

ที่มา : <http://thesis.stks.or.th/>

ชื่อสถาบัน

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. บัณฑิตวิทยาลัย

ระดับปริญญาและรายละเอียดสาขาวิชา

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. สถาปัตยกรรมภายใน (สถาปัตยกรรมภายใน)

ปีที่จบการศึกษา

2544

ชื่อนิสิต

ธนิดา เลี้ยววรินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์

แนวทางการออกแบบเอกลักษณ์ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน กรณีศึกษา : ร้านซีเล็ค
สถานีบริการเชลล์

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ผศ.อรรถพร เพชรานนท์

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นการศึกษาเพื่อหา แนวทางการออกแบบเอกลักษณ์ของร้าน สะดวกซื้อ ในสถานีบริการน้ำมันโดยมีร้านซีเล็ค ในสถานีบริการเชลล์เป็นกรณีศึกษา วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ 1) ศึกษานโยบายทางธุรกิจของร้านสะดวกซื้อ ซีเล็ค สถานีบริการเชลล์ 2) ศึกษาการออกแบบเอกลักษณ์ของร้านสะดวกซื้อ ภายในสถานีบริการน้ำมัน 3) ศึกษาลักษณะทางกายภาพของร้านซีเล็ค และร้านอื่นๆ ในธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อทราบถึงรูปแบบของร้าน พฤติกรรมและความต้องการ พื้นที่ใช้สอยของผู้ใช้อาคาร และ 4) เสนอแนะแนวทางการออกแบบเอกลักษณ์ ของร้านซีเล็คสถานีบริการ เชลล์ การวิจัยเริ่มจาก การเก็บข้อมูลพื้นฐานของผู้ที่เคยใช้บริการร้านสะดวกซื้อ ในสถานีบริการน้ำมัน ด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลการใช้บริการ กับกลุ่มตัวอย่าง 200 คน ทำให้ทราบลำดับความนิยมต่อร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันต่างๆ เพื่อเลือกร้านอื่นใน 3 ลำดับแรกมาเป็นร้านกรณีศึกษาเปรียบเทียบ ในเรื่องการออกแบบได้แก่ ร้านจีฟี่ สถานีบริการเจ็ท, ร้านสตาร์มาร์ท สถานี บริการคาลเท็กซ์ และร้านเลม่อนกรีน สถานีบริการบางจาก จากนั้นจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการวิจัย จากเอกสาร และการสำรวจภาคสนาม ประกอบด้วย ข้อมูลขององค์กรเชลล์และซีเล็ค, ข้อมูลผู้ใช้อาคาร และข้อมูลของคู่แข่ง ทำการสำรวจภาคสนามโดย 1) เก็บข้อมูลของร้านซีเล็คตัวอย่าง 30 ร้าน แบ่งเป็น ร้านในย่าน ที่อยู่อาศัย 10 ร้าน, ย่านการค้า 10 ร้าน และย่านริมถนนใหญ่ 10 ร้าน ด้วย แบบสังเกตการณ์ในเรื่อง ที่ตั้ง ผังที่ดิน และผังภายในร้าน 2) เก็บข้อมูลของผู้ใช้อาคาร

แบ่งเป็น ลูกค้า จำนวนร้อยละ 10 คน ด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการออกแบบของร้าน และพนักงาน ด้วยแบบ สัมภาษณ์ โดยมีแบบสัมภาษณ์ 2 ชุด สำหรับแคชเชียร์ 1 คน และหัวหน้าพนักงาน 1 คน ในเรื่องเกี่ยวกับการให้บริการและการทำงานตามหน้าที่ 3) ส่วนของคู่แข่งทำการเก็บข้อมูลขององค์กรจากสื่อต่างๆ และข้อมูล เกี่ยวกับการออกแบบจากการสังเกต นำข้อมูลที่ได้มาทำรายละเอียดประกอบ โครงการออกแบบ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากเครื่องมือวิจัยด้วยโปรแกรม ทางสถิติ SPSS เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นข้อสรุปสำหรับการออกแบบ จากการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถจัดกลุ่มของร้านซีเล็คตามขนาดพื้นที่ ขายได้เป็น ร้านที่มีขนาดพื้นที่ขายต่ำกว่า 40 ตร.ม. 3 ร้าน, 40-59 ตร.ม. 8 ร้าน, 60-99 ตร.ม. 11 ร้าน, 100-149 ตร.ม. 6 ร้าน และ 150 ตร.ม. ขึ้นไป 2 ร้านโดยผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความเห็นว่า ร้านซีเล็คยังไม่มีเอกลักษณ์ ที่เด่นชัด โดยจะได้รับการจดจำในฐานะที่เป็นร้านของเซลล์ และในส่วนของ การออกแบบไม่มีจุดดึงดูดที่โดดเด่น ร้านโดยรวมดูสะอาดตาแต่สีสนจืดชืด ความเห็น ของพนักงานในเรื่องการวางผังร้าน คือ ห้องบริการด้านหลังควรเข้าจากใกล้กับ เคาน์เตอร์แคชเชียร์ และเคาน์เตอร์ฟาสต์ฟู้ดควรอยู่ใกล้เคาน์เตอร์แคชเชียร์ เพื่อความสะดวกในการทำงานและการให้บริการ แนวทางการออกแบบร้านซีเล็คอย่างมีเอกลักษณ์ จึงต้องทำให้ร้านมี จุดเด่นที่เป็นที่จดจำ สื่อได้ถึงองค์กรของร้าน และแตกต่างจากร้านอื่นๆ ทั้งนี้การออกแบบต้องผสมผสานระหว่างความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย ซึ่งเอกลักษณ์ ของซีเล็ค คือ สัญลักษณ์แอปเปิ้ลและดวงอาทิตย์ รวมถึงสีปรากฏในโลโก้ คือ สีเขียว แดง และเหลือง จากชื่อและสัญลักษณ์ของซีเล็ค จึงกำหนดคำสำคัญของร้านซีเล็คได้ว่า "Select for you (ซีเล็ค คัดมาให้คุณ)" นำไปสู่ธีมในการ ออกแบบร้านซีเล็ค คือ "สวนแอปเปิ้ลหลังบ้าน" ที่ให้ความรู้สึกคุ้นเคย เป็นกันเอง มีความสุขและสนุกสนานได้เหมือนเข้ามาในสวนหลังบ้าน ที่มีสินค้าต่างๆ ให้เลือก สรรวมมากมาย สร้างบรรยากาศให้ร้านซีเล็คเป็นเหมือนที่คุ้นเคย ที่สามารถ พักผ่อนได้อย่างสบายใจ การออกแบบร้านนำธีมของร้านมาใช้ ในส่วนของหน้าร้านใช้สีส้มที่สดใส ขึ้นเหมือนแสงอาทิตย์ บ้ายซีเล็คทำเป็นระนาบโค้งให้ดูนุ่มนวลขึ้นและเกิดระนาบ ที่แตกต่างจากขอบหลังคาที่เป็นพื้นหลัง และรูปแอปเปิ้ลตรงทางเข้าร้านซึ่ง ต่อเนื่องไปยังชั้นสินค้าโปรโมชันภายในร้าน ซึ่งส่วนของชั้นที่ตรงกับประตูจะเป็น รูปแอปเปิ้ลสีแดงโปร่งแสง นอกจากนี้ยังนำรูปทรงของแอปเปิ้ลไปใช้กับส่วนอื่นๆ ได้แก่ บ้ายติดผนังภายใน, ส่วนจัดแสดงบริเวณเคาน์เตอร์แคชเชียร์และเคาน์เตอร์ ฟาสต์ฟู้ด ในส่วนของการวางผังร้าน คำนึงถึงลำดับการจัดวางสินค้าและความ สะดวกในการใช้พื้นที่ย่อยต่างๆ ภายในร้าน เพื่อให้ลูกค้ามีการเดินต่อเนื่อง และพนักงานมีความสะดวกในการให้บริการและการทำงาน ทั้งนี้เพื่อให้ร้าน ซีเล็คมีความโดดเด่นและแตกต่างจากร้านอื่น เป็นที่จดจำ เกิดเป็นภาพลักษณ์ ที่ดีใหม่ของลูกค้า