังเกตได้ว่า มุมมองของผู้ใช้งานอยู่ที่ระดับความสูงทั่วไปช่วง 75-130 เซนติเมตร ส่วนของการนั่งบาร์สูง มุมมองของผู้ใช้งานอยู่ที่ระดับความสูงช่วง 75-130 เซนติเมตร 100-150 เซนติเมตรโดยประมาณ เป็นระยะที่ไม่รู้สึกถูกรบกวนความเป็นส่วนตัวอีกทั้งตำแหน่งที่นั้งยังหันหลังให้ภายในร้าน มีส่วนช่วยปกป้องมูลหรือสารที่ผู้เข้าใช้ทำอยู่บนโต๊ะ เพราะเป็นความสูงที่ยากต่อการสอดส่องและถูกรบกวนอีกเมื่อเทียบจากรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่เหลื่อ ขณะที่การนั่งโต๊ะเตี้ย เป็นรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ถูกรบกวนลูก้าความเป็นส่วนตัวได้ง่าย จากความสูงของโต๊ะและลักษณะการนั่งที่พื้น อีกทั้งมุมมองของผู้ใช้งาน เป็นช่วงความสูง 45-75 เซนติเมตร โดยประมาณ

ในบริบทของร้านกาแฟที่มีนั่งเป็นโต๊ะเตี้ยจึงมักพบว่า จะจัดสัดส่วนแยกออกมาจากโต๊ะทั่วไป หรือทำเป็นสเตปความสูงลดล้นการมุมมองการนั่งที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังพบอีกว่าลักษณะการนั่งพื้นนี้มีผู้ใช้ที่มีขนาดพื้นที่ส่วนบุคคลมากกว่าการนั่งโต๊ะ-เก้าอี้ทั่วไป หากพิจารณาทางกายภาพและพฤติกรรมของผู้เข้าแล้วจะเป็นว่าเนื่องจากการนั่งพื้นจะมีการยืดเหยียดขาในบางครั้ง รวมถึงเบาะที่นั่งมีขนาดใหญ่กว่าเก้าอี้และลักษณะการวางอุปกรณ์ต่าง ๆ ก็สามารถกระจายขอบเขตไปที่พื้นได้มากกว่า เนื่องจากไม่มีระยะแสดงที่แน่นอนเหมือนขนาดความกว้างโต๊ะ

ตารางที่ 5.2 แสดงลำดับการเลือกเฟอร์นิเจอร์จากจุดประสงค์การใช้งาน

	 โต๊ะเก้าอี้ทั่วไป	 โต๊ะกาแฟ-อาร์มแชร์	 บาร์สูง	 โต๊ะเตี้ย-นั่งพื้น
ทานกาแฟ-นั่งเล่น	1	2	3	4
นั่งทำงาน-อ่านหนังสือ	1	2	เท่ากัน	

5.1.3 จากผลการศึกษาในบทที่4 พบว่าจุดประสงค์การเข้าใช้งานที่ต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการความเป็นส่วนตัวที่ต่างกัน คือในระดับของการมีขอบเขตที่นั่งชัดเจนและการนั่งร่วมโต๊ะกับผู้อื่น จากผลการศึกษายังพบอีกว่า ด้วยจุดประสงค์ของการนั่งงาน ซึ่งส่วนใหญ่จะมีอุปกรณ์สำหรับการทำงานจำพวกเครื่องเขียน กระดาษ แล็บท็อป แท็บเล็ต หนังสือ ลักษณะการจัดวางอุปกรณ์เมื่อเข้าใช้งานในพื้นที่ส่งผลให้ผู้ใช้งานต้องการพื้นที่มากกว่าการมาเพื่อทานกาแฟให้เกิดการสร้างอาณาเขตชั่วคราวค่อนข้างชัดเจน สารารณสังเกตได้ และจากการศึกษาเบื้องต้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตพบรูปแบบการสร้างอาณาเขต เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของ ไว้ดังนี้



ภาพที่ 5.4 การแสดงขอบเขตที่นั่งของผู้ใช้



รูปแบบที่ 1



รูปแบบที่ 2



รูปแบบที่ 3

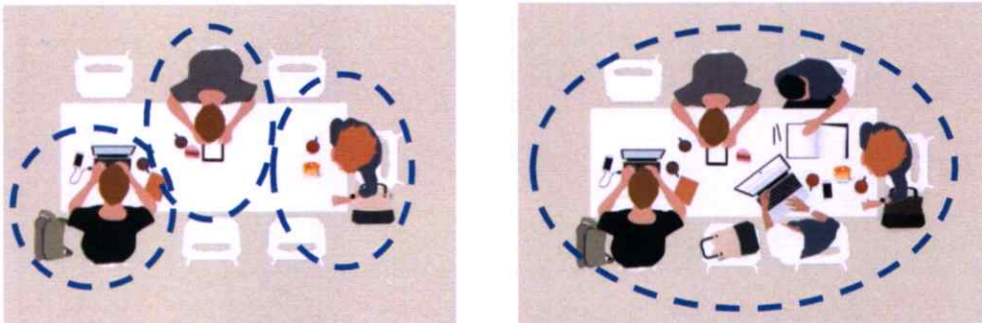


รูปแบบที่ 4

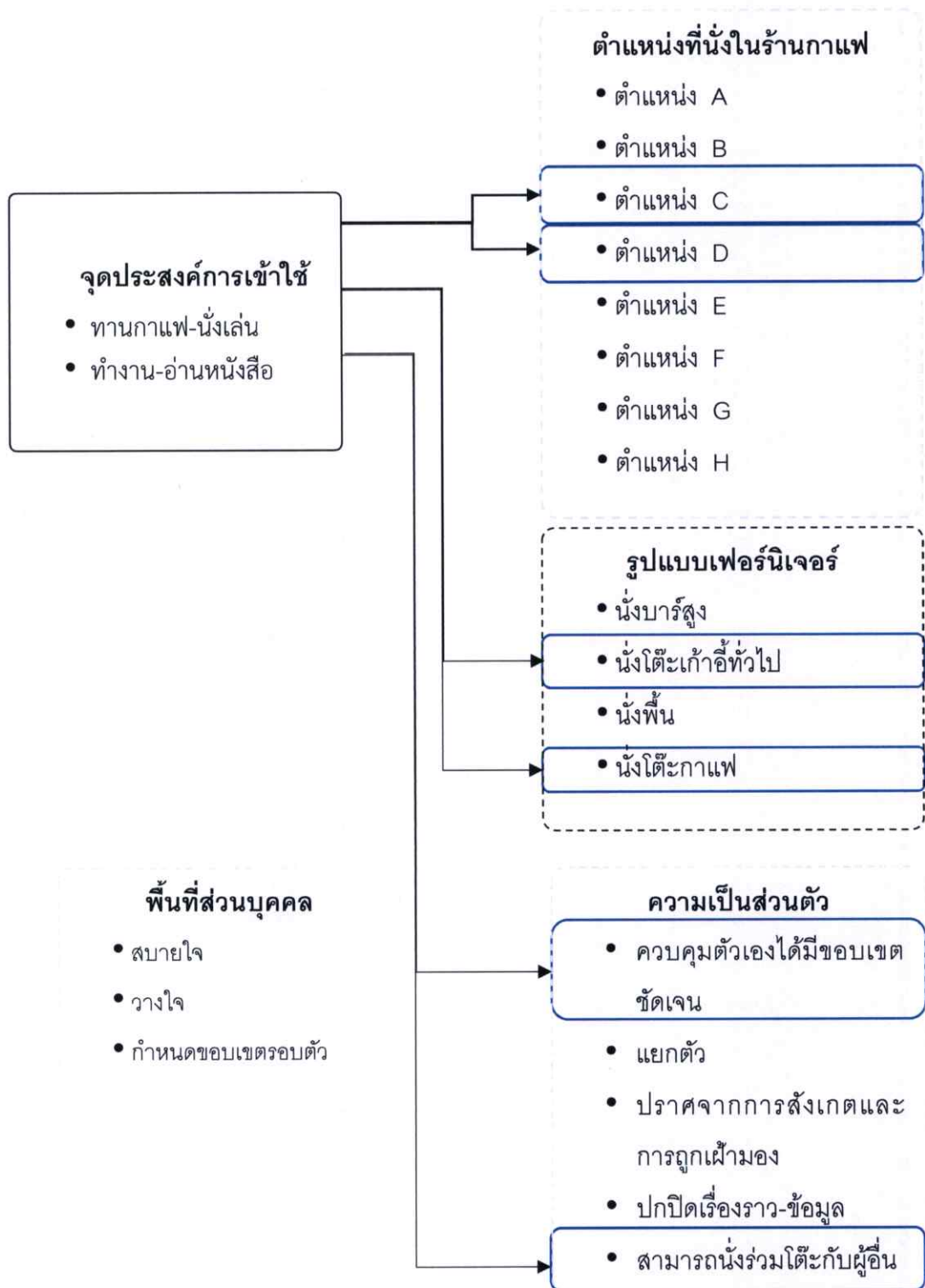
ภาพที่ 5.5 แสดงรูปแบบการนั่งและอุปกรณ์เมื่อเข้าใช้งานในร้านกาแฟที่พบในงานวิจัย

รูปแบบการนั่งและอุปกรณ์เมื่อเข้าใช้งานในร้านกาแฟที่พบในงานวิจัยทั้ง 4 แบบที่พบนี้ แสดงให้เห็นความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าใช้งาน ผ่านลักษณะการจัดวางของเพื่อแสดงขอบเขตของผู้ใช้ ขณะที่ความเป็นส่วนตัว อีกสามระดับ ได้แก่ 1) การแยกตัว 2) การปกปิดเรื่องราวหรือข้อมูลบางประการ และ 3) การปราศจากการถูกสังเกต-เฝ้ามอง พฤติกรรมลักษณะการนั่งการเอียงตัว เป็นการสร้างความเป็นส่วนตัวแต่ไม่ถึงขั้นแยกตัวตามทฤษฎีของ Pedersen (1997) จะจัดอยู่ในระดับ Isolation แต่หากเป็นตามทฤษฎีของ Westin (1970) แล้วจะจัดอยู่ในระดับ Intimacy คือสามารถกำหนดขอบเขตได้ เป็นสภาวะที่บุคคลสามารถอยู่ในพื้นที่สาธารณะแบบช่วงคราวโดยกำหนดขอบเขตกายภาพของตัวเอง การลดมุมมองการทะลุทะลวงสายตาเพื่อให้ปราศจากการถูกเฝ้ามอง ทั้งความเป็นส่วนตัวทั้ง 3 ระดับนี้ ไม่พบว่าส่งผลต่อพฤติกรรมผู้เข้าใช้งานในร้านกาแฟที่มีจุดประสงค์เพื่อทานกาแฟหรือนั่งทำงาน อีกทั้งผู้ใช้งานส่วนใหญ่ทำการเลือกรูปแบบร้านมาเบื้องต้นแล้วว่ามีบรรยากาศเช่นไร ถือเป็นข้อจำกัดของงานวิจัยอย่างหนึ่งคือรูปแบบร้านก็ค่อนข้างชัดเจน

5.1.4 จุดประสงค์การเข้าใช้งานที่ต่างกันระหว่างทานกาแฟ-นั่งเล่นและนั่งทำงาน-อ่านหนังสือ มีผลต่อพื้นที่ส่วนบุคคลที่ได้รับในร้าน โดยกลุ่มตัวอย่างต้องการนั่งที่เดิม แม้จะถูกรบกวนพื้นที่ส่วนบุคคล โดยผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาเพื่อทานกาแฟ-นั่งเล่นส่วนใหญ่รู้สึกไม่สบายใจในระดับปานกลาง และรู้สึกเฉยๆกับการกำหนดขอบเขตพื้นที่ที่ชัดเจน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีจุดประสงค์เพื่อนั่งทำงาน-อ่านหนังสือ รู้สึกไม่สบายใจในระดับปานกลาง ประเด็นนี้ยังขาดการศึกษาเพิ่มเติมถึงผลกระทบข้อนี้กับเรื่องระยะเวลาการนั่งอยู่ในพื้นที่ต่อรอบการใช้งานแต่ละครั้ง แม้จะรู้สึกว่าถูกรบกวนพื้นที่ส่วนบุคคลแต่กลุ่มตัวอย่างทั้งสองยังเห็นว่าในขอบเขตของตนเมื่อเข้าใช้งานยังไม่กระทบกิจกรรมที่เป็นอยู่ (ภาพที่ 5.6) มีประมาณ 6% ที่รู้สึกว่าไม่สามารถกำหนดขอบเขตพื้นที่ได้ในประเด็นนี้ งานวิจัยยังขาดการวิเคราะห์ข้อมูลถึงรูปแบบโต๊ะที่นั่งลักษณะของตำแหน่งผู้เข้าใช้ว่าจุดใดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าไม่สามารถกำหนดขอบเขตพื้นที่ได้ รวมถึงลักษณะการเข้าใช้งานต่อครั้งเป็นการนั่งร่วมกับผู้อื่น หรือมาลำพัง ซึ่งข้อมูลในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอาจมีผลทำให้ผลการวิจัยแตกต่างออกไป สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พื้นฐานการเติบโตสภาพแวดล้อม เพศ เชื้อชาติ ถิ่นกำเนิดพื้นที่ส่วนบุคคลทั้งสิ้น ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมในส่วนของพื้นที่ส่วนบุคคลที่เกิดต่อผู้เข้าใช้งานเมื่อมาเป็นกลุ่ม สบายใจ วางใจและยังพบว่าพื้นที่ส่วนบุคคลมีลักษณะคล้ายการซ้อนทับกันและรวมเป็นพื้นที่เดียวเป็นกลุ่มก้อนแต่มีขนาดเล็กลงมากกว่าเฉพาะบุคคล



ภาพที่ 5.6 แสดงพื้นที่ส่วนบุคคล



ภาพที่ 5.7 แสดงผลการวิจัยเปรียบเทียบกับกรอบแนวคิดการวิจัยในบทที่ 1

ผลการวิจัยเปรียบเทียบกับกรอบแนวคิดการวิจัยในบทที่ 1 สรุปได้ว่าจุดประสงค์การใช้งานที่ต่างกันส่งผลต่อ ต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งต่างกันในตำแหน่งที่นั่ง C และ ตำแหน่งที่นั่ง D จุดประสงค์ที่ต่างกันส่งผลต่อการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์คือโต๊ะเก้าอี้ทั่วไป และ โต๊ะกาแฟ ในส่วนของการเปรียบเทียบจุดประสงค์ที่ต่างกันส่งผลต่อความเป็นส่วนตัวที่ต่างกันผลการวิจัยแสดงให้เห็นใน

ความเป็นส่วนตัวระดับของการแยกตัว และการปกปิดเรื่องราวข้อมูล รวมถึงข้อสุดท้ายคือ เปรียบเทียบจุดประสงค์ที่ต่างกันส่งผลต่อพื้นที่ส่วนบุคคลแต่ไม่กระทบกับพื้นที่ส่วนบุคคลเนื่องจากผู้เข้าใช้ยังเลือกนั่งที่เดิม

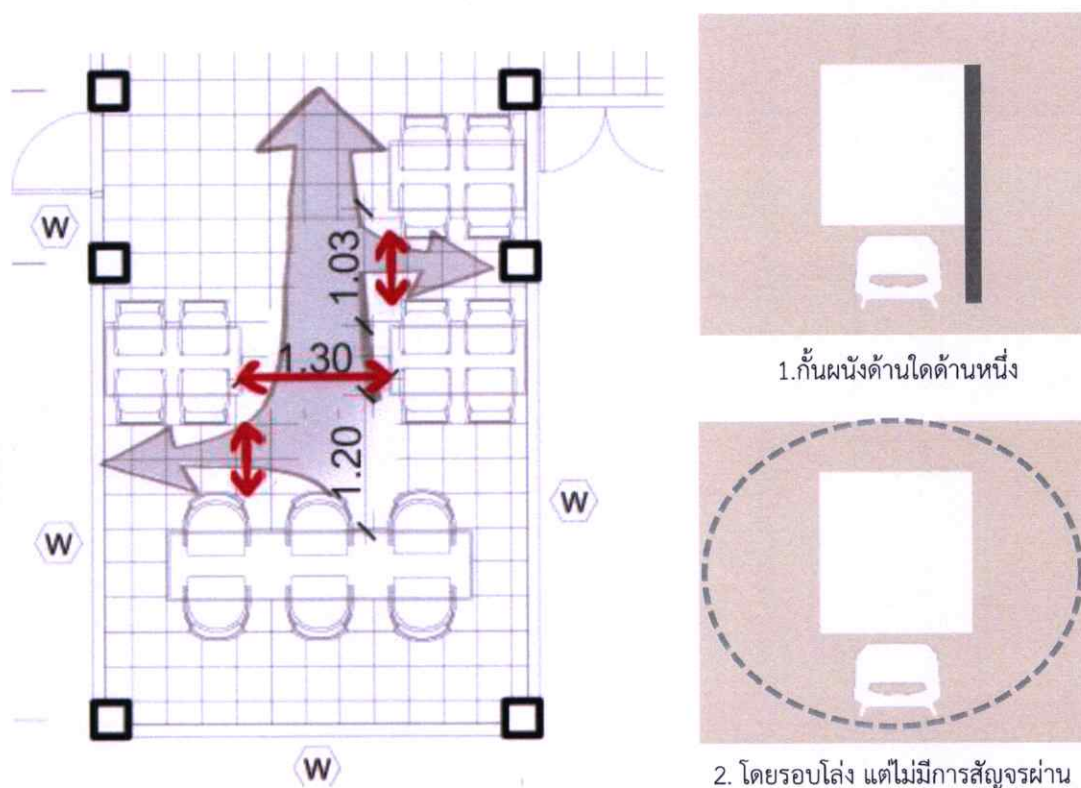
จากผลการศึกษาทำให้เห็นได้ว่าการที่ผู้เข้าใช้งานยังต้องการนั่งที่เดิมแม้ว่าจุดประสงค์การเข้าใช้งานต่างกัน การวัดผลแสดงให้เห็นว่าใน ตำแหน่งที่นั่ง C มีขอบเขตที่นั่งชัดเจนซึ่งตอบสนองกับตรงกับความหมายของพื้นที่ส่วนบุคคลที่ผู้ใช้งานต้องการ โดยที่ผู้ใช้งานยังเห็นว่าไม่ส่งผลต่อกิจกรรมที่เป็นอยู่ในระยะที่มีขอบเขตรอบ ๆ ของพื้นที่ วัดระยะห่างระหว่างด้านหลังของเก้าอี้เมื่อมีการใช้งานได้ที่ 10-20 เซนติเมตร โดยประมาณทำให้เห็นได้ว่าระยะห่างนี้เป็นระยะที่แสดงผลต่างจากทฤษฎีเดิมเมื่ออ้าง Proxemic Theory ของ Edward T.Hall (1966) เนื่องจากโดยปกติแล้วผู้ใหญ่มักไม่ปรากฏตัวในระยะสนิทสนมซึ่งระบุไว้ที่ 0-45 เซนติเมตร ข้อสังเกตอีกอย่างที่พบในกรณีนี้คือเมื่อคนแปลกหน้าอยู่ในระยะสนิทสนม แต่ไม่มีการแตะต้องทางร่างกายหรือไม่รุกล้ำขอบเขตระหว่างบุคคล อาจส่งผลต่อการแสดงออกคือมีภาวะนั่งสงบ สงวนท่าที หากเป็นด้านหลังของบุคคลมักไม่ค่อยแสดงการบิดเบือนท่าที และบุคคลส่วนใหญ่ยังแสดงความต้องการนั่งที่เดิมอีกด้วย สอดคล้องกับการทดลองของ Horowitz (1964) ทำการทดลองระยะห่างสำหรับบุคคลพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง มีระยะด้านหน้ามากกว่าด้านหลังและน้อยที่สุดคือด้านข้าง มีส่วนที่ต่างจากงานวิจัยฉบับนี้ที่พบคือ เมื่อบุคคลมีจุดประสงค์การเข้าใช้งานที่ชัดเจนและต่างกันระยะห่างด้านข้างมากกว่าระยะห่างด้านหลังโดยผลจากพฤติกรรมบิดเบือนที่เกิดขึ้นจากผลการสังเกต เมื่อมีบุคคลแปลกนั่งร่วมโต๊ะเกิดการเว้นระยะห่างโดยอาศัยเก้าอี้ว่างหนึ่งตัวแทนการเว้นระยะเป็นอันดับแรก หากมีความจำเป็นที่ต้องนั่งใกล้กันเมื่อระยะเว้นที่วางลดลงส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการสร้างขอบเขตขึ้นใหม่อีกครั้งเพื่อแสดงพื้นที่ส่วนบุคคลของผู้เข้าใช้เดิมพบเห็นการจัดวางข้าวของใหม่ การแสดงพฤติกรรมตอบโต้ โดยวาจาเมื่อตำแหน่งนั้นมีการครอบครองแล้ว การเบี่ยงตัวหนี การตั้งสิ่งของเพื่อกั้นระยะหรือพรางมุมมองที่เกิดการปะทะโดยตรงและด้านข้าง สำหรับตำแหน่งที่นั่ง D พบว่ามีสัดส่วนการเลือกน้อยที่สุดส่วนใหญ่ผู้เข้าใช้งานเลือกตำแหน่งนี้เพื่อรอกาแฟ และจากการวิเคราะห์ เป็นตำแหน่งที่มีการครอบครองระยะสั้น คือ นั่งแค่ชั่วคราว

5.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยฉบับนี้ทำให้ทราบข้อมูลความต้องการ พฤติกรรมการเข้าใช้งาน รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ และการจัดผังตำแหน่งที่นั่ง โดยคำนึงถึงจุดประสงค์การเข้าใช้งานแบ่งเป็น 2 กรณี คือ 1) ทานกาแฟนั่งเล่น 2) นั่งทำงาน-อ่านหนังสือ

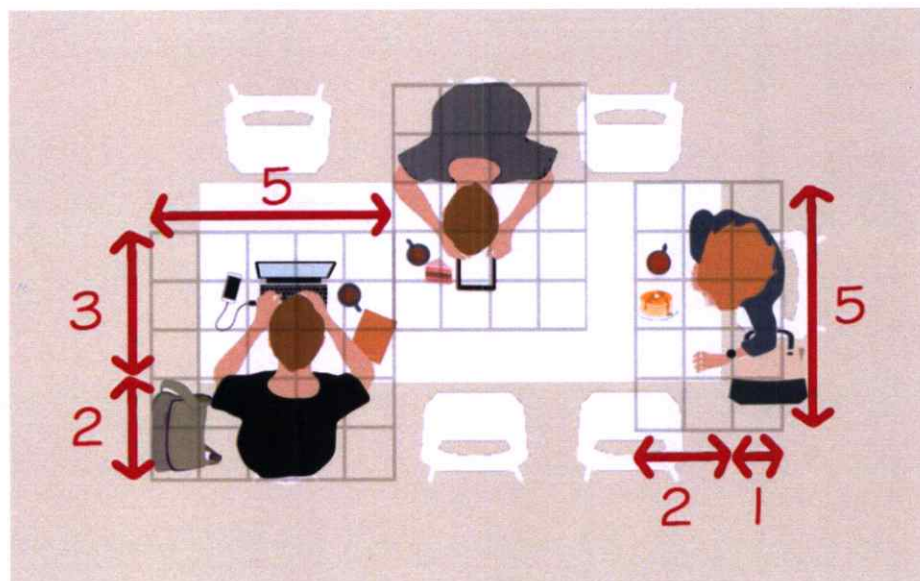
1. ตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟ จำแนกรายละเอียดตามจุดประสงค์การเข้าใช้งาน ตำแหน่งที่นั่งในร้านกาแฟแน่นอนว่าย่อมมีจำกัดไม่ใช่ทุกที่จะมีบริบทที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ได้ แต่สามารถออกแบบสภาพแวดล้อมให้ตอบสนองต่อผู้ใช้งานวิจัยฉบับนี้แสดงให้เห็นว่า ตำแหน่งที่ตั้งที่ตอบสนองต่อการเข้าใช้งานที่ต่างจุดประสงค์กันเมื่อต้องการความเป็นส่วนตัว คือตำแหน่งที่นั่งนั้นทำให้ผู้เข้าใช้รับรู้ถึงขอบเขตที่นั่งของตนและสามารถนั่งร่วมกับบุคคลอื่นได้ เมื่อขอบเขตที่นั่งของตนไม่ถูกรบกวนจนทำให้เสียกิจกรรมที่ทำอยู่ ตำแหน่งที่นั่งที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลคือ อันดับแรกกันผนังด้านข้างใดด้านหนึ่ง รองลงมาคืออยู่ในจุดที่ไม่มีการสัญจรผ่านแม้ว่าบริเวณโดยรอบไม่มีด้านใดด้านหนึ่งปิดทับ (ภาพที่ 5.8) แต่ผู้เข้าใช้รับรู้ได้ถึงขอบเขตการครอบครองพื้นที่ เป็นที่น่าสังเกตว่าผลการวิเคราะห์

ชี้ให้เห็นมุมมองการรับรู้จากด้านข้างส่งผลกับความต้องกรความเป็นส่วนตัวมากกว่ามุมมองด้านตรง จากข้อมูลที่ทำการศึกษาระบุ เมื่อเปรียบเทียบกับตำแหน่งการนั่งที่ด้านหน้าทึบ แต่ด้านข้างและ ด้านหลังโล่ง สัมพันธ์กับข้อค้นพบเรื่องพื้นที่ส่วนบุคคลที่พบ และในขั้นตอนการศึกษาเบื้องต้นรวมถึง ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องมุมมองการรับรู้เห็นพ้องตรงกันว่า รูปร่างของพื้นที่ส่วนบุคคลมี ลักษณะขยายด้านข้างมากกว่าผลการวิจัยพบว่าเป็นเพราะจุดประสงค์การเข้าใช้งานส่งผลให้ พฤติกรรมของผู้ใช้ต่างกันโดยเมื่อนั่งทำงานจะมีอุปกรณ์ที่ต้องวางเพิ่มขึ้นทำให้ขอบเขตการ ครอบครองพื้นที่ขยายออกด้านข้าง ซึ่งสะดวกต่อการใช้งานและมองเห็นสิ่งของของตนรวมถึงสร้าง ขอบเขตได้ชัดเจนและดีกว่า



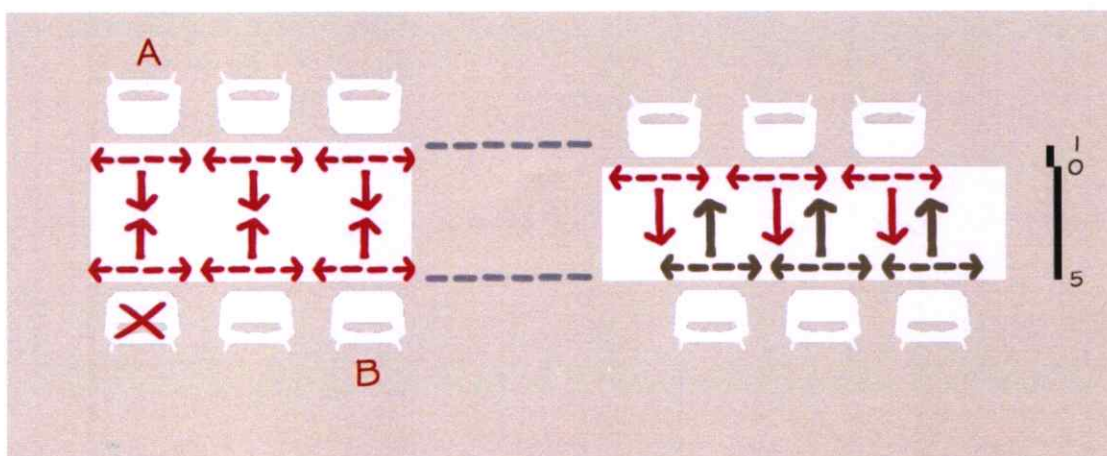
ภาพที่ 5.8 แสดงตำแหน่งที่นั่งที่ผู้ใช้ต้องการ

2. พื้นที่ที่ผู้ใช้งานต้องการต่อคน ประมาณ 0.60 ตารางเมตร วัตรระยะด้านข้างประมาณ 60-70 เซนติเมตร เมื่อมีสัณฐานและอุปกรณ์ที่เพิ่มขึ้นพบว่าระยะขยายออกด้านข้างซ้ายขวาด้านในด้านหนึ่ง ไม่สม่ำเสมอ บางครั้งใช้ระยะถึง 80 หรือ 90 เซนติเมตร สำหรับกลุ่มคนที่มานั่งทำงาน เป็นโต๊ะทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวยาว ขยายออกข้างมากกว่าด้านหน้า ในการนั่งตำแหน่งตรงข้ามกันระยะด้านหน้าที่ เปิดมุมมองโล่งไม่มีสิ่งกีดขวางกัน (ภาพที่ 5.9)

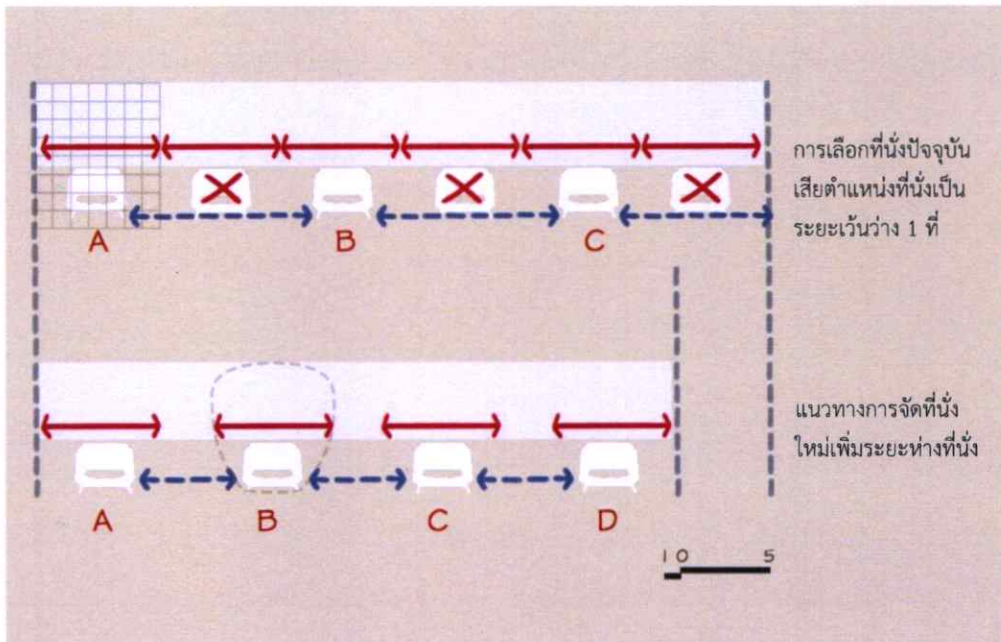


ภาพที่ 5.9 แสดงสัดส่วนที่ผู้ใช้ต้องการพื้นที่ต่อคน

3. การจัดวางเก้าอี้เอียงกันนอกจากช่วยลดการปะทะโดยตรงระหว่างผู้ใช้ที่นั่งร่วมโต๊ะกันจากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่ารูปแบบเฟอร์นิเจอร์ในรูปแบบของโต๊ะที่นั่งทั่วไปสามารถลดขนาดของโต๊ะลงได้ประมาณ 10 เซนติเมตร โดยที่ผู้ใช้ยังได้พื้นที่และมีขอบเขตไม่ต่างจากเดิม ลดการสูญเสียระยะห่างจากการใช้งานและตำแหน่งที่นั่งไม่กว้างทิ้ง (ภาพที่ 5.10) เมื่อนำไปวิเคราะห์กับเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นเคาน์เตอร์และเก้าอี้บาร์ ลักษณะการนั่งแถวเดียว การเพิ่มระยะห่างระหว่างที่นั่งเพื่อให้เกิดระยะเว้นว่างเพื่อให้ผู้ใช้ไม่ต้องเว้นที่ว่างระหว่างเก้าอี้ทิ้งทุกตำแหน่งที่สลับกับการที่นั่งนั้นมีคนนั่งอยู่ก่อน (ภาพที่ 5.11) เห็นได้ว่า สามารถลดความกว้างขนาดที่นั่งรวมเมื่ออ้างอิงขนาด 6 ที่นั่งจากเดิมแบบ 440 เซนติเมตร ลดระยะไป 50 เซนติเมตร อีกทั้งยังแดงแนวโน้มการนั่งได้เป็น 4 ที่นั่งจากเดิม 3 ที่นั่ง ความลึกของโต๊ะบาร์เป็นระยะขนาด 50-60 เซนติเมตร



ภาพที่ 5.10 แสดงโต๊ะที่นั่งทั่วไป ลักษณะการนั่ง 2 ฟัง



ภาพที่ 5.11 แสดงเคาน์เตอร์บาร์และเก้าอี้บาร์ ลักษณะการนั่งแถวเดียว

5.3 ข้อดีและข้อจำกัด

5.3.1 ข้อดี

- ในการค้นพบวิธีการจัดวางตำแหน่งที่นั่ง รูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการจัดวางเพื่อช่วยให้ผู้ออกแบบเห็นภาพเข้าใจได้ง่ายสามารถนำไปใช้ได้
- การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิธีการเก็บข้อมูลเพื่อสามารถทดสอบสมมติฐานงานวิจัยและตอบคำถามได้

5.3.2 ข้อจำกัด

- เนื่องด้วยระยะเวลาในการทำงานของผู้วิจัยทำให้มีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาที่ศึกษาทำให้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากร้านกาแฟเพียงร้านเดียว
- กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือกลุ่มที่เลือกมาร้านกาแฟเบื้องต้นแล้ว โดยดูจากจุดประสงค์การเข้าใช้งาน ทำการศึกษา

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาในประเด็นจำเพาะเจาะจงเรื่องเมื่อเข้าใช้งานในร้านกาแฟ โดยคำนึงจุดประสงค์การเข้าใช้งานแบ่งเป็น 2 กรณี คือ 1) ทานกาแฟ-นั่งเล่น 2) นั่งทำงาน-อ่านหนังสือ ส่งผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่งในร้าน ความต้องการที่เกิดขึ้นกับรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ส่วนบุคคล ยังมีบางส่วนที่สามารถศึกษาหรือทำความเข้าใจเพื่อให้เกิดการพัฒนาหรือเพิ่มเติมประเด็นที่ขาดหายไป

2. ในส่วนของเครื่องมือและขั้นตอนการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยทำการสำรวจเบื้องต้นและพบว่าข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ แยกกับข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจึงใช้การสังเกตการณ์ร่วมด้วย เมื่อนำข้อมูลจากการสังเกตการณ์มาวิเคราะห์ร่วมกับแบบสอบถามเห็นว่าข้อมูลไปในทิศทางเดียวกัน ในชุดคำถามข้อคำถามที่เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวเป็นคำถามปลายปิดช่วยให้สามารถระบุความหมายของเป็นส่วนตัว ทดสอบความเข้าใจความหมายของความเป็นส่วนตัว เมื่อเลือกใช้แบบสอบถามมาใช้การศึกษา เกิดข้อค้นพบอีกว่าในการนิยามด้านมโนทัศน์ผู้วิจัยยังระบุตัวแปรอิสระกว้างเกินไป จากที่พบคือเมื่อผู้เข้าใช้งานมีจุดประสงค์มาร้านกาแฟเพื่อนัดพบยังไม่สามารถระบุให้ชัดเจนขึ้นได้จุดหมายจริง ๆ ของการนัดพบครั้งนี้เพื่อเข้ามาทำอะไร ซึ่งจะทำให้มิติในการตีความและวิเคราะห์ข้อมูลทำได้ชัดเจนขึ้น

3. เปรียบเทียบจุดประสงค์การใช้งานในบริบทอื่น ๆ และระบุองค์ประกอบทางกายภาพที่ต่างไปได้อีกหลายประเด็น อย่างเช่นการทดสอบในหลายๆผังบริเวณที่จัดรูปแบบต่างออกไป การจัดแสง ความชื้น อุณหภูมิ ภาวะความสบายที่เหมาะสมตามจุดประสงค์การใช้งานเพื่อทำให้ข้อมูลถูกขยายคำตอบ สามารถนำไปใช้ในบริบทอื่น ๆ ได้ในวงกว้างขึ้น

4. ในส่วนของการนำทฤษฎีมาใช้ ให้ระวังความสับสนของข้อค้นพบและตัวแปรที่ผู้วิจัยทำการศึกษา

5. พื้นที่ส่วนบุคคลมาใช้เป็นนิยามปฏิบัติการ การศึกษาเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายทางเชื้อชาติ หรือภูมิภาคแต่ละท้องถิ่น เป็นตัวแปรที่ถูกกล่าวถึงในทฤษฎีที่น่าสนใจอีกประเด็น ทราบความต้องการของกลุ่มเป้าหมายชัดเจน อีกทั้งประเด็นความต้องการความเป็นส่วนตัว

6. เปรียบเทียบการนั่งทำงานในระหว่างร้านกาแฟและพื้นที่ทำงานอื่น ๆ เพื่อให้ผู้สนใจศึกษาในประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้นำไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์

7. ศึกษาเปรียบเทียบการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์จากลักษณะการนั่งที่ระดับเดียวกัน ต่างกันที่ลักษณะการนั่ง เช่น เก้าอี้โซฟา เก้าอี้มีพนัก ที่นั่งต่างระดับยกสูงแบบชั้นบันได แยกตามจุดประสงค์การใช้งานเพื่อตอบโจทย์การใช้งานของผู้ใช้

บรรณานุกรม

- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2538). **ทัศนคติ การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย**. กรุงเทพฯ:ไทยวัฒนา.
- มุสิผล, กชกร. (1 september 2017). เข้าถึงได้จาก www.adaymagazine.com:https://adaymagazine.com/place-28/
- วรวิร์ จินตามะยะกุล. (2557). การรับรู้แสงของสภาพแวดล้อมภายใน ที่มีผลต่อรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอยและคุณค่าอาคาร กรณีศึกษา: ร้านกาแฟในห้างสรรพสินค้า. กรุงเทพมหานคร.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2541). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพล พะยอมแย้ม. (2545). **จิตวิทยาอุตสาหกรรม**. กาญจนบุรี: ธรรมเมธี-สหายพัฒนาการพิมพ์.
- ARIS'TI DE H. ESSER. (March 1976). **Theoretical and Empirical Issues with Regard to Privacy, Territoriality, Personal Space and Crowding**. หน้า 117-124.
- Bryan Maddock. (ม.ป.ป.). *dimensions.guide*. เข้าถึงได้จาก www.dimensions.guide:https://www.dimensions.guide/element/banquette-seating-clearances
- Darhl M. Pedersen. (1997). **PSYCHOLOGICAL FUNCTIONS OF PRIVACY**. *Journal of Environmental Psychology*, 147-156.
- Edward Hall. (1966). *The Hidden Dimention*. Garden City, N.Y., Doubleday.
- Irwin Altman. (1976). *Privacy : "A Conceptual Analysis" Enviroment and Behavior*. Sage Publications, Inc.
- Pin. (29 May 2017). *goddesszilla*. เข้าถึงได้จาก [www.goddesszilla.com: http://www.goddesszilla.com/foodiezilla/latenightcafes/](http://www.goddesszilla.com:http://www.goddesszilla.com/foodiezilla/latenightcafes/)
- ryoiireview. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก <https://www.ryoiireview.com/article/co-working-at-saim-chula/>
- S. M., & Scott, M. B. Lyman. (1967). **Territoriality: A neglected sociological dimension**. *Social Problems*. 236-249.
- soimilk. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก [https://www.soimilk.com/: https://www.soimilk.com/heart-city/news/too-fast-to-sleep-scb-siam-squar](https://www.soimilk.com/:https://www.soimilk.com/heart-city/news/too-fast-to-sleep-scb-siam-squar)
- Suzanne C Scoott. (1993). **COMPLEXITY AND MYSTERY AS PREDICTORS OF INTERIOR PREFERENCES**. *Journal of INTERIOR DESIGN*, 25-33.

www.bangkokbiznews.com. (17 July 2018). เข้าถึงได้จาก

www.bangkokbiznews.com:<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/8078>

93

www.stories.starbucks.com. (19 May 2018). เข้าถึงได้จาก

<https://stories.starbucks.com/stories/2018/use-of-the-third-place-policy>

www.th.starbucks.co.th. (14 September 2019). เข้าถึงได้จาก <http://th.starbucks.co.th>

yuwadee. (13 ธ.ค 2016). *teen.mthai*. เข้าถึงได้จาก <https://teen.mthai.com/>:

<https://teen.mthai.com/variety/122226.html>

รายการอ้างอิง

- ธุรกิจร้านค้ากาแฟในประเทศไทย. (2015, August). Retrieved from Food Intelligence Center Thailand: <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=78>
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2541). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม ฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Esser, A. H. (1976). Theoretical and Empirical Issues with Regard to Privacy, Territoriality, Personal Space and Crowding. *Environment and Behavior* Vol.8, 117-124.
- Gifford, R. (2014). *Environmental Psychology: Principles and Practice* (5th ed). Canada: Optimal Books.
- Li, S., & Li, Y.-M. (2007). How Far Is Far Enough. *Environment and Behavior* Vol.30, 317-331.
- Oel, C. v., & Berkhof, F. v. (2013). Consumer preferences in the design of airport passenger areas. *Journal of Environmental Psychology*, 280-290.
- Walden, T. A., Nelson, P. A., & Smith, D. E. (1981). Crowding, Privacy, and Coping. *Environment and Behavior* Vol.13, 205-224.

แบบสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟ เพื่อประเมินความรู้สึกเรื่องความเป็นส่วนตัวเมื่อเข้าใช้งานในร้านกาแฟ

กรุณาใส่ ✓ ในช่องที่ท่านต้องการ

1. ท่านเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟเพื่อทำกิจกรรมใด

1. นัดพบ 2. ทานกาแฟ ขนมและนั่งเล่น 3. นั่งทำงาน
 4. ดิวหนังสือ

2. มีผู้มาใช้พร้อมกับท่านกี่คน

1. มาคนเดียว 2. 2 คน 3. 3 คน 4. 4 คนขึ้นไป

3. ลักษณะกิจกรรมที่ต้องการเป็นการเป็นส่วนตัวหรือไม่

1. ต้องการ 2. ไม่ต้องการ

4. คุณเข้าใจความหมายของภาวะความเป็นส่วนตัวอย่างไร

1. อยู่ตามลำพัง
 2. อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เราควบคุมได้
 3. อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เราควบคุมการเข้าถึงของผู้อื่นได้
 4. ภาวะที่เรารู้สึกเป็นอิสระและเป็นตัวของตัวเอง

5. คุณต้องการสภาวะใดเมื่อเข้าใช้งานในร้านกาแฟ

1. อยู่ตามลำพัง
 2. แยกตัวออกมาอยู่ในสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสม
 3. อยู่ในที่สาธารณะโดยปราศจากการสังเกตของผู้คนที่เฝ้ามอง มีภาวะผ่อนคลาย
 4. ภาวะที่ไม่เปิดเผยเรื่องราวบางประการที่เป็นความลับของข้อมูลหรือสาร

6. คุณพิจารณาการเลือกที่นั่งจากอะไร เป็นอันดับแรก

1. นั่งใกล้ผนัง 2. ที่นั่งใกล้หน้าต่าง 3. เลือกที่นั่งมุมร้าน
 4. เลือกที่นั่งที่ไม่มีใครนั่งอยู่ก่อน ที่ห่างจากผู้คน

7. คุณต้องการพื้นที่ส่วนตัวของคุณในร้านกาแฟหรือไม่

1. ต้องการ 2. ไม่ต้องการ

8. ภายใต้เงื่อนไขใดที่คุณรู้สึกไม่สบายและไม่สามารถอยู่ในร้านได้

- 1. บรรยากาศในร้านเสียงดัง
- 2. ร้านเงียบแต่มีความหนาแน่น
- 3. บรรยากาศในร้านกาแฟมีกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์
- 4. บรรยากาศในร้านมีแสงสว่างไม่เพียงพอ

9. ฉันต้องการนั่งทำงานลำพังในพื้นที่ของฉันอย่างสงบห่างจากคนอื่น

- 1. ต้องการ
- 2. ไม่ต้องการ

ข้อต่อไปนี้จะให้ระดับความรู้สึก ดังนี้

	1	2	3	4	5
10. รู้สึกไม่สบายเมื่อมีคนแปลกหน้ามานั่งร่วมโต๊ะ					
11. ต้องการเปลี่ยนที่เมื่อมีคนแปลกหน้ามานั่งร่วมโต๊ะ					
12. ต้องการเปลี่ยนที่เมื่อมีกลุ่มคนแปลกหน้ามานั่งโต๊ะติดกัน					
13. ฉันต้องการนั่งทำงานและพร้อมกับดูผู้คนในร้าน					
14. ฉันชอบพบปะผู้คนใหม่ๆ ยินดีเมื่อมีคนมาทักทาย					
15. เสียงเพลงในร้านทำให้ฉันรู้สึกไม่สบายและถูกรบกวน					
16. การตกแต่งในร้านมีผลต่อความรู้สึกเป็นส่วนตัวของฉัน					

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับการตอบคำถาม



แบบประเมินความรู้สึกเรื่องความเป็นส่วนตัวเมื่อเข้าทำงานในสำนักงาน
 แบบประเมินความเป็นส่วนตัวเมื่อเข้าทำงานในสำนักงาน
 แบบประเมินความเป็นส่วนตัวเมื่อเข้าทำงานในสำนักงาน

กรุณาคำเครื่องหมาย เมื่อเรียบร้อยแล้ว

1. อายุ ปี
2. เพศ
 - ชาย
 - หญิง
3. จำนวนวันทำงานรวมทั้งหมด
 - มากจนเกินไป
 - ธรรมดา
 - น้อย ๆ ระบุ ชม
4. จุดประสงค์การเข้าทำงาน
 - จำนวนเงินที่เพียงพอต่อรายเดือน
 - ฝึกฝน
 - ความก้าวหน้าและเรียนรู้
 - ฝึกทำงาน
 - อื่นๆ ระบุ

ข้อ 5-16 ส่วนวัดเรื่องความต้องการความเป็นส่วนตัว กรุณาคำเครื่องหมาย เมื่อเรียบร้อยแล้ว

ขณะที่ท่านยังอยู่ในพื้นที่ ท่านมีความต้องการความเป็นส่วนตัว	ไม่ต้องการ แต่พอ	ไม่ต้องการ	มาก	ต้องการ มาก	ต้องการ มากที่สุด
5. ต้องการที่ทำงานส่วนตัว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. ท่านต้องการที่นั่งที่เงียบสงบ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. ท่านต้องการแยกตัวออกจากผู้อื่นที่ทำงาน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. ท่านต้องการที่นั่งที่ปราศจากเสียงดัง และดูดี	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. ท่านต้องการความเป็นส่วนตัวมากกว่าหรืออย่างน้อยอยู่ในส่วน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. ท่านต้องการที่นั่งส่วนตัว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

▶ หน้า 2 ◀

ข้อ 11-15 ส่วนวัดความรู้สึกเรื่องความเป็นส่วนตัว

ขณะที่ท่านยังอยู่ในพื้นที่ ท่านรู้สึกอย่างไร กรุณาคำเครื่องหมาย ตามระดับความรู้สึก

	3	2	1	0	1	2	3	
11. อึดอัด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	สบายใจ
12. สบายใจ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ไม่สบายใจ
13. วางใจ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ไม่วางใจ
14. สามารถขอความช่วยเหลือ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ไม่สามารถขอความช่วยเหลือ
15. ต้องการนั่งคนเดียว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ต้องการไปอยู่กับคนอื่น

16. หากท่านต้องการความส่วนตัวระหว่างอยู่ในสำนักงาน ท่านพิจารณาการเลือกที่นั่งจากข้อใดต่อไปนี้มากที่สุด กรุณาคำเครื่องหมาย ตามระดับความรู้สึก



จำนวนที่นั่งในบริเวณ 3 2 1 0 1 2 3 รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ที่นั่ง

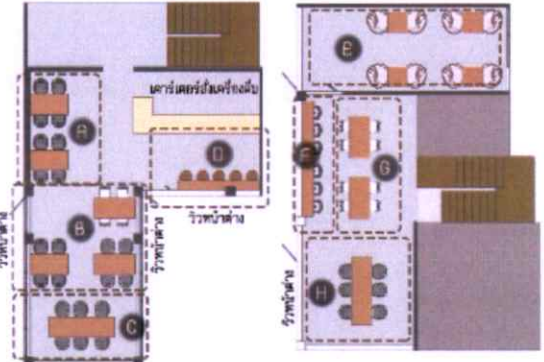
17. หากท่านต้องการความเป็นส่วนตัว ท่านเลือกเฟอร์นิเจอร์ใดต่อไปนี้มากที่สุด



เก้าอี้สูง โต๊ะเก้าอี้ทำงาน โซฟา โต๊ะทำงาน

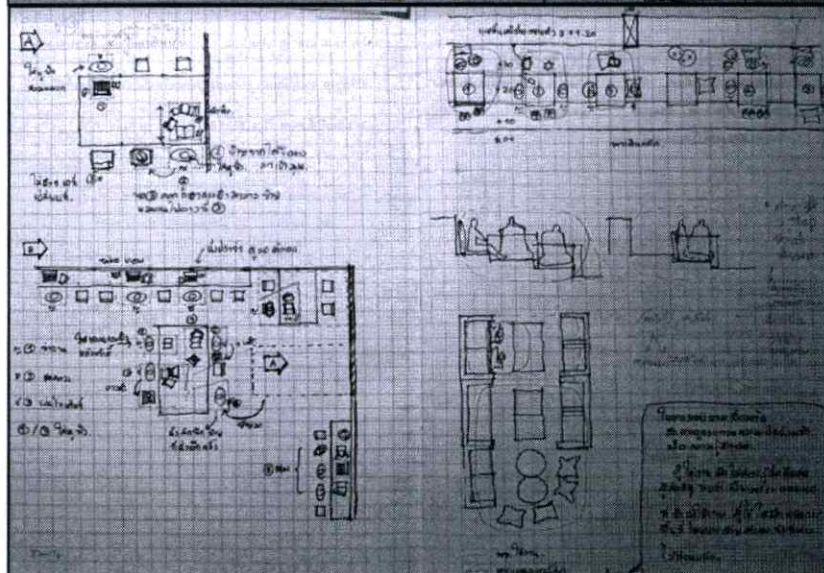
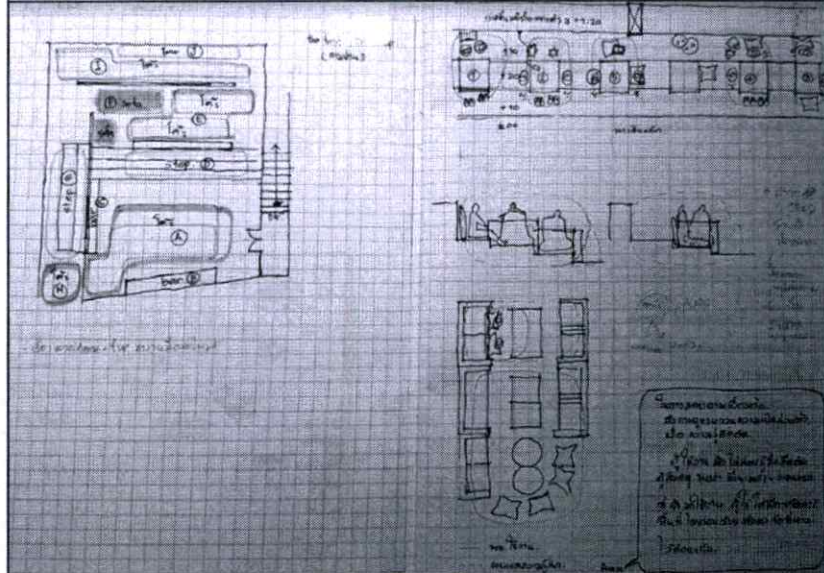
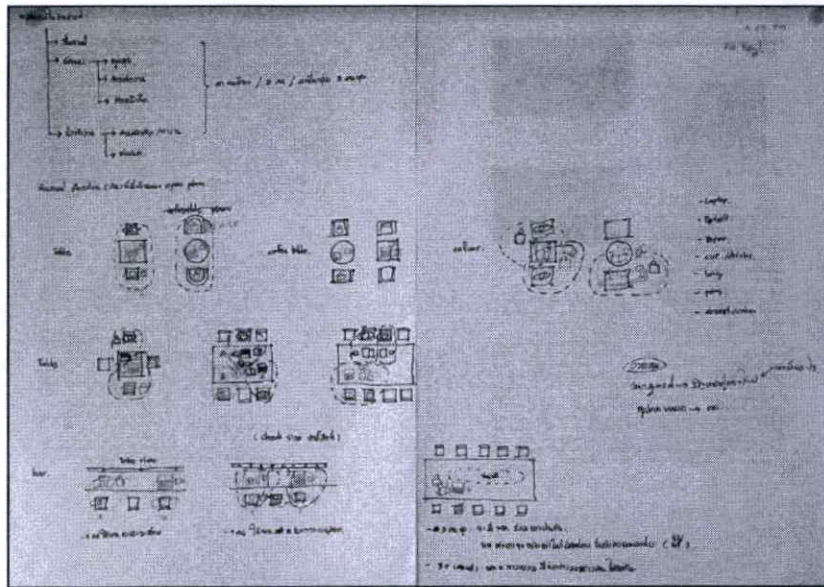
โปรดระบุ เลข 1 คือที่นั่งแบบแรก ลงใน และเลข 2,3,4 ตามลำดับถัดมา

18. จากจุดประสงค์การใช้งานของท่าน หากท่านต้องการความเป็นส่วนตัว กรุณาระบุตำแหน่งที่ 1 ของท่าน 5 ลำดับแรกที่ท่านเลือกที่นั่ง โดยไม่ต้องระบุ เลขที่ตำแหน่งลงในรูปภายในลำดับที่ท่านเลือก ลำดับที่ 1 มากที่สุด 2,3,4,5 รองลงมาตามลำดับ

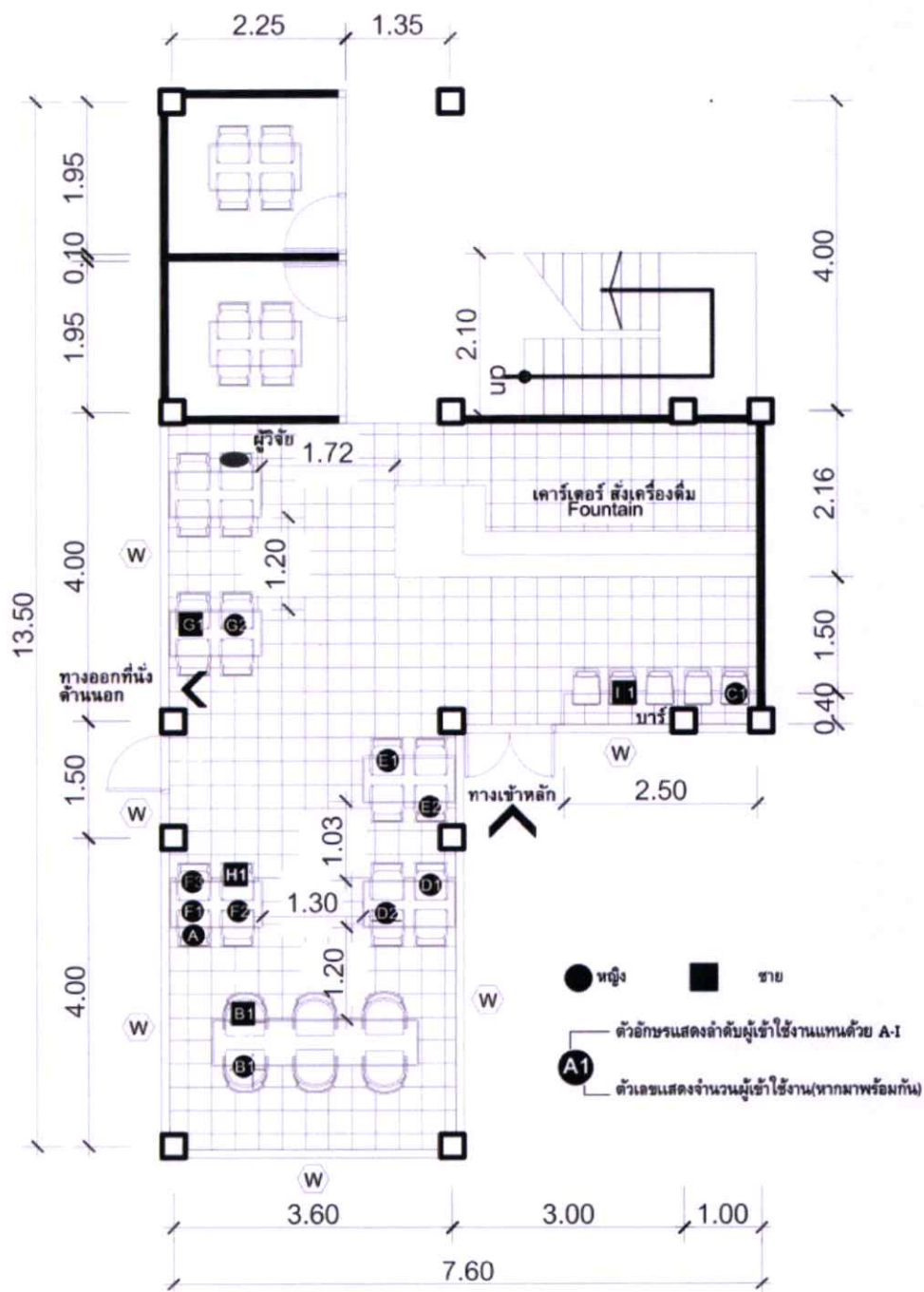


- ลำดับที่ 1 เลข (หากมี) _____
- ลำดับที่ 2 เลข (หากมี) _____
- ลำดับที่ 3 เลข (หากมี) _____
- ลำดับที่ 4 เลข (หากมี) _____
- ลำดับที่ 5 เลข (หากมี) _____

▶ รูปและสัญลักษณ์ที่สะดวก ◀



แบบสังเกต การศึกษาเบื้องต้น



แปลนชั้น 1
มาตราส่วน -

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวนীরชา สุนทรพนาเวศ
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 28 สิงหาคม พุทธศักราช 2527
ที่อยู่	503/1 ถ.คชสาร ต.นอกเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000
ประวัติการศึกษา	
ปี 2551	ปริญญาตรีสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา สถาปัตยกรรมภายใน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปี 2558	เข้าศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรมหา บัณฑิต ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประวัติการทำงาน	
2557-2560	760i Architect & Consultant Co., Ltd.
2553-2556	Kitichai Surin
2551-2552	Ongsa Architect Co., Ltd.
2551	Tula Architect Co., Ltd. (Internship)
2550	Interior Architects 49 Limited (IA49). (Internship)