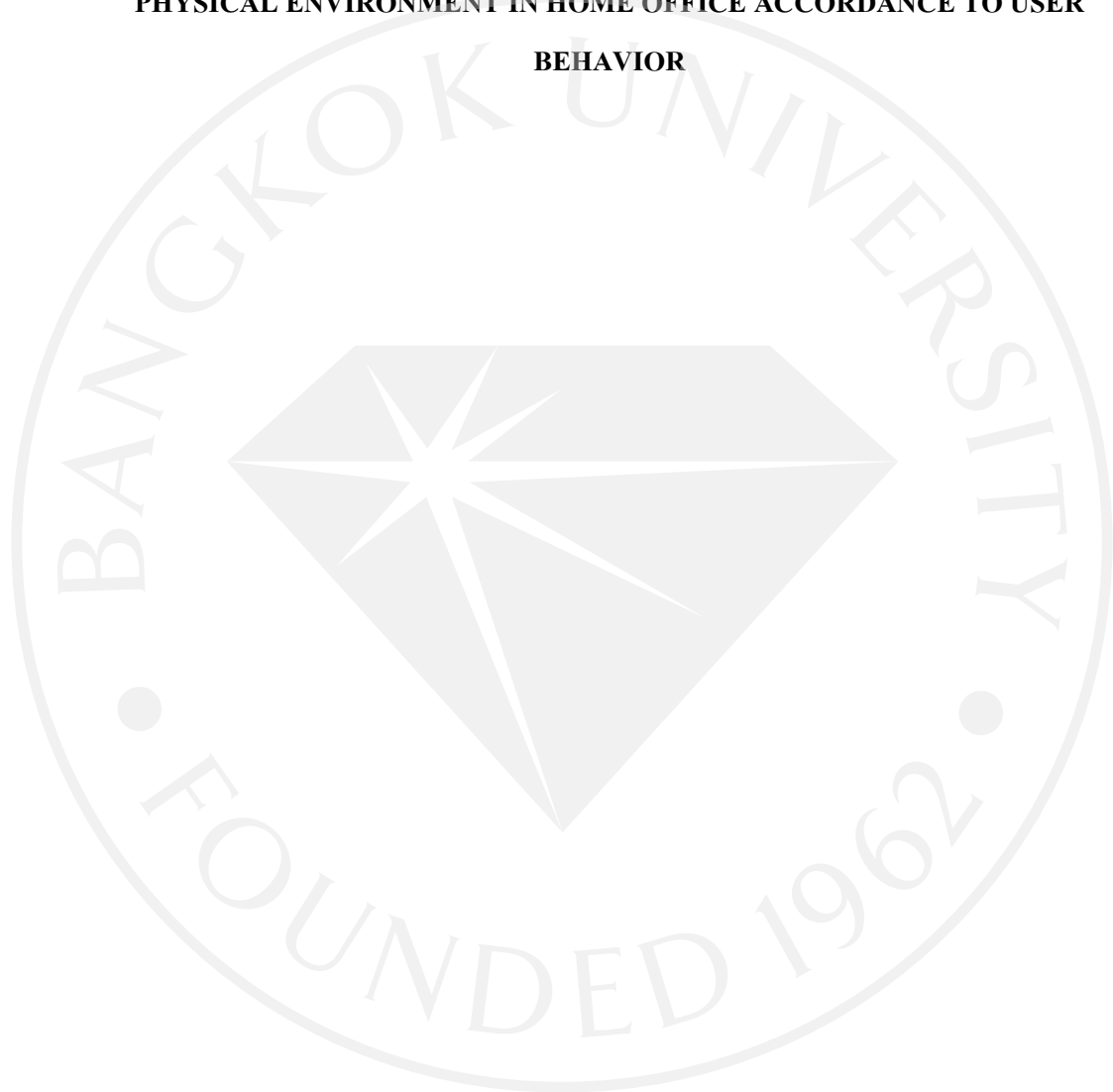


สภาพแวดล้อมทางกายภาพในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน

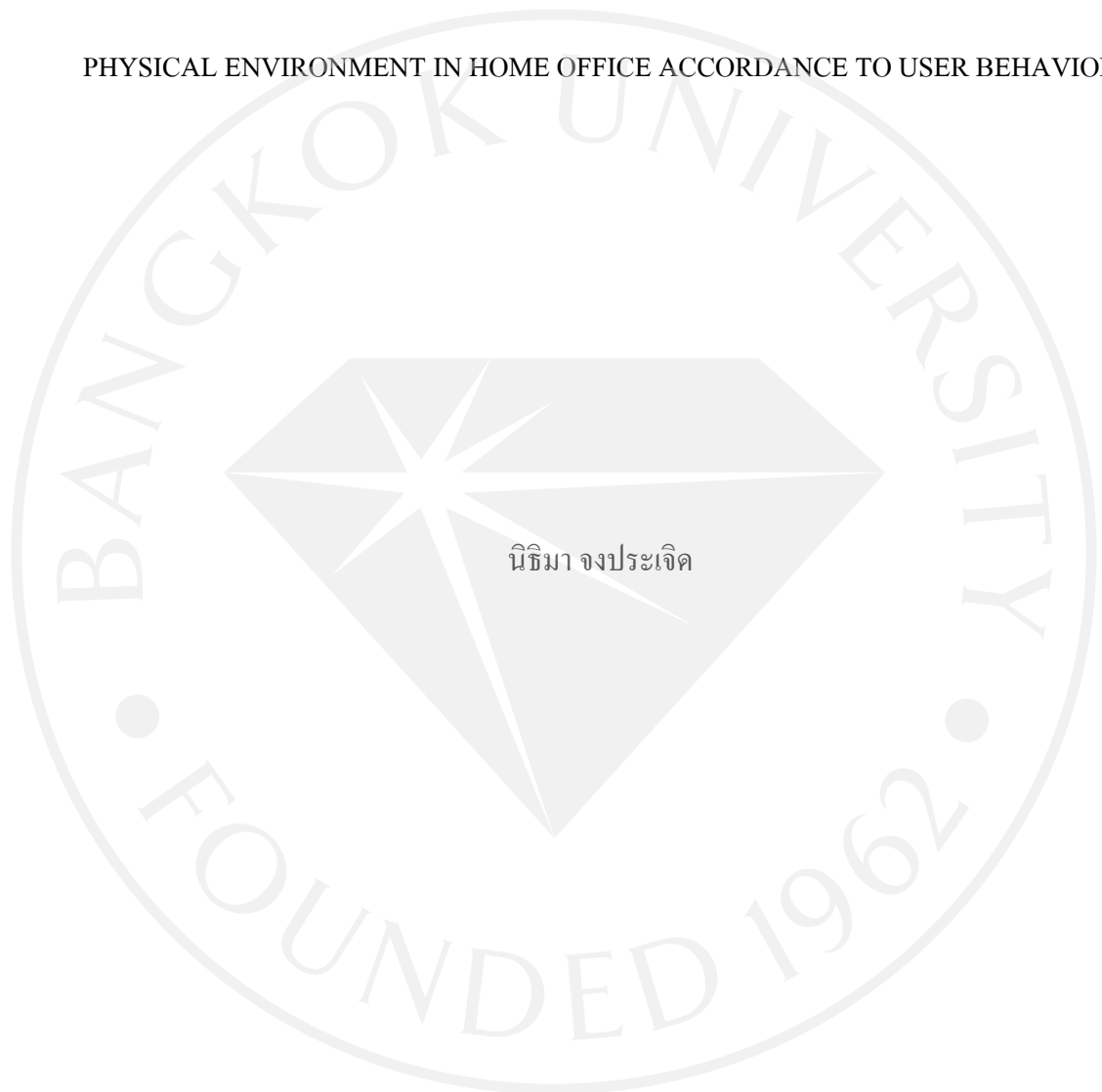
PHYSICAL ENVIRONMENT IN HOME OFFICE ACCORDANCE TO USER

BEHAVIOR



สภาพแวดล้อมทางกายภาพในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน

PHYSICAL ENVIRONMENT IN HOME OFFICE ACCORDANCE TO USER BEHAVIOR



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2554



©2555

นิธินา จงประเจ็ด

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการออกแบบภายใน

เรื่อง สภาพแวดล้อมทางกายภาพในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน

ผู้วิจัย นิธิมา จงประเจิด

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์จันทนี เพชรานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ดร.พีรตร แก้วลาย)

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย

(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(รองศาสตราจารย์อรรถพร เพชรานนท์)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวพร หวังพัฒน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 14 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2555

นิธิมา จงประเจิด. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มิถุนายน 2555, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สภาพแวดล้อมทางกายภาพในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน (301 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์จันทน์ เพชรานนท์

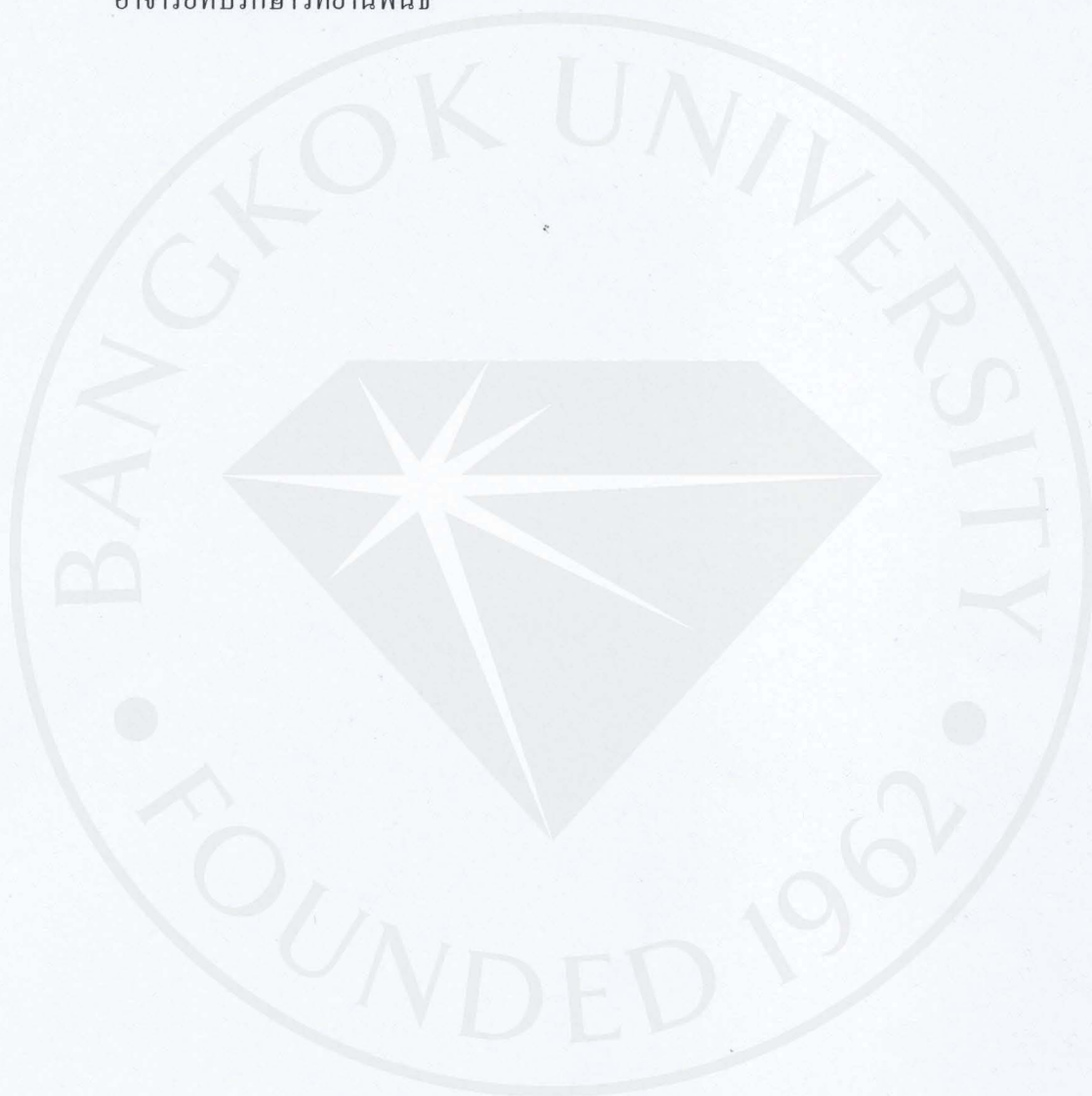
บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาหาสภาพแวดล้อมทางกายภาพใน โฮมออฟฟิศ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาความต้องการทางด้านกิจกรรมของผู้ใช้งานภายในโฮมออฟฟิศ 2. เพื่อศึกษาความต้องการในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งในด้านอุปกรณ์ เครื่องเรือน และบรรยากาศภายในโฮมออฟฟิศ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับความต้องการสภาพแวดล้อมทางกายภาพ 4. เพื่อเสนอแนวทางในการกำหนดพื้นที่ใช้สอยในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นข้อมูลแบบพรรณนาด้วยตัวอักษรและรูปภาพ ประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นตัวเลขและการคำนวณ โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้อาศัยหรือผู้ที่ทำงานในโฮมออฟฟิศบริเวณทาวน์ อิน ทาวน์ โดยมีการ สํารวจ (Observation) การสํารวจลักษณะทั่วไปของโฮมออฟฟิศโดยรอบในทาวน์ อิน ทาวน์ พร้อมทั้งใช้การถ่ายภาพเพื่อเป็นการบันทึกข้อมูลด้านต่าง ๆ และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ประกอบด้วยส่วนของข้อมูลด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การเข้าใช้พื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง ความต้องการทางสภาพกายภาพของโฮมออฟฟิศ หลังการศึกษาทำให้ทราบว่าโฮม ออฟฟิศควรสร้างในรูปแบบของโฮมทาวน์ โดยให้เน้นที่พื้นที่ทำงานเป็นหลักมากกว่าเพื่อการอยู่อาศัย และควรอยู่ในบริเวณใจกลางเมืองที่สามารถเดินทางสะดวก เข้าออกได้หลายเส้นทาง หรือสามารถเดินทางได้โดยรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดิน บรรยากาศในส่วนต้อนรับควรอยู่ในแบบที่เรียบง่าย สบายตา และต้องการแสงธรรมชาติ ชุดเก้าอี้ควรเป็นแบบมีพนักพิง 3-4 ที่นั่ง วัสดุเป็นไม้ กระจก และใช้สีขาวยเป็นสีหลัก ในส่วนพื้นที่ทำงานควรมีบรรยากาศแบบเปลือย โปร่งโล่ง และต้องการแสงธรรมชาติมาก ๆ โดยเน้นที่วัสดุที่ดิบ ปูนเปลือย เหล็กและ ไม้ การจัดพื้นที่ทำงานควรจัดแบบพื้นที่กลุ่ม (Team Space) พื้นที่ประชุมนั้นควรอยู่ในห้องเป็นสัดส่วนรองรับได้ 5-8 คน มีลักษณะเรียบง่าย สะอาดตา และให้เหมาะกับลักษณะองค์กร ในด้านแสงต้องการแสงขาว วัสดุเน้นเป็นไม้ กระจกและสีขาว ในส่วน

พื้นที่สนับสนุนที่ต้องการมาก ได้แก่ พื้นที่เก็บเอกสาร พื้นที่เก็บของ และพื้นที่ถ่ายเอกสาร

อนุมัติ :

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



Jongprajerd, N. M.A.(Interior Design Management), June 2012, Graduate School, Bangkok University.

Physical Environment in Home Office Accordance to User Behavior (301 pp.)

Thesis Advisor: Assoc. Prof. Jantanee Bejrananda

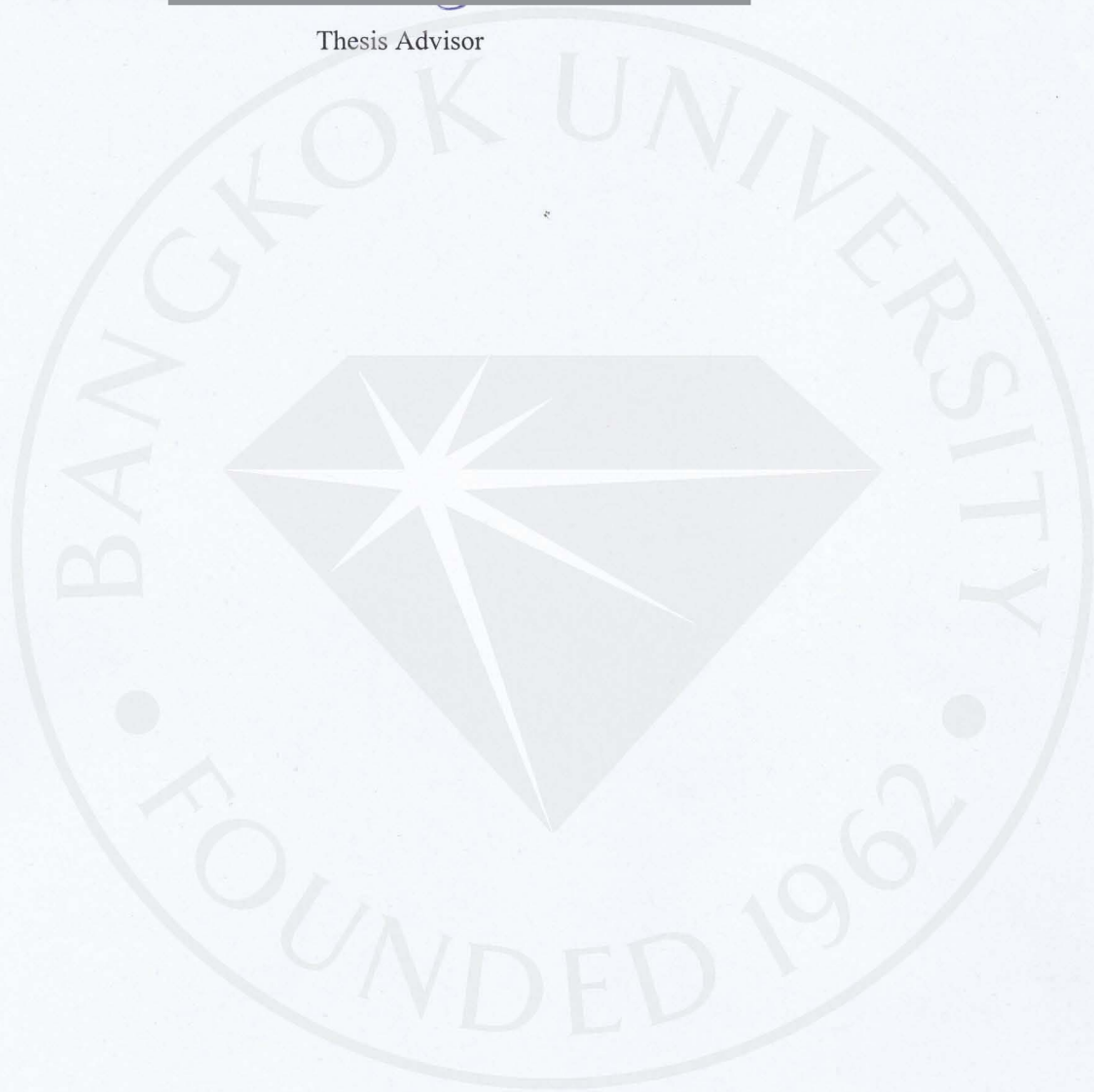
ABSTRACTS

The main objective of this research is to study the physical environment in the home office, which Consistent with the user behaviors, as describe 1. To study the needs of the user activity within the Home Office. 2. To study the needs in the physical environment and the atmosphere within the home office furniture and equipment. 3. To study the relationship between the user and the physical environment. 4. To suggest the alternative way as a guidance to utilize the space in home office area in corresponding to the user's behavior. This research is mainly qualitative research, which consists of letters and pictures, combining with the quantitative research which consists of the numeric data and calculations. The researcher selected a sample of residents who work in home offices near the Town in Town. The data collection methods start with the observation of home office resident characteristics around the Town in Town area, then use photography to record data and information and collect data from 400 completed questionnaires respectively. The collected data consists of demographic information, area utilization behaviors, and also requirement of physical utilization of the area of the home office residence. The study shows that home office should be built from town home format that emphasize on working space rather than living. The home office should be located in downtown area that is accessible with various modes of public transportation. (BTS, MRT and etc) The atmosphere in the reception area should be clean, simple and lid by natural sun light. The chair should be backrest type and has about 3-4 chairs, made from wood, glass and white is the majority color. The atmosphere in the work area should be exposed to natural light and very airy with a focus on raw materials, cement, steel and wood strip. For the set up of the work area should be set as team space. For the meeting room should allow to hold 5-8 people. It should be simply, clear and match with the characteristic of the organization, the internal ambiance should be rely mainly on the white light. For the furniture in the meeting room it should be made from

woods, glass and with white color. The most support area is documents keeping room, photocopy space, and storage area.

Approved: _____

Thesis Advisor



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาเป็นอย่างดีจากหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์จันทนิ เพชรานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษา ชี้แนะ และช่วยเหลือ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ทุกขั้นตอนเพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ผู้วิจัยน้อมรำลึกถึงพระคุณบิดา มารดา ผู้เป็นแรงใจและสนับสนุนให้ผู้วิจัยทำสำเร็จตามความมุ่งหวัง ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่เคยอบรมสั่งสอน ให้ความรู้กับผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ในสถาบันแห่งนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ ธนพล, ธารินทร์, เจนจิรา และพันธุทิพย์ รวมไปถึงเพื่อน ๆ ทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือ คอยผลักดัน และเป็นกำลังใจอยู่เบื้องหลังความสำเร็จในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยมิอาจกล่าวนามในที่นี้ได้ทั้งหมด

ประโยชน์ที่พึงได้รับจากการศึกษาระดับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ทุกท่านที่มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของการวิจัยครั้งนี้

นิธิมา จงประเจิด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ประเด็นปัญหาในการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
คำถามการวิจัย	3
ขอบเขตของงานวิจัย	4
ขั้นตอนดำเนินงาน	4
คำนิยามศัพท์	5
ข้อจำกัดในการวิจัย	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
โสมออฟฟิศ	7
การวิเคราะห์หน้าที่ใช้สอยและกิจกรรมการใช้สอย	11
ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพอใจกับสภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพ	13
การออกแบบและวางแผนกับกระบวนการทางพฤติกรรม	15
แนวความคิดเรื่องการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานแนวใหม่ (New Office)	17
แนวความคิดในการออกแบบพื้นที่	29
เทรนด์โสมออฟฟิศที่ส่งเสริมแรงบันดาลใจ	31
กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	34
ทาวน์ อิน ทาวน์	38
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	49
ประเภทและลักษณะของการวิจัย	49

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) วิธีการดำเนินการวิจัย	
การออกแบบการวิจัย	49
หน่วยของการวิจัย	49
วิธีการเก็บข้อมูลและเครื่องมือ	50
ตัวแปรและการเชื่อมโยงตัวแปร	52
ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่างในงานวิจัย	54
การวิเคราะห์ อภิปรายและสรุปผลวิจัย	55
บทที่ 4 ผลการศึกษา	56
ข้อมูลพื้นฐาน	56
ความต้องการในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	60
ความต้องการด้านกิจกรรมของผู้ใช้งาน	66
ข้อเสนอแนะ	78
การหาความสัมพันธ์ของตัวแปร	78
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ	242
สรุปผลการศึกษาวิจัย	242
ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์	264
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	264
บรรณานุกรม	266
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	270
เอกสารการนำเสนอ	281
ประวัติเจ้าของผลงาน	301
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้สิทธิในวิทยานิพนธ์	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 : ข้อเปรียบเทียบระหว่างโฮมออฟฟิศ ตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ และ ทาวน์เฮ้าส์หรือแมนชั่น	9
ตารางที่ 2.2 : ตารางการแบ่งประเภทการทำงานในสำนักงานแนวใหม่	22
ตารางที่ 2.3 : ตารางจำนวนห้องอาบน้ำและห้องส้วมในอาคารอยู่อาศัย	36
ตารางที่ 3.1 : ตารางแสดงนิยามมโนทัศน์และนิยามปฏิบัติการ	53
ตารางที่ 4.1 : แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน	56
ตารางที่ 4.2 : แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำเลที่เหมาะสมสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	60
ตารางที่ 4.3 : แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกในโฮมออฟฟิศ	62
ตารางที่ 4.4 : แสดงการวิเคราะห์รูปแบบของการสร้างโฮมออฟฟิศ	62
ตารางที่ 4.5 : แสดงการวิเคราะห์ประโยชน์หลักของโฮมออฟฟิศ	63
ตารางที่ 4.6 : แสดงการวิเคราะห์พื้นที่การใช้งานสำหรับโฮมออฟฟิศ	63
ตารางที่ 4.7 : แสดงการวิเคราะห์ลักษณะความต้องการในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	66
ตารางที่ 4.8 : แสดงการวิเคราะห์จำนวนคนที่ต้องการรองรับ	66
ตารางที่ 4.9 : แสดงการวิเคราะห์ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	67
ตารางที่ 4.10 : แสดงการวิเคราะห์เหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ ส่วนต้อนรับ	67
ตารางที่ 4.11 : แสดงการวิเคราะห์การเลือกแสงของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	68
ตารางที่ 4.12 : แสดงการวิเคราะห์การใช้วัสดุของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	68
ตารางที่ 4.13 : แสดงการวิเคราะห์การมีสิ่งของเพิ่มเติมในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	69
ตารางที่ 4.14 : แสดงการวิเคราะห์รูปแบบชุดเก้าอี้รับรองในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	69
ตารางที่ 4.15 : แสดงการวิเคราะห์ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	70
ตารางที่ 4.16 : แสดงการวิเคราะห์เหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของ พื้นที่ส่วนทำงาน	70
ตารางที่ 4.17 : แสดงการวิเคราะห์การใช้แสงของพื้นที่ส่วนทำงาน	72
ตารางที่ 4.18 : แสดงการวิเคราะห์การใช้วัสดุโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	72
ตารางที่ 4.19 : แสดงการวิเคราะห์รูปแบบของพื้นที่ส่วนทำงาน	73
ตารางที่ 4.20 : แสดงการวิเคราะห์ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.21 : แสดงการวิเคราะห์เหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ ส่วนทำงาน	74
ตารางที่ 4.22 : แสดงการวิเคราะห์การใช้แสงของพื้นที่ส่วนประชุม	75
ตารางที่ 4.23 : แสดงการวิเคราะห์การใช้วัสดุโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม	75
ตารางที่ 4.24 : แสดงการวิเคราะห์ความต้องการจำนวนห้องประชุม	76
ตารางที่ 4.25 : แสดงการวิเคราะห์การรองรับจำนวนคนในพื้นที่ห้องประชุม	76
ตารางที่ 4.26 : แสดงการวิเคราะห์รูปแบบพื้นที่ส่วนประชุม	77
ตารางที่ 4.27 : แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นความ ต้องการในส่วนสนับสนุน	77
ตารางที่ 4.28 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการด้าน ทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	78
ตารางที่ 4.29 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการด้าน ทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	81
ตารางที่ 4.30 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความต้องการด้าน ทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	83
ตารางที่ 4.31 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความต้องการ ด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	86
ตารางที่ 4.32 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความ ต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	89
ตารางที่ 4.33 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทรูปร่างกับความ ต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	92
ตารางที่ 4.34 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความ ต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	95
ตารางที่ 4.35 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการ ด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	98
ตารางที่ 4.36 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการ ด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.37 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความ ด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	100
ตารางที่ 4.38 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความ ด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	102
ตารางที่ 4.39 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความ ต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	103
ตารางที่ 4.40 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทรูทกิจกับความ ต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	105
ตารางที่ 4.41 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับ ความต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ	107
ตารางที่ 4.42 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับประ โยชน์ของ โฮมออฟฟิศ	108
ตารางที่ 4.43 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับประ โยชน์ของ โฮมออฟฟิศ	109
ตารางที่ 4.44 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับประ โยชน์ของ โฮมออฟฟิศ	110
ตารางที่ 4.45 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับประ โยชน์ของ โฮมออฟฟิศ	111
ตารางที่ 4.46 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับประ โยชน์ ของโฮมออฟฟิศ	112
ตารางที่ 4.47 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทรูทกิจกับประ โยชน์ ของโฮมออฟฟิศ	114
ตารางที่ 4.48 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับ ประ โยชน์ของโฮมออฟฟิศ	115
ตารางที่ 4.49 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการด้าน ลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	116
ตารางที่ 4.50 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการด้าน ลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.51 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	118
ตารางที่ 4.52 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	119
ตารางที่ 4.53 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	120
ตารางที่ 4.54 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทรูทกิจกับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	122
ตารางที่ 4.55 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	123
ตารางที่ 4.56 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	124
ตารางที่ 4.57 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	125
ตารางที่ 4.58 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	126
ตารางที่ 4.59 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	127
ตารางที่ 4.60 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	128
ตารางที่ 4.61 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทรูทกิจกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	130
ตารางที่ 4.62 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบในโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	132
ตารางที่ 4.63 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	133
ตารางที่ 4.64 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	134

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.65 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของแสง ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	135
ตารางที่ 4.66 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของ แสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	136
ตารางที่ 4.67 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความ ชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	137
ตารางที่ 4.68 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบ ของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	139
ตารางที่ 4.69 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความ ชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	140
ตารางที่ 4.70 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของวัสดุใน พื้นที่ส่วนต้อนรับ	142
ตารางที่ 4.71 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของวัสดุ ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	143
ตารางที่ 4.72 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของ วัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	144
ตารางที่ 4.73 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของ วัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	145
ตารางที่ 4.74 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบ ของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	146
ตารางที่ 4.75 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบ ของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	148
ตารางที่ 4.76 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับ ความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	150
ตารางที่ 4.77 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของ ชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	151
ตารางที่ 4.78 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของชุด เก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	152

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.79 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของ เก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	153
ตารางที่ 4.80 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของ เก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	155
ตารางที่ 4.81 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบ ชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	156
ตารางที่ 4.82 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทรูทกิจกับความชอบ ชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	158
ตารางที่ 4.83 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความ ชอบของเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	160
ตารางที่ 4.84 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบบรรยากาศ โดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	161
ตารางที่ 4.85 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบบรรยากาศ โดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	162
ตารางที่ 4.86 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบ บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	163
ตารางที่ 4.87 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบ บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	165
ตารางที่ 4.88 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความ ชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	166
ตารางที่ 4.89 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทรูทกิจกับความ ชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	167
ตารางที่ 4.90 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความ ชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	169
ตารางที่ 4.91 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของแสง ในพื้นที่ส่วนทำงาน	170
ตารางที่ 4.92 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของแสง ในพื้นที่ทำงาน	171

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.93 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของแสง ในพื้นที่ส่วนทำงาน	172
ตารางที่ 4.94 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของ แสงในพื้นที่ส่วนทำงาน	174
ตารางที่ 4.95 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบ ของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน	175
ตารางที่ 4.96 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบ ของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน	177
ตารางที่ 4.97 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับ ความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน	178
ตารางที่ 4.98 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของวัสดุ ในพื้นที่ส่วนทำงาน	180
ตารางที่ 4.99 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของวัสดุ ในพื้นที่ส่วนทำงาน	181
ตารางที่ 4.100 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของวัสดุ ในพื้นที่ส่วนทำงาน	182
ตารางที่ 4.101 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของ วัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน	183
ตารางที่ 4.102 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบ ของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน	184
ตารางที่ 4.103 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบ ของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน	186
ตารางที่ 4.104 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับ ความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน	187
ตารางที่ 4.105 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการของ รูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน	188
ตารางที่ 4.106 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการของ รูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน	190

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.107 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน	192
ตารางที่ 4.108 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน	194
ตารางที่ 4.109 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน	196
ตารางที่ 4.110 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทรูทกิจกับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน	199
ตารางที่ 4.111 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน	201
ตารางที่ 4.112 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม	203
ตารางที่ 4.113 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม	204
ตารางที่ 4.114 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม	205
ตารางที่ 4.115 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม	207
ตารางที่ 4.116 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม	208
ตารางที่ 4.117 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทรูทกิจกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม	210
ตารางที่ 4.118 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม	211
ตารางที่ 4.119 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม	212
ตารางที่ 4.120 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม	214

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.121 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของ แสงในพื้นที่ส่วนประชุม	215
ตารางที่ 4.122 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของ แสงในพื้นที่ส่วนประชุม	216
ตารางที่ 4.123 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับ ความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม	217
ตารางที่ 4.124 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทรูทกิจกับความชอบ ของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม	219
ตารางที่ 4.125 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความ ชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม	221
ตารางที่ 4.126 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของวัสดุใน พื้นที่ส่วนประชุม	222
ตารางที่ 4.127 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของวัสดุใน พื้นที่ส่วนประชุม	223
ตารางที่ 4.128 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของวัสดุ ในพื้นที่ส่วนประชุม	224
ตารางที่ 4.129 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของ วัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม	225
ตารางที่ 4.130 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับ ความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม	226
ตารางที่ 4.131 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทรูทกิจกับความชอบ ของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม	228
ตารางที่ 4.132 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับ ความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม	230
ตารางที่ 4.133 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับรูปแบบของพื้นที่ ส่วนประชุม	231
ตารางที่ 4.134 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับรูปแบบของพื้นที่ ส่วนประชุม	232

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.135 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมชน	233
ตารางที่ 4.136 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมชน	235
ตารางที่ 4.137 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมชน	236
ตารางที่ 4.138 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมชน	238
ตารางที่ 4.139 : แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมชน	240

สารบัญภาพ

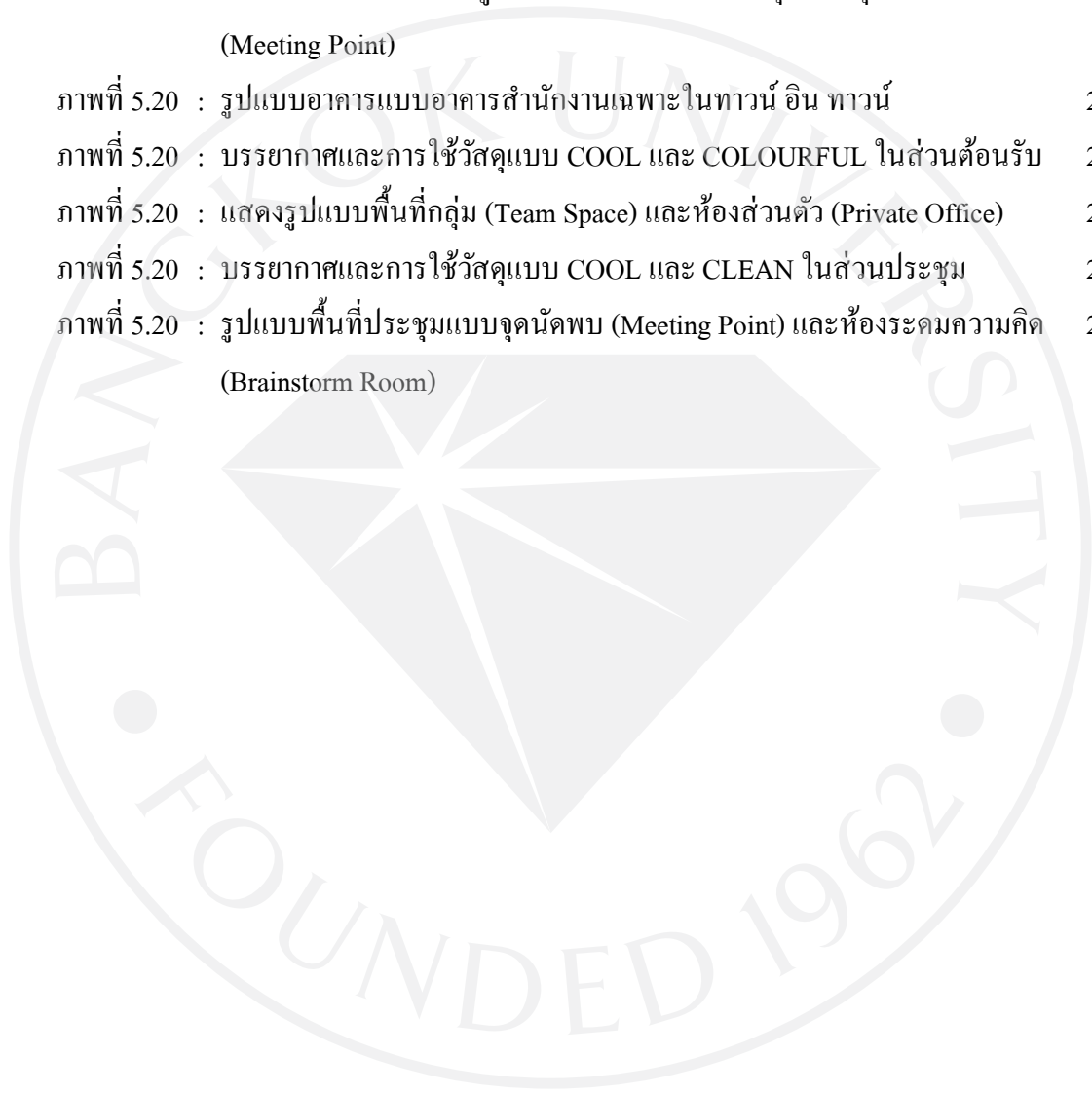
	หน้า
ภาพที่ 2.1 : ภาพแสดงความสัมพันธ์การวิเคราะห์หน้าที่ใช้สอยและกิจกรรมการใช้สอย	12
ภาพที่ 2.2 : การแสดงโครงสร้างและองค์ประกอบของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมกายภาพพอสังเขป	17
ภาพที่ 2.3 : ตัวอย่าง Cool Industrial	32
ภาพที่ 2.4 : ตัวอย่าง Modern Clean and White	33
ภาพที่ 2.5 : ตัวอย่าง Color Funky	34
ภาพที่ 2.6 : แผนที่แสดงที่ตั้งบริเวณทาวน์ อิน ทาวน์	38
ภาพที่ 2.7 : ทางเข้าโรงแรมทาวน์ อิน ทาวน์	39
ภาพที่ 2.8 : โรงแรมทาวน์ อิน ทาวน์	39
ภาพที่ 2.9 : Community Mall “@Park - Town in Town”	40
ภาพที่ 2.10 : บรรยากาศร้านค้าใน @Park	40
ภาพที่ 2.11 : ด้านโสมออฟฟิศริมถนนศรีวิธา	41
ภาพที่ 2.12 : บริเวณแยกที่เข้าจากทางร้านอาหารบ้านต้นซุงถนนประดิษฐ์มนูธรรม	41
ภาพที่ 2.13 : บรรยากาศร้านอาหารริมถนนย่านทาวน์ อิน ทาวน์	42
ภาพที่ 2.14 : บรรยากาศร้านอาหารแบบเป็นเดินที่ข้างทาง	42
ภาพที่ 2.15 : บรรยากาศร้านอาหารสบาย ๆ ในย่านทาวน์ อิน ทาวน์	43
ภาพที่ 2.16 : โสมออฟฟิศบริเวณทางเข้าหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์	43
ภาพที่ 2.17 : ภาพจาก Google Earth แสดงพื้นที่โครงการทาวน์ อิน ทาวน์	44
ภาพที่ 2.18 : แสดงถนน และ ซอย ภายในโครงการ	44
ภาพที่ 2.19 : แสดงอาณาเขตโครงการภายในหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์	45
ภาพที่ 2.20 : บรรยากาศหมู่บ้าน โนเบิล ทารา	45
ภาพที่ 2.21 : กรอบอาคาร โสมออฟฟิศในหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์	46
ภาพที่ 2.22 : อาคาร 4 ชั้น มีที่จอดรถส่วนตัวและหน้าอาคารและ อาคาร 4 ชั้น มีที่จอดรถหน้าอาคาร	47
ภาพที่ 2.23 : อาคาร 4 ชั้น มีที่จอดรถส่วนกลางกว้างขวางและอาคาร 3 ชั้น มีที่จอดรถส่วนกลางกว้างขวาง	47
ภาพที่ 2.24 : อาคาร 3 ชั้น มีที่จอดรถส่วนกลางแต่น้อยและอาคาร 3 ชั้น ไม่มีที่จอดรถ	47
ภาพที่ 3.1 : ภาพจำลองสามมิติในแบบสอบถามแบบที่ 2 Modern Funky และ Classic	51

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 3.2 : แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร	52
ภาพที่ 3.3 : ภาพแสดงเขตพื้นที่หมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์	54
ภาพที่ 5.1 : แสดงความต้องการด้านทำเลที่ตั้ง สุขุมวิท – อโศก	243
ภาพที่ 5.2 : แสดงความต้องการด้านรูปแบบของการสร้างโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม	244
ภาพที่ 5.3 : แสดงความต้องการด้านพื้นที่ส่วนต้อนรับสำหรับใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย	245
ภาพที่ 5.4 : แสดงความต้องการด้านพื้นที่ส่วนต้อนรับสำหรับใช้ติดต่ออย่างเดียว	246
ภาพที่ 5.5 : แสดงบรรยากาศโดยรวมแบบ CLEAN และการเลือกแสงธรรมชาติของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	247
ภาพที่ 5.6 : แสดงแสงขาวและแสงเหลือง	248
ภาพที่ 5.7 : แสดงบรรยากาศโดยรวมแบบ COOL และการเลือกวัสดุของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	248
ภาพที่ 5.8 : แสดงบรรยากาศการใช้วัสดุโดยรวมแบบ COLOURFUL	249
ภาพที่ 5.9 : แสดงความต้องการด้านรูปแบบชุดเก้าอี้มีพนักพิงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	250
ภาพที่ 5.10 : แสดงความต้องการด้านบรรยากาศโดยรวม ด้านการใช้วัสดุของพื้นที่ส่วนทำงานแบบ COOL และด้านการใช้แสงธรรมชาติ	251
ภาพที่ 5.11 : แสดงความต้องการด้านบรรยากาศส่วนทำงานแบบ COLOURFUL	252
ภาพที่ 5.12 : แสดงความต้องการด้านบรรยากาศส่วนทำงานแบบ CLEAN	253
ภาพที่ 5.13 : แสดงความต้องการด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนทำงานแบบพื้นที่กลุ่ม (Team Space) แบบพื้นที่คอกส่วนตัว (Cubicle) แบบห้องทำงานส่วนตัว (Private Office) และแบบ Touch Down	254
ภาพที่ 5.14 : แสดงความต้องการด้านบรรยากาศโดยรวม ด้านการใช้วัสดุของพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ CLEAN และด้านการใช้แสงขาว	255
ภาพที่ 5.15 : แสดงความต้องการในการใช้แสงธรรมชาติบรรยากาศ COOL	256
ภาพที่ 5.16 : แสดงความชอบในการใช้วัสดุส่วนประชุมในบรรยากาศ COLOURFUL	257
ภาพที่ 5.17 : แสดงความต้องการด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบห้องประชุม (Meeting Room)	258
ภาพที่ 5.18 : แสดงความต้องการด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบห้องระดมความคิด (Brainstorm Room)	259

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 5.19 : แสดงความต้องการด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบพื้นที่ประชุม (Meeting Space)	259
ภาพที่ 5.20 : แสดงความต้องการด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบจุดนัดพบ (Meeting Point)	260
ภาพที่ 5.20 : รูปแบบอาคารแบบอาคารสำนักงานเฉพาะในทาวน์ อิน ทาวน์	261
ภาพที่ 5.20 : บรรยากาศและการใช้วัสดุแบบ COOL และ COLOURFUL ในส่วนต้อนรับ	261
ภาพที่ 5.20 : แสดงรูปแบบพื้นที่กลุ่ม (Team Space) และห้องส่วนตัว (Private Office)	262
ภาพที่ 5.20 : บรรยากาศและการใช้วัสดุแบบ COOL และ CLEAN ในส่วนประชุม	263
ภาพที่ 5.20 : รูปแบบพื้นที่ประชุมแบบจุดนัดพบ (Meeting Point) และห้องระดมความคิด (Brainstorm Room)	263



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้ผู้คนได้หันมาทำงานจากที่บ้านกันมากขึ้น อย่างในประเทศสหรัฐอเมริกา ธุรกิจขนาดเล็กกว่าครึ่งล้วนใช้บ้านเป็นโฮมออฟฟิศจนกลายเป็นกระแสโฮมเพรอนูเออร์ (Homepreneur) ขึ้น พร้อมทั้งตกแต่งโฮมออฟฟิศของตัวเองเพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน ส่งผลให้การทำงานนั้นมีประสิทธิภาพ อย่างประเทศไทยตอนนี้ธุรกิจขนาดกลางและเล็ก (SMEs) ก็เติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก จากการรายงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจได้ระบุว่าในปี 2552 ประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งสิ้น 2,896,106 ราย และในปี 2553 ช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนกันยายนพบว่าการขยายตัวถึงร้อยละ 21.4 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553)

เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและเล็กหันมาให้ความสนใจที่จะเลือกใช้บ้าน ทาวน์เฮ้าส์ และโฮมออฟฟิศเปิดเป็นบริษัท เพราะในประเทศไทยเองกระแสการทำงานที่บ้านก็มีมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการที่ใช้บ้านเป็นออฟฟิศนั้นต่างก็มีครบครัน อาจทำให้ขาดความเป็นส่วนตัวและเรื่องเสียงรบกวน ดังนั้นโฮมออฟฟิศกลับมาเป็นที่สนใจในตลาดในขณะนี้ เนื่องจากลักษณะที่เป็นอาคารพักอาศัย ชั้นล่างสามารถเป็นที่ทำงานส่วนตัวบนจะเป็นที่พักอาศัย ซึ่งเหมาะกับยุคนี้ที่เกิดธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางขึ้นมามาก อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาการจราจรติดขัดที่ทวีความรุนแรง เวลาที่เสียไปบนท้องถนนระหว่างการเดินทางจากบ้านไปทำงานวันละหลายชั่วโมง เป็นการประสานแก้ปัญหาดังกล่าวให้ทั้งธุรกิจและที่พักอาศัยอยู่รวมในที่เดียวกัน

ปัจจัยที่ลูกค้าคำนึงถึงเพื่อตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์นั้นนอกจากด้านทำเลที่ตั้ง ราคา การเดินทางสะดวกแล้ว ยังมีอีกหนึ่งปัจจัยที่น่าสนใจคือ ปัจจัยในเรื่องของการจัดพื้นที่ใช้สอย ภายในที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและเกิดความพอใจในการใช้งานสูงสุด ซึ่งสังหาริมทรัพย์ประเภทโฮมออฟฟิศกำลังอยู่ในจุดที่น่าสนใจในตลาด ซึ่งจุดนี้เป็นจุดที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาหาว่าโปรแกรมของโฮมออฟฟิศแบบใดที่จะสอดคล้องกับพฤติกรรมและทำให้เกิดความพอใจในการใช้งานสูงสุดแก่ลูกค้า (Meedee, 2009)

ประเด็นปัญหาในการวิจัย

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ซึ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทุกคน พัฒนาการที่อยู่อาศัยของมนุษย์เกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ เช่น สภาพแวดล้อมของภูมิประเทศ

สภาพภูมิอากาศ วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง เทคโนโลยี ระเบียบและวัฒนธรรมประจำถิ่น ยิ่งสังคมมีการพัฒนามากขึ้นเท่าใด ที่อยู่อาศัยก็ยิ่งมีการพัฒนาควบคู่ไปด้วยมากขึ้นเพียงเท่านั้น จนเกิดเป็นรูปแบบของที่อยู่อาศัยต่างๆมากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยให้ได้มากที่สุด แม้ว่าบุคคลทั่วไปจะมีความต้องการที่จะมีบ้านเป็นของตนเอง อันเป็นความจำเป็นขั้นพื้นฐานก็ตาม แต่ข้อจำกัดเกี่ยวกับงบประมาณ ธรรมเนียม ลักษณะอาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และความต้องการความสะดวกสบายในด้านต่าง ๆ ทำให้บุคคลหลายคนมีความจำเป็นในเรื่องที่อยู่อาศัยแตกต่างกันไป

อย่างไรก็ตาม บุคคลส่วนใหญ่ก็ชอบที่จะมีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี หมายถึงการมีที่อยู่อาศัยเหมาะสมกับความต้องการให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้นั่นเอง ปัจจัยพื้นฐานในการเลือกที่อยู่อาศัย ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม ผู้ซื้อไม่ได้ซื้อเพียงตัวบ้านเท่านั้นแต่จะต้องคำนึงถึงความพอใจในการอยู่อาศัยร่วมด้วย ซึ่งความพอใจที่ว่าคืออัตราประโยชน์ที่ผู้ซื้อจะได้รับตามขนาดของบ้าน ความสะดวกสบาย รวมถึงสิ่งแวดล้อมอื่นใดที่ผู้ซื้อต้องการเพื่อความสุขในการพักอาศัยและใช้ชีวิต ร่วมกับครอบครัว (Department of Financial and Accountancy, 2008)

ซึ่งจะเห็นได้ว่า ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ของลูกค้ำคือส่วนใช้สอยภายใน แต่ที่ผ่าน ๆ มา มิได้มีการศึกษาอย่างจริงจัง ซึ่งแต่เดิมรูปแบบการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ของโฮมออฟฟิศมีการพัฒนารูปแบบมาจากตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ที่ใช้พื้นที่ภายในเป็นทั้งสถานที่ทำงานและที่พักอาศัยในอาคารเดียวกัน โดยที่ผ่านมามีปัญหาของตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จะถูกดัดแปลงต่อเติมอาคาร อย่างอิสระโดยมิได้คำนึงถึงเรื่องการรับน้ำหนักของโครงสร้าง และการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคารที่ดีพอ ผลที่เกิดขึ้นจึงก่อให้เกิดปัญหาติดตามมาตั้งแต่ผู้ใช้อาคาร และสังคมโดยรวม อีกทั้งปัญหาในด้านการจราจร ที่จอดรถ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยในอาคารไม่ดีพอ (เพ็ญศรี ฉันทรวงศ์, 2528, หน้า 61-63)

ในส่วนของโฮมออฟฟิศ แม้จะมีการพัฒนารูปแบบและปรับปรุงในส่วนที่บกพร่องของตึกแถวบางอย่างจนกลายมาเป็นโฮมออฟฟิศแล้วก็ตาม แต่ในขณะที่ปัญหาบางอย่างที่เกิดจากการมีสถานที่ทำงานและที่อยู่อาศัยในที่เดียวกันกลับถูกมองข้ามไป เช่น ปัญหาการโจรกรรม ปัญหาสภาพความจำเจและเบื่อหน่าย การรบกวนกันระหว่างที่พักอาศัยและการทำงาน ปัญหาพื้นที่การใช้งานภายในต่าง ๆ ซึ่งปัญหาดังกล่าวอาจจะไม่ใช่ปัญหาที่เกิดขึ้นในตึกแถว หรืออาคารพาณิชย์ เนื่องจากสภาพความเคยชินของผู้อยู่อาศัยที่ส่วนใหญ่เป็นชาวจีนที่มีอาชีพค้าขายและนิยมที่จะมีที่อยู่อาศัยเป็นตึกแถวอยู่แล้ว แต่ในขณะที่กลุ่มผู้อยู่อาศัยโฮมออฟฟิศนั้นส่วนใหญ่แล้วจะเป็นกลุ่มนักธุรกิจที่เพิ่งจะมีกิจการและต้องการสถานที่ทำสำนักงาน รวมทั้งที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง (สมพงษ์ กิตติสรยุทธ์, 2535, หน้า 3) ดังนั้นปัญหาและข้อดีของโฮมออฟฟิศดังกล่าว ในสภาพความเป็นจริง

อาจจะมากกว่าหรือน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ เราจึงควรศึกษาลูกค้าที่อยู่อาศัยโฮมออฟฟิศจริง ๆ ว่า หากการใช้งานแบบใดจากโฮมออฟฟิศ มีกิจกรรมใดเกิดขึ้นบ้าง โปรแกรมส่วนใหญ่ใช้สอยโฮมออฟฟิศแบบใดที่ลูกค้านิยมสูงสุดและ คิดว่าโปรแกรมส่วนใหญ่ที่มีอยู่ตอนนี้ตอบสนองกับพฤติกรรมแล้วหรือยัง เป็นต้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการทางด้านกิจกรรมของผู้ใช้งานภายในโฮมออฟฟิศ
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งในด้านอุปกรณ์ เครื่องเรือน และบรรยากาศภายในโฮมออฟฟิศ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับความต้องการสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
4. เพื่อเสนอแนวทางในการกำหนดพื้นที่ใช้สอยในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องต่อพฤติกรรมของผู้ใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงรูปแบบเนื้อที่ใช้สอยของโฮมออฟฟิศที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมในการดำเนินชีวิต
2. ได้ทราบปัญหาในการใช้งานและความต้องการของผู้ใช้ที่มีต่อส่วนใช้สอยต่าง ๆ ในโฮม ออฟฟิศ
3. ได้ทราบข้อมูลพื้นฐานและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีผลต่อการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในโฮมออฟฟิศ
4. ผลที่ได้นำไปเป็นแนวทางเสนอแนะในการกำหนดพื้นที่ใช้สอยในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้

คำถามการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการพื้นที่ใช้สอยอย่างไรในแต่ละกิจกรรมแต่ละส่วนของโฮมออฟฟิศ
2. กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการสภาพแวดล้อมทางกายภาพอย่างไรในโฮมออฟฟิศ

ขอบเขตของงานวิจัย

1. กำหนดให้ขอบเขตของงานวิจัยคือ มุ่งศึกษาเฉพาะ โฮมออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานครที่ออกแบบมาเพื่อเป็น โฮมออฟฟิศเท่านั้น
2. ในการศึกษานี้จะทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดพื้นที่ใช้สอยของโฮมออฟฟิศ
3. การวิจัยนี้จะเก็บข้อมูลจากผู้อยู่อาศัยโฮมออฟฟิศในบริเวณทาวน์ อิน ทาวน์ เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร ด้านความต้องการส่วนใช้สอยต่าง ๆ และ ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานเดิม เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการ โปรแกรมส่วนใช้สอยในการสร้าง โฮม ออฟฟิศที่สอดคล้องต่อพฤติกรรมของผู้ใช้

ขั้นตอนดำเนินงาน

เนื่องจากคุณลักษณะทางกายภาพภายนอก เช่น รูปแบบบ้าน และราคาบ้าน ไม่สามารถจะบอกถึงความเหมาะสมของพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านได้เสมอไป การศึกษาจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ความเหมาะสมและความสอดคล้องของการสนองประโยชน์ใช้สอยตามกิจกรรม และพฤติกรรมที่แท้จริงของผู้อยู่อาศัยด้วย การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทางกายภาพ กิจกรรมและพฤติกรรมของผู้อยู่อาศัยในโฮมออฟฟิศ โดยมีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1. การศึกษาและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นเอกสาร โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งจากรายงานการวิจัย และเอกสารซึ่งมีเนื้อหาสาระเกี่ยวข้องกับ โฮมออฟฟิศเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการศึกษาขั้นต่อไป
2. วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากเอกสาร สรุปและออกแบบเครื่องมือที่ใช้กับการศึกษาครั้งนี้
3. เลือกกลุ่มตัวอย่างของกรณีศึกษา พร้อมสำรวจสภาพแวดล้อมทั่วไปของโครงการ
4. เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้หรือผู้อาศัยในโฮม ออฟฟิศในขอบเขตการศึกษา
5. วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยค่าร้อยละและ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS เพื่อนำผลที่ได้เสนอเป็นรูปแบบแผนภูมิ หรือ/และตารางตามความเหมาะสม
6. แปลความหมายจากผลการวิเคราะห์ที่ได้จาก SPSS ตามเนื้อหาที่กำหนดในขอบเขตการศึกษา
7. สรุปผลการศึกษาวิจัยออกมาเป็นต้นแบบพื้นที่ใช้สอยสำหรับ โฮมออฟฟิศและรูปตัวอย่าง

คำนิยามศัพท์

อาคารที่พักอาศัย หมายถึง ตึก บ้าน โรงเรือน แพ ซึ่งปกติบุคคลอาศัยอยู่ทั้งกลางวัน และ กลางคืน

ตึกแถว หมายถึง อาคารที่พักอาศัย หรืออาคารพาณิชย์ซึ่งปลูกสร้างติดต่อกันเป็นแถวเกิน สองห้อง และประกอบด้วยวัสดุทนไฟเป็นส่วนใหญ่

อาคารพาณิชย์ หมายถึง อาคารที่ใช้ประโยชน์แห่งการค้า หรือโรงงานที่ใช้เครื่องจักรซึ่ง เทียบได้ไม่เกิน 5 แรงม้า หรืออาคารที่ก่อสร้างห่างแนวทางสาธารณะ หรือแนวทางซึ่งมีสภาพเป็น สาธารณะไม่เกิน 20 เมตร ซึ่งอาจใช้เป็นอาคารเพื่อประโยชน์แห่งการค้า

อาคารแบบผสม หมายถึง อาคารที่มีวัตถุประสงค์การใช้งานตั้งแต่ สองกิจกรรมขึ้นไป รวมอยู่ในอาคารเดียวกัน

บ้านกึ่งสำนักงาน หมายถึง เป็นอาคารแบบผสมที่มีการประสานประโยชน์ ประกอบ กิจกรรมระหว่างอาคารที่พักอาศัยร่วมกับอาคารพาณิชย์ และ/ หรือ อาคารสำนักงาน กล่าวคือ การ ใช้ประโยชน์อาคารมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้พื้นที่ เพื่อเป็นสำนักงานประกอบกับใช้ประโยชน์ เพื่ออยู่อาศัยร่วมกัน

โฮมออฟฟิศ หมายถึง อาคารแบบผสมที่มีการประสานประโยชน์ประกอบกิจกรรม ระหว่างอาคารที่พักอาศัยร่วมกับอาคารพาณิชย์ และ/ หรือ อาคารสำนักงาน กล่าวคือ การใช้ ประโยชน์อาคารมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้พื้นที่ เพื่อเป็นสำนักงานประกอบกับใช้ประโยชน์ เพื่ออยู่อาศัยร่วมกัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า โฮมออฟฟิศเป็นอาคารประเภทเดียวกับบ้านกึ่ง สำนักงาน

สภาพแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง เป็นสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นได้ ได้แก่ อาคาร สถานที่ พื้น ผนัง เพดาน แสง สี วัสดุ เครื่องเรือน รวมทั้งสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ตามธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางกายภาพในโฮมออฟฟิศแบ่งออกเป็นสภาพแวดล้อมภายในอาคารและ สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร

ส่วนใช้สอย หมายถึง ส่วนใช้สอยต่าง ๆ ภายในโฮมออฟฟิศที่รองรับต่อกิจกรรมที่เกิดขึ้น ภายใน

ผู้ใช้งาน หมายถึง คือผู้ที่อาศัยและทำงานอยู่ในโฮมออฟฟิศ

ข้อจำกัดในการวิจัย

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโสมออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจจะไม่ครบถ้วน เนื่องจากขาดหน่วยงานที่ทำการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลของอาคารประเภทนี้โดยตรง



บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โฮมออฟฟิศ

การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงของตึกแถวและอาคารพาณิชย์สู่โฮมออฟฟิศ

จากการศึกษารูปแบบการพัฒนาร้านกึ่งสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร (สมพงษ์ กิตติสรุฑธ์, 2535, หน้า 12-19) ได้กล่าวถึง อาคารพาณิชย์หรือตึกแถวเป็นอาคารที่อยู่ในประเทศไทยมานาน โดยเฉพาะใจกรุงเทพฯ คนส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์นั้นจะเป็นคนจีนหรือคนไทยเชื้อสายจีน ทั้งนี้อาคารพาณิชย์หรือตึกแถวเป็นอาคารที่ชาวจีนนิยมที่จะเลือกซื้อ เนื่องจากสามารถใช้สำหรับพักอาศัยและใช้ประกอบการค้า สังเกตได้จากสถานที่ที่มีคนจีนอยู่กันหนาแน่นจะบ้านพักอาศัยเป็นรูปแบบของอาคารพาณิชย์ทั้งสิ้น แต่เนื่องจากปัญหาการจราจรที่ติดขัดมากทำให้ทางราชการเพิ่งเล็งว่าอาคารพาณิชย์เป็นต้นเหตุอย่างหนึ่งของปัญหาการจราจรติดขัด ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่มาติดต่องานกับสำนักงานหรือร้านค้าที่เป็นอาคารพาณิชย์มักจะมีปัญหาในเรื่องที่จอดรถ จึงนำรถออกไปจอดตามท้องถนนจนเป็นปัญหา

ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทางสถาปนิกและผู้ประกอบการเองก็พยายามแก้ไขปัญหของอาคารพาณิชย์หรือตึกแถว ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อยู่อาศัย จึงมีการพัฒนาอาคารสำนักงาน อาคารชุด ศูนย์การค้าและคอนเพล็กซ์ต่าง ๆ ขึ้นแทนอาคารพาณิชย์ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นอาคารเหล่านี้ใช้ได้เป็นเพียงสถานที่ทำงานเท่านั้นไม่สามารถนำมาเป็นสถานที่พักอาศัยไปในตัวได้ ประกอบกับปัญหาการจราจรติดขัดทำให้การเดินทางระหว่างที่พักอาศัยและสถานที่ทำงานต้องเสียเวลาเป็นอย่างมาก และไม่สะดวกสบายเหมือนการใช้อาคารพาณิชย์ การพัฒนาในเรื่องของตึกแถวจึงได้มีการพัฒนาขึ้นอีกครั้ง โดยมีการพัฒนาและแก้ไขในข้อบกพร่องของอาคารทั้ง 2 ประเภทมาเป็นอาคารประเภทใหม่ที่เรียกว่า โฮมออฟฟิศ ที่เป็นทั้งสถานที่ทำงานและที่พักอาศัยในอาคารเดียวกัน และในขณะเดียวกันก็มีสถานที่จอดรถให้บางส่วน

ปัจจัยในการพัฒนาโฮมออฟฟิศ

อาคารสำนักงานที่เกิดขึ้นในยุคแรกนั้นเป็นเพียงตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ ที่เจ้าของได้ดัดแปลงตกแต่งให้มีสภาพเป็นสำนักงานเพื่อใช้ติดต่อกับลูกค้า แต่เมื่อกิจการของบริษัทขยายตัวจำนวนบุคลากรก็เพิ่มขึ้นตาม เจ้าของกิจการต่างก็ขยายสถานที่ทำงานของตัวเอง และเป็นที่แน่นอนสำนักงานใหม่จะต้องมีสภาพที่ดีกว่าเดิม ซึ่งส่งผลให้เกิดอาคารสำนักงานในรูปแบบของออฟฟิศคอนโดมิเนียม อย่างไรก็ตามยังมีบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งที่เรียกตนเองว่า “New Generation” บุคคลเหล่านี้มีวิญญูณของการเป็นเจ้าของธุรกิจ โฮมออฟฟิศจึงเป็นแนวโน้มใหม่ที่เกิดขึ้นหลังยุค

คอนโดมิเนียม ซึ่งส่วนมากจะยึดทำเลที่ไม่แออัดมากนัก และมีแนวโน้มของการเจริญเติบโตสูง เช่น บริเวณถนนศรีนครินทร์ ถนนรัชดา ถนนบางนา-ตราด เป็นต้น (วิษณุ นิยมปิตินันท์, 2533, หน้า 92-98)

โสมออฟฟิศเป็นรูปแบบหนึ่งของอาคารสำนักงานที่สร้างขึ้น เพื่อเป็นสำนักงานกึ่งที่อยู่อาศัย ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้อยู่อาศัยให้ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปกลับระหว่างที่อยู่อาศัยและสำนักงาน และหลีกเลี่ยงปัญหาการจราจรติดขัด โดยมีเป้าหมายไปยังกลุ่มบริษัทที่ต้องการมีกรรมสิทธิ์ทั้งในพื้นที่อาคารและที่ดิน โสมออฟฟิศมีลักษณะของอาคารที่ไม่มีความสูงหรือพื้นที่ก่อสร้างมากเกินไปเกินระดับที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอาคารสูง จึงทำให้เจ้าของโครงการไม่จำเป็นต้องสร้างพื้นที่จอดรถ และสามารถลดต้นทุนไปได้มากโดยที่ในแต่ละหน่วยผู้อยู่อาศัยสามารถใช้เป็นทั้งสำนักงานและที่อยู่อาศัยได้พร้อมกัน (ฉัตรวิภา ปุณฺณวิภา, 2534, หน้า 9) การพยายามออกแบบความสูงของอาคารหรือพื้นที่ก่อสร้างอาคารไม่ให้มากเกินไปเกินกว่าที่กฎหมายควบคุมอาคารกำหนดไว้ในเรื่องของที่จอดรถ ในส่วนของผู้ประกอบการเองเป็นการลดต้นทุนลงและผู้ซื้อก็อาจจะซื้ออาคารได้ถูกลงเช่นเดียวกัน แต่การลดต้นทุนด้วยวิธีดังกล่าว อาจจะส่งผลให้เกิดปัญหาในเรื่องที่จอดรถผู้มาติดต่อ ถ้ามีการออกแบบที่จอดรถไม่เพียงพอก็จะเกิดปัญหา เช่นเดียวกับอาคารพาณิชย์

รูปแบบการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงโสมออฟฟิศ

การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงโสมออฟฟิศ สามารถแบ่งแยกที่มาได้เป็น 2 ด้าน คือ ทางด้านกายภาพ และทางด้านเศรษฐกิจ (สมพงษ์ กิตติสรยุทธ์, 2535, หน้า 22-24)

1. ทางด้านกายภาพ

การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงโสมออฟฟิศทางด้านกายภาพ นับได้ว่าการพัฒนารูปแบบมาจากอาคารพักอาศัยที่เป็นบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์มาเป็นโสมออฟฟิศในรูปของวิลล่าออฟฟิศ และ โสมออฟฟิศ โดยรูปแบบโสมออฟฟิศดังกล่าวมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกับบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ทั้งในด้านขนาด ที่จอดรถ และสถานที่ตั้งของอาคาร

2. ทางด้านเศรษฐกิจ

การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงโสมออฟฟิศทางด้านเศรษฐกิจ มีการพัฒนามาจากอาคารตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ที่ใช้พื้นที่ชั้นล่างของอาคารเป็นที่ประกอบการค้า และใช้พื้นที่ชั้นบนเป็นสถานที่พักอาศัยในอาคารเดียวกัน

ตารางที่ 2.1: ข้อเปรียบเทียบระหว่างโฮมออฟฟิศ ตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ และทาวน์เฮ้าส์หรือแมนชั่น

ทางด้านกายภาพ			
ประเภท	โฮมออฟฟิศ	ตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์	ทาวน์เฮ้าส์หรือแมนชั่น
ขนาดความกว้างของอาคารสถานที่ตั้ง	มีความกว้างประมาณ 6-8 เมตร ไม่จำเป็นที่จะต้องตั้งในทำเลที่สาธารณะแต่ควรอยู่ในบริเวณที่มีระบบทางสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่ดีพอ	มีความกว้างประมาณ 3.5-4 เมตร ในส่วนของอาคารพาณิชย์ที่จำเป็นจะต้องใช้พื้นที่ด้านล่างเป็นที่ตั้งโชว์สินค้า จึงจำเป็นจะต้องตั้งในทำเลที่ติดกับถนนสาธารณะที่มีการสัญจรของผู้คนมาก	มีความกว้างประมาณ 4-6 เมตร ไม่จำเป็นที่จะต้องตั้งในทำเลที่ติดกับถนนสาธารณะ แต่ควรมีความสะดวกสบายในการเข้าถึงอาคาร
สถานที่จอดรถ	จำเป็นจะต้องมีที่จอดรถเพื่อรองรับการติดต่อกันของลูกค้า	ไม่มีที่จอดรถเนื่องจากรูปแบบที่กำหนด	ควรมีสถานที่จอดรถ
ทางด้านเศรษฐกิจ			
ประเภท	โฮมออฟฟิศ	ตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์	ทาวน์เฮ้าส์หรือแมนชั่น
การแบ่งส่วนในการใช้สอยของอาคาร	บริเวณพื้นที่ชั้นล่างจะใช้ประโยชน์เพื่อทำเป็นสำนักงานและในส่วนชั้นบนจะใช้ประโยชน์ทำเป็นที่อยู่อาศัย	บริเวณพื้นที่ชั้นล่างจะใช้ประโยชน์เพื่อทำเป็นที่ประกอบการค้า และในส่วนชั้นบนจะใช้ประโยชน์เพื่อทำเป็นที่อยู่อาศัย	พื้นที่ทั้งหมดจะใช้เป็นที่อยู่อาศัยเพียงอย่างเดียว
สถานที่ตั้ง	ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจที่สำคัญของเมือง	ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจที่สำคัญของเมือง	สถานที่ตั้งส่วนใหญ่จะกระจายอยู่ตามชานเมือง

ที่มา: สมพงษ์ กิตติสรุฑุท. (2535). รูปแบบการพัฒนาบ้านกึ่งสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การจัดพื้นที่ใช้สอยในโฮมออฟฟิศ (Zoning Management)

โฮมออฟฟิศมาจาก Home+Office คือการที่เป็นทั้งบ้านและที่ทำงาน การแบ่งพื้นที่การใช้สอยหลักๆโดยทั่วไปก็จะแบ่งเป็น 3 ส่วน (Interior Siam, 2007)

1. ส่วนสาธารณะ (Public Zone)

โดยทั่วไปคือส่วนด้านหน้า ที่คนจากภายนอกเข้าถึงได้

1.1 ส่วนต้อนรับ (Reception) เป็นส่วนแรกที่เขาเจอ และเป็นส่วนหน้าตาของออฟฟิศก็ว่าได้ ออฟฟิศจะดูดีในสายตาของแขกเมื่อแรกเจอก็คือส่วนนี้ เป็นทั้งส่วนให้ข้อมูลต่าง ๆ รวมไปถึงการรับเช็ค วางบิล

1.2 ส่วนพักคอย (Waiting Area) เป็นส่วนที่ต่อเนื่องโดยตรง กับส่วนต้อนรับ ควรจัดที่นั่งพักคอยไว้สำหรับผู้มาติดต่อ อาจจะเป็น Indoor หรือ Outdoor ก็ได้แต่จุดประสงค์ความสะดวก แต่ละสไตล์ของการตกแต่ง หรืออาจออกแบบเป็นโต๊ะประชุมเล็ก ๆ ประมาณ 3-4 ที่แบบสบาย ๆ เป็นกันเอง

2. กึ่งสาธารณะ (Semi Public Zone)

เป็นส่วนที่เชื่อมต่อเข้ามาจากส่วน Public Zone ใช้สำหรับเป็นส่วนติดต่อ พูดคุย กันระหว่างผู้มาเยือนกับพนักงาน

2.1 ห้องประชุม (Meeting Room) ควรจะเป็นห้องที่สามารถ เปิด-ปิด ได้โดยสะดวก เพื่อในกรณีที่ต้องการความเป็นส่วนตัวมากยิ่งขึ้น เช่นกันด้วยผนังกระจกที่ตอบสนองเรื่องความเป็นส่วนตัวได้ แต่ก็ไม่ได้ทำให้รู้สึกอึดอัด และก็ควรเตรียมอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ที่ใช้ในการประชุม เช่น ไวท์บอร์ด, โทรทัศน์ หรือจอสไลด์ ฯลฯ

2.2 ส่วนเอนกประสงค์ (Multifunction) จะเห็นอยู่บ่อยๆ กับการออกแบบตกแต่งออฟฟิศในสมัยนี้ที่มันเป็นมูมกาแฟเล็ก ๆ ไว้รองรับสำหรับลูกค้าและพนักงาน ถ้าออฟฟิศมีพื้นที่เพียงพอ อาจเพิ่มประโยชน์ใช้สอยให้หลากหลายขึ้นโดยทำเป็นห้องสมุดเพิ่มไปในนั้นเลย ไม่ว่าจะใช้เป็นที่พักผ่อนพูดคุย หาข้อมูล เอาไว้เปลี่ยนบรรยากาศการทำงาน

3. ส่วนตัว (Private Zone)

ส่วนนี้ก็คือส่วนของพนักงาน ถ้าไม่จำเป็นจริงๆ ออฟฟิศส่วนใหญ่จะไม่อนุญาตให้ลูกค้าเข้ามาในส่วนนี้

3.1 ส่วนทำงาน (Working Area) ควรออกแบบให้มีบรรยากาศให้น่าทำงาน ควรออกแบบให้ไม่จุคนมากนัก เพื่อสร้างบรรยากาศทำงานให้มีสมาธิ และสดชื่น และสิ่งที่สำคัญอีกอย่างที่ไม่ได้และต้องวางแผนออกแบบไว้ตั้งแต่แรก คือพวกงานระบบที่รองรับ

เทคโนโลยีต่าง ๆ ในการทำงาน และควรเผื่อขยายในอนาคตไว้ด้วย เพื่อที่เวลาใช้งานจะได้สะดวกและไม่เกิดปัญหาในการทำงาน

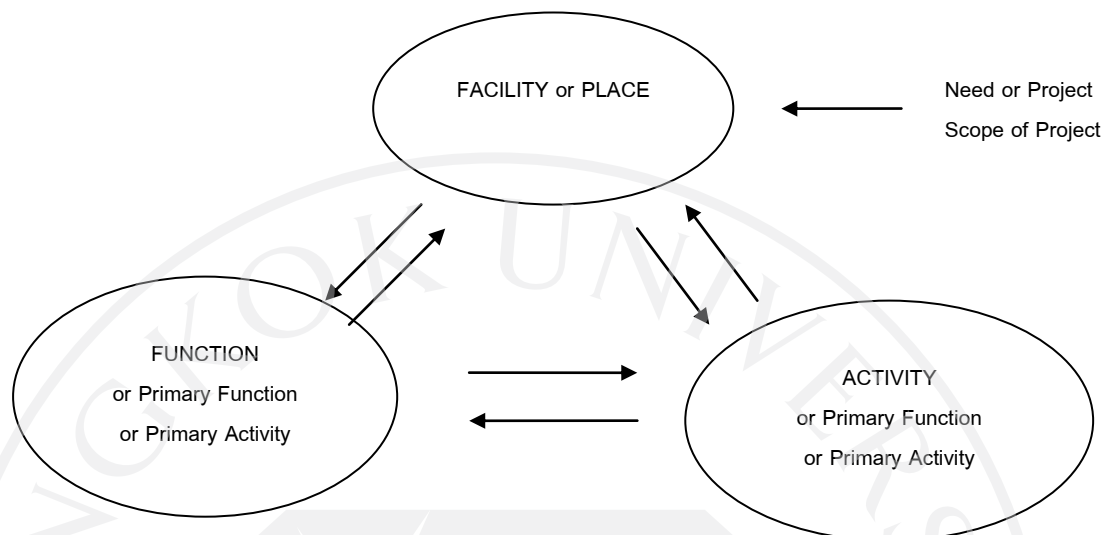
3.2 ที่เก็บเอกสาร (File Storage) นับวันยิ่งทำงานนานขึ้น พวกเอกสารก็ยิ่งมากขึ้นตามปริมาณงาน แม้สมัยนี้การจัดเก็บจะเป็น Soft File กันส่วนใหญ่แล้วก็จริง แต่ก็ต้องมีเผื่อไว้บ้าง อย่างน้อยก็ต้องหาที่เก็บพวก Server/ PABX

3.3 ส่วนเตรียมอาหาร (Pantry) อาจจะใช้ร่วมกับห้องครัวของส่วนพักอาศัยด้วยก็ได้ ส่วนนี้เป็น Private Zone อยู่แล้ว อาจจะแค่เพิ่มโต๊ะ เก้าอี้ไว้เพื่อพนักงาน

การวิเคราะห์หน้าที่ใช้สอยและกิจกรรมการใช้สอย

พื้นที่ใช้สอยตามความต้องการของโครงการ (Facility) เป็นสภาพทางกายภาพหรือสถานที่ (Place) ที่ถูกกำหนด หรือมีที่มาจากความต้องการของโครงการ (Need of Project) โดย Facility หรือ Place มักถูกใช้แทน Function หรือ Activity เพื่อบ่งบอกลักษณะทางกายภาพ ส่วนหน้าที่ใช้สอย หรือประโยชน์ใช้สอย (Function) บ่งบอกลักษณะหน้าที่การทำงาน หรือประโยชน์ของพื้นที่ใช้สอย หรือว่าพื้นที่ใช้สอยนั้นใช้ทำอะไรได้บ้าง และกิจกรรมการใช้สอย (Activity) บ่งบอกลักษณะการกระทำของผู้ใช้ต่อพื้นที่ อันนำไปสู่การบอกว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ก็คือเกี่ยวกับผู้ใช้ (User) สถานที่ (Place) และพฤติกรรม (Behavior) เพราะ Facility เป็นตัวกำหนดขอบเขตโครงการ (Space of Project) อย่างคร่าว ๆ แล้วนำไปสู่การกำหนดหน้าที่ใช้สอย (Function) หลังจากนั้น หน้าที่ใช้สอยจะบ่งบอกว่าจะเกิดกิจกรรมแบบไหน อย่างไร บนพื้นที่และไปกำหนดว่ารูปแบบหน้าตาของพื้นที่ใช้สอยนั้นควรจะเป็นอย่างไร ในหนังสือการทำรายละเอียดประกอบโครงการการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในแสดงความสัมพันธ์ของ Facility Function และ Activity ดังนี้ (จันทน์ เพชรานนท์, 2542)

ภาพที่ 2.1 : ภาพแสดงความสัมพันธ์การวิเคราะห์หน้าที่ใช้สอยและกิจกรรมการใช้สอย



ที่มา: จันทน์ เพชรานนท์. (2542). การทำรายละเอียดประกอบโครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

การวิเคราะห์กิจกรรม (Activity Analysis)

การวิเคราะห์กิจกรรม เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการความต้องการทางกายภาพของพื้นที่ใช้สอยหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะเกิดขึ้น (Physical Requirements of a Facility) โดยส่วนหนึ่งเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์หน้าที่ใช้สอย เพื่อหาความสัมพันธ์พื้นที่ใช้สอย และอีกส่วนหนึ่งเป็นการค้นหารายละเอียดความต้องการเนื้อที่ใช้สอยและองค์ประกอบแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการออกแบบ (Design Criteria) เกณฑ์นี้จะประกอบไปด้วยขนาดของเนื้อที่ ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรม เครื่องเรือน เครื่องใช้ และเครื่องมือประกอบในการใช้สอย ตลอดจนการบ่งบอกลักษณะรูปแบบ รูปทรง และบรรยากาศที่ควรจะเป็นของแต่ละพื้นที่ใช้สอย

เนื่องจากกิจกรรมเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้อาคารในเรื่องการกระทำและพฤติกรรม ก่อนที่จะวิเคราะห์กิจกรรมจึงต้องทราบรายละเอียดว่าผู้ใช้ในแต่ละพื้นที่ใช้สอยตามความต้องการในโครงการ เป็นใครบ้าง แล้วจึงทำการศึกษาการกระทำและพฤติกรรมต่าง ๆ โดยปกติในอาคารสาธารณะมักแบ่งประเภทของผู้ใช้ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการหรือผู้มารับบริการ ส่วนในบ้านกลุ่มผู้ใช้ประจำคือคนที่อยู่ในบ้านทั้งหมด ส่วนญาติหรือเพื่อนที่มาเยี่ยมถือเป็นกลุ่มผู้มาใช้ชั่วคราว (จันทน์ เพชรานนท์, 2542)

1. กลุ่มผู้ใช้ประจำ เป็นกลุ่มผู้ใช้ที่ใช้อาคารตามบทบาทในหน้าที่ในชีวิตประจำวัน จึงเป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและสภาพแวดล้อมสังคมในช่วงระยะเวลาต่อเนื่องกัน นานและค่อนข้างสม่ำเสมอ กลุ่มผู้ใช้ประจำมักมีพื้นที่ใช้สอยประจำของแต่ละบุคคล ซึ่งหมายถึง การมีอาณาเขตครอบครอง (Territoriality) ในพื้นที่สำหรับประกอบกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เป็นที่ซึ่งบุคคลอื่นไม่อาจเข้าไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตก่อน กลุ่มผู้ใช้ประจำจึงเป็นผู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของตน เช่น ในการจัดวางโต๊ะทำงานใหม่ หรือ การระดับภายในห้องทำงานใหม่เท่าที่จะเป็นไปได้ ฯลฯ

2. กลุ่มผู้ใช้ชั่วคราว เป็นกลุ่มผู้ใช้ที่ใช้อาคารเป็นครั้งคราวและในช่วงระยะเวลาอันสั้น ตามบทบาทเฉพาะของบุคคลซึ่งเป็นไปตามความจำเป็นในการใช้อาคารในขณะนั้น กลุ่มผู้ใช้ชั่วคราวนี้ไม่ได้มีพื้นที่ใช้สอยประจำของแต่ละบุคคลในลักษณะการครอบครองอย่างถาวร หรือค่อนข้างถาวร แต่มีการใช้สอยในลักษณะชั่วคราว จึงมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมกายภาพและสภาพแวดล้อมสังคมในลักษณะชั่วคราวด้วย ผู้ใช้ไม่ได้มีความผูกพันทางจิตใจกับสภาพแวดล้อมเท่ากับผู้ใช้ประจำ และแม้ว่าผู้ใช้ชั่วคราวจะได้รับผลกระทบโดยตรงจากสภาพแวดล้อม แต่ก็มักไม่อาจมีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมได้ กลุ่มผู้ใช้ชั่วคราวจะกระจายอยู่ในพื้นที่ส่วนต่างๆ ของอาคารที่กำหนดไว้เพียงบางส่วนของอาคาร กล่าวคือ มักเป็นส่วนสาธารณะหรือกึ่งสาธารณะ ผู้ใช้ชั่วคราวมักไม่อาจล่วงล้ำเข้าไปในอาณาเขตครอบครองของผู้ใช้ประจำ

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพอใจกับสภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพ

ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมกายภาพ

ความสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว โดยมนุษย์มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมกายภาพซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ สิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์ทำขึ้น เช่น ภาชนะ เครื่องเรือน อาคาร ถนน ชุมชน หรือเมือง สภาพแวดล้อมทางอุณหภูมิ แสงสว่าง ระวังเสียงที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ ฯลฯ และสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏตามธรรมชาติ และในขณะเดียวกันมนุษย์ไม่อาจอยู่โดดเดี่ยวได้ มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มสังคม มนุษย์จึงมีความสัมพันธ์กับมนุษย์ด้วยกัน เป็นความสัมพันธ์กับบุคคล กลุ่มสังคม องค์กร สถาบัน ฯลฯ ตามบทบาทหน้าที่และโครงสร้างทางสังคม

สิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดนี้เป็นองค์ประกอบทางสังคมและสภาวะที่เกิดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพกายภาพ โดยองค์ประกอบเหล่านี้ย่อมมีส่วนในการกำหนดสภาพทางกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ โดยอาจสนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อการเกิดกิจกรรมและพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์

จากที่กล่าวข้างต้นอาจวิเคราะห์ตัวกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมกายภาพพอสังเขปได้ดังนี้

1. ตัวกำหนดทางด้านมนุษย์

- 1.1 อิทธิพลทางด้านสรีรวิทยา
- 1.2 อิทธิพลทางด้านบุคลิกภาพ
- 1.3 อิทธิพลทางด้านสังคม
- 1.4 อิทธิพลทางด้านวัฒนธรรม

2. ตัวกำหนดทางด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ

- 2.1 โอกาสทางสภาพแวดล้อมกายภาพที่มีต่อความสัมพันธ์
- 2.2 คุณสมบัติต่าง ๆ ของสภาพแวดล้อมกายภาพ
- 2.3 ตำแหน่งของสภาพแวดล้อมกายภาพ

อิทธิพลของมนุษย์และสภาพแวดล้อมกายภาพที่กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และสภาพแวดล้อมกายภาพ สภาพแวดล้อมกายภาพแม้จะมีอิทธิพลต่อลักษณะพฤติกรรมของมนุษย์ แต่คงไม่ได้กำหนดพฤติกรรมโดยตรง รายละเอียดของลักษณะทางพฤติกรรมย่อมขึ้นอยู่กับมนุษย์ที่เกี่ยวข้องเป็นสำคัญ

ในการวิจัยในครั้งนี้กล่าวถึงสภาพทางกายภาพของโฮมออฟฟิศอัน ได้แก่ ขนาดของเนื้อที่ กิจกรรมการทำงานต่าง ๆ ในการใช้งานว่าสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้งานหรือไม่ ความพอใจกับสภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพ

ความพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ นอกจากจะมีสาเหตุตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีสิ่งที่เป็นอิทธิพลต่อความพอใจในเรื่องที่อยู่อาศัย โดย เบคเกอร์ (Becker, 1975, p.182) ได้ศึกษาไว้ว่าอิทธิพลเหล่านี้ได้แก่ ประสพการณ์ที่อยู่อาศัยในอดีตและความคาดหวังเรื่องที่อยู่อาศัยในอนาคตกับข้อจำกัดตามเงื่อนไขตามสภาพการณ์ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ประสพการณ์ที่อยู่อาศัยในอดีตของผู้อาศัยก่อให้เกิดปัจจัย 3 ประการ คือ ภาพพจน์ของบ้านในอุดมคติ เงื่อนไขสภาพการณ์และกลไกการแก้ไขปัญหาส่วนบุคคล โดยปัจจัยทั้งสามเกิดขึ้นได้โดยได้รับอิทธิพลจากประสพการณ์ที่อยู่อาศัยในอดีตทั้งในส่วนที่ไม่ใช่กายภาพเช่น สภาพทางสังคมเศรษฐกิจของครอบครัว ราคาของที่อยู่อาศัย และส่วนที่เป็นกายภาพเช่น กายภาพของหน่วยพักอาศัยที่ตั้งและกายภาพของชุมชน ผู้อยู่อาศัยจะนำปัจจัยเหล่านี้ไปใช้ประเมินเรื่องที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของตน ซึ่งเบคเกอร์อธิบายไว้ว่าผู้อยู่อาศัยอาจมีความพอใจในเรื่องที่อยู่อาศัยในปัจจุบันได้ แม้ว่าสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันจะไม่ตรงกับสิ่งที่เป็นบ้านในอุดมคติก็ตาม ทั้งนี้เป็นเพราะว่าประสพการณ์ในอดีตในส่วนที่เป็นกายภาพ เช่น สภาพสังคมเศรษฐกิจ ราคาของที่อยู่อาศัย ฯลฯ ล้วนมีอิทธิพลต่อการประเมินที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน เช่น ลักษณะครอบครัว ข้อจำกัดเรื่องรายได้ เมื่อเปรียบเทียบกับราคาที่อยู่อาศัย จึงพบว่าบ้านในอุดมคติเป็นเพียงบ้านเป้าหมายเรื่องที่อยู่อาศัยโดย

ใช้ที่อยู่อาศัยปัจจุบันเป็นหนทางไปสู่เป้าหมายนั้น ดังนั้นเงื่อนไขตามสภาวะการณ์ร่วมเข้ากับกลไกการแก้ปัญหาในตัวบุคคลขณะหนึ่ง อาจทำให้ผู้อยู่อาศัยเกิดความพอใจต่อที่อยู่อาศัยขณะนั้นได้ และเงื่อนไขและปัจจัยอื่น ๆ แปรเปลี่ยนไปก็อาจทำให้ความพอใจกลายเป็นความไม่พอใจได้ในเวลาต่อมา

ความสัมพันธ์ในส่วนที่เกี่ยวกับที่ตั้งและสภาพแวดล้อมชุมชน

จากการศึกษาพบว่า ที่ตั้งและสภาพแวดล้อมชุมชนมีความสัมพันธ์กับความพอใจของผู้อยู่อาศัย โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพอใจคือ

- 1) แหล่งจับจ่ายใช้สอยและตลาด
- 2) การควบคุมเรื่องความปลอดภัยอันเนื่องมาจากอันตราย
- 3) การเดินทางและบริการด้านขนส่งมวลชน

นอกจากปัจจัยดังกล่าว ในกรณีที่มีการเดินทางไม่สะดวก สถานที่ตั้งควรอยู่ใกล้เมือง ใกล้ที่ทำงาน ใกล้โรงเรียน ฯลฯ

การออกแบบและวางแผนกับกระบวนการทางพฤติกรรม

กิจกรรมมนุษย์ย่อมเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมกายภาพมีส่วนในการส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อกิจกรรมที่เกิดขึ้นในงานออกแบบและวางแผน ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบสภาพแวดล้อมกายภาพ จึงเกี่ยวข้องกับกิจกรรมและพฤติกรรมมนุษย์ด้วย (วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร 2537, หน้า 26-31)

เป้าหมายของงานออกแบบและวางแผนกับกระบวนการหลักพฤติกรรม

- 1) การก่อให้เกิดสุนทรียภาพของรูปทรง
- 2) การก่อให้เกิดการสื่อความหมายทางสัญลักษณ์
- 3) การก่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการทางหน้าที่ใช้สอย

การออกแบบสภาพแวดล้อมกายภาพเป็นการกำหนดขนาด และระยะห่างต่างๆ ของสิ่งทีออกแบบ ขนาดและระยะห่างนั้นนอกจากจะมีความสัมพันธ์กันทางกายภาพหรือตามความจำเป็นทางโครงสร้างแล้ว จะต้องสัมพันธ์กับความสะดวกสบายในการใช้สอยของมนุษย์ด้วย สภาพแวดล้อมทางมิติยังเกี่ยวข้องกับขนาดของอนาคตครอบครองและที่เว้นว่างส่วนบุคคลอีกด้วย เพื่อการคงไว้ซึ่งภาวะเป็นส่วนตัวของบุคคลหรือกลุ่ม

การออกแบบอาจมีส่วนช่วยให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ตอบสนองการรู้สึกของอวัยวะและระบบประสาทสัมผัสได้ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรู้สึกทางทัศนภาพ

ซึ่งที่กล่าวมาข้างต้นนี้เป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องจัดให้มีสภาพและสภาวะแวดล้อมภายในที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิตของผู้ที่อยู่ร่วมกันภายในให้แตกต่างหากจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ซึ่งมักมีความแปรปรวนอยู่ตลอดเวลา โดยการจัดให้มีส่วนกันระหว่างภายนอกกับภายในหรือที่ ฟิทซ์ (Fitch, 1970) เรียกว่า “Meso-environment” ซึ่งเป็นส่วนของงานสถาปัตยกรรมนั่นเอง พฤติกรรมมนุษย์จะเกิดขึ้นได้อย่างปกติ หากมีความสัมพันธ์กับสภาวะแวดล้อมที่สอดคล้องกับความต้องการทางชีวภาพ

ดังนั้นสถาปนิกมักพยายามออกแบบอาคารให้มีลักษณะทางกายภาพที่สื่อความหมายแก่คนทั่วไปว่าเป็นอาคารอะไร ใช้งานอย่างไร ตลอดจนใช้สื่อความหมายถึงสถานภาพทางสังคมของเจ้าของของผู้ใช้หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง สภาพแวดล้อมกายภาพแม้จะไม่ใช้ตัวกำหนดพฤติกรรมทางสังคม แต่สภาพแวดล้อมกายภาพมีส่วนในการส่งเสริมหรือขัดขวางพฤติกรรมทางสังคมให้เกิดการกระทำระหว่างกันมากหรือน้อยโดยขึ้นอยู่กับลักษณะของสภาพแวดล้อมกายภาพด้วย ดังนั้นการออกแบบและวางแผนสภาพแวดล้อมกายภาพควรจะต้องสามารถสนองประโยชน์ทางการใช้สอยที่เกิดขึ้น

พฤติกรรมมนุษย์ในสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการออกแบบ

ในกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมกายภาพมีขั้นตอนหลัก ๆ ทำนองเดียวกับขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจหรือการวางแผน เริ่มด้วยการกำหนดจุดมุ่งหมายของการกระทำ แล้วค้นหาข่าวสารหรือโอกาสความพร้อมของสภาพแวดล้อม มีการวางแผนและกระทำการตามแผน และในที่สุดมีการประเมินการกระทำที่เกิดขึ้นเพื่อชี้แนะการกระทำขั้นต่อไป

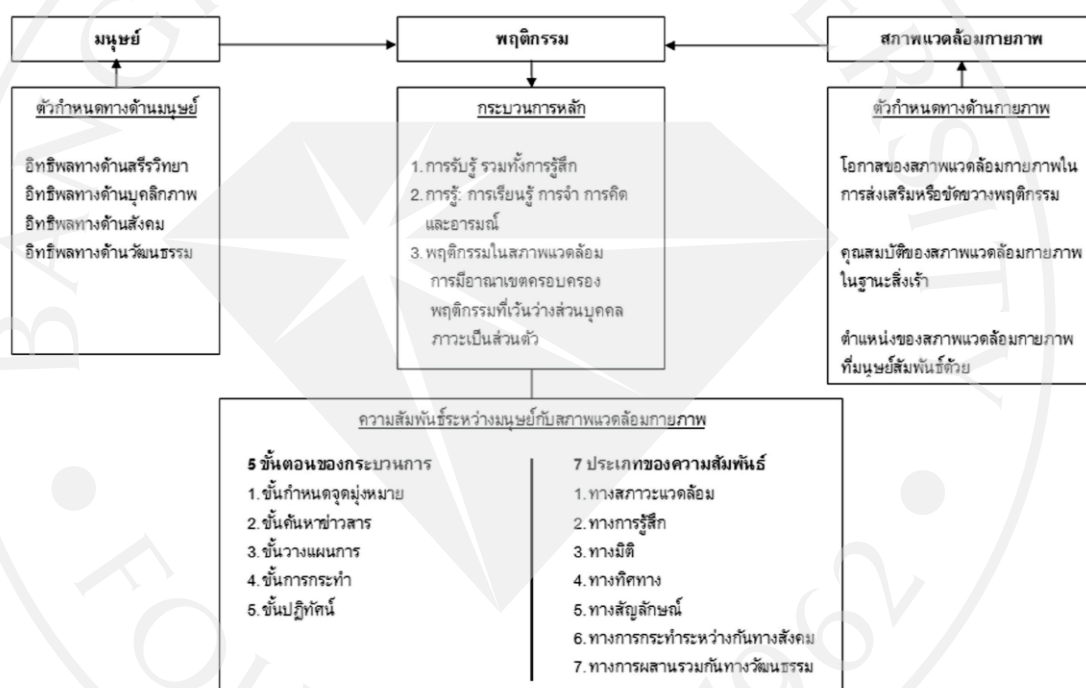
สภาพแวดล้อมกายภาพมีคุณสมบัติต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์กับมนุษย์ได้ 7 ประการ คือ ความสัมพันธ์ทางสภาวะแวดล้อม ทางความรู้สึก ทางมิติ ทางทิศทาง ทางสัญลักษณ์ ทางการกระทำระหว่างกันทางสังคม และทางการผสมรวมกันทางวัฒนธรรม นักออกแบบและนักวางแผนจะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติต่าง ๆ ของสภาพแวดล้อมกายภาพเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่เหมาะสมในประการต่าง ๆ ดังกล่าว

มนุษย์มักมีการกระทำต่อกันเสมอ เช่น อาจกำลังพูดจากัน อาจกำลังทานอาหารด้วยกัน สมาชิกในครอบครัวอาจกำลังนั่งชมโทรทัศน์อยู่ภายในบ้าน ฯลฯ การกระทำต่อกันนี้อาจเป็นการกระทำระหว่างบุคคล หรือระหว่างกลุ่ม หรือระหว่างบุคคลกับกลุ่ม และอาจกล่าวถึงพฤติกรรมและมนุษย์ในสภาพแวดล้อมตามวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เช่น การอยู่อาศัยร่วมกันเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่มีความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมกายภาพและเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ๆ ในสังคม ซึ่งต่างก็มี

ความเกี่ยวข้องกันและเน้นกลไกสำคัญทางการควบคุมพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมของมนุษย์ที่อยู่ร่วมกัน ประเด็นทั้ง 3 ได้แก่

- 1) การมีอาณาเขตครอบครอง (Territoriality)
- 2) พฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคล (Personal Space Behavior)
- 3) สภาวะเป็นส่วนตัว (Privacy)

ภาพที่ 2.2: การแสดงโครงสร้างและองค์ประกอบของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมกายภาพพอสังเขป



ที่มา: วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2537). *พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม* มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน (1,000 เล่ม) (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แนวความคิดเรื่องการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานแนวใหม่ (New Office)

ในรายวิจัยเรื่องการสร้างสภาพแวดล้อมภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน สำหรับสำนักงานธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศยุคใหม่ในกรุงเทพมหานคร ได้ทำการศึกษาและเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานแนวใหม่ (New Office) หรือสำนักงานแนวคิดสร้างสรรค์ (Creative Office) ไว้ เนื่องจากแนวคิดนี้เริ่มแพร่หลายในทวีปอเมริกาเหนือในช่วงกลางทศวรรษที่ 90 ก่อนที่จะได้รับความนิยมไปทั่วโลก (นัททิน เนียมทรัพย์, 2545)

แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานแนวใหม่

มายเยอร์สัน และรอสส์ (Myerson & Ross, 1999) ได้ศึกษาและสรุปเนื้อหาเกี่ยวกับที่มา และเหตุผลของการเปลี่ยนความนิยมจากวิธีการจัดสำนักงานตามหลักการของ Henry Ford and Frederick Taylor สองผู้นำทางด้านการจัดสำนักงาน ในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ที่มีแนวความคิดการจัดการสำนักงานที่มีการแบ่งเป็นหน่วยงานย่อย และจัดระเบียบในการทำงาน (Divide-and-Rule Environment) มาจัดสำนักงานตามแนวความคิดสำนักงานแนวความคิดสร้างสรรค์ (Creative Office) อธิบายแนวความคิดและลักษณะเฉพาะของสำนักงานแนวความคิดสร้างสรรค์ นั่นคือ วิธีการทำงานแบบใหม่ที่มีบรรยากาศที่ไม่เป็นทางการ เปลี่ยนวิธีการวางผังจากระบบเดิมที่มีการแบ่งพื้นที่ตามแผนก และวางตำแหน่งพื้นที่ทำงานตามระบบพิกัดมาเป็นการจัดพื้นที่ที่ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม จัดเส้นทางสัญจรที่ส่งเสริมการเคลื่อนที่และการทำงานร่วมกัน และเพิ่มพื้นที่ที่พนักงานสามารถมาพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดหรือประชุมย่อยได้ การใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการทำงาน การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในองค์กร โดยการลดช่องว่างระหว่างสถานภาพของพนักงานและการออกแบบโดยคำนึงถึงลักษณะของพื้นที่และลักษณะของสถาปัตยกรรมมากขึ้น และยังได้สรุปหลักการออกแบบสำนักงานแนวความคิดสร้างสรรค์ไว้ 4 อย่าง ได้แก่ การส่งเสริมการทำงานเป็นทีม (Team) ความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างพนักงาน (Exchange) การมีสังคมในที่ทำงาน (Community) และการใช้ระบบสำนักงานเคลื่อนที่ (Mobility)

จากหนังสือ OFFICES AND WORKSPACES เขียนโดยเมย์ส์ (Mays, 1999) โดยแฟรงเคล เป็นคนเขียนคำนำได้สรุปความเป็นมาของการออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง คือ

1. ช่วงแรกระยะเวลาก่อนปี ค.ศ. 1900 เป็นช่วงเปลี่ยนแปลงสังคมจากยุคเกษตรกรรมสู่ยุคอุตสาหกรรม การออกแบบสำนักงานจึงยังไม่มีบทบาทมากนัก
2. ช่วงที่สอง ระหว่างปี ค.ศ. 1900-1950 เป็นช่วงเริ่มต้นของการออกแบบสำนักงานอย่างจริงจัง โดยนิยมจัดสำนักงานตามแนวทางการจัดการของ Frederick Taylor หรือเรียกว่าทฤษฎี Taylorism
3. ช่วงที่สาม ระหว่างปี ค.ศ. 1950-1970 เป็นช่วงที่การจัดสำนักงานตามทฤษฎี Taylorism ได้รับความนิยอย่างสูงในสหรัฐอเมริกา จนกลายเป็นสัญลักษณ์การทำงานสไตล์อเมริกัน มีการจัดสำนักงานตามมาตรฐานของศักดิ์นา (Hierarchical Standards) ซึ่งมีการจัดพื้นที่ตามสถานภาพ และการใช้งานของพนักงานมากน้อยเป็นตารางฟุต มีการจัดผังแบบเปิดและแบ่งกลุ่มตามแผนกงาน
4. ช่วงที่สี่ ระหว่างปี ค.ศ. 1970-1990 เป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในหลายอย่าง ดังนี้

1) เริ่มนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการทำงานอย่างแพร่หลาย
 2) เริ่มมีการลงทุนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ด้านอาคาร การออกแบบตกแต่งสำนักงานเริ่มมีรูปแบบหลากหลายมากขึ้น โดยคำนึงถึงปรัชญาและภาพพจน์ขององค์กรมากกว่าการจัดตามรูปแบบอนุรักษ์นิยม

3) นักออกแบบเฟอร์นิเจอร์มีการคิดค้นเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นระบบ Panel-based System ที่ปรับกาจัดวางได้ เก็บ เดินสาย และติดตั้งงานระบบได้ และเคลื่อนย้ายได้

4) นักออกแบบจะไม่จำกัดการจัดกลุ่มทำงานที่แน่นอนอีกต่อไป แต่ต้องออกแบบให้สามารถปรับผังสำนักงานได้ตลอดเวลา

5. ในช่วงศตวรรษที่ 90 จนถึงปัจจุบัน เริ่มมีการใช้เทคโนโลยีไร้สาย การออกแบบโดยใช้หลักสรีรศาสตร์ เช่น การใช้เก้าอี้ที่ปรับได้ การมีระบบแสงสว่างเฉพาะที่และความสามารถควบคุมสภาพแวดล้อมในสำนักงาน ทำให้เป็นการส่งเสริมการเคลื่อนที่ของพนักงานในการทำงานกลุ่มหรือการทำงานเฉพาะอย่าง

ความแตกต่างของงานออกแบบตกแต่งภายในสำนักงานระหว่างทศวรรษที่ 50 และปัจจุบันคือ คนส่วนใหญ่เห็นว่าการทำงานเป็นเพียงกระบวนการ ไม่ใช่เป็นการควบคุมในสำนักงานที่มีระบบศักดิ์นาของตำแหน่งงานอย่างสมัยก่อน นักออกแบบจึงนิยมสร้างบรรยากาศภายในสำนักงานที่ไม่เป็นทางการ เน้นการออกแบบที่เป็นการยกระดับคุณค่ากับพนักงานและบทบาทของเขามากขึ้น และลดช่องว่างของสถานภาพของพนักงานให้น้อยลง

เคิร์ฟเวอร์ (Cerver, 1998) ได้อธิบายถึงลักษณะเฉพาะของการจัดสำนักงานแนวคิดสร้างสรรค์ไว้ ดังนี้ มีความเคลื่อนที่ (Dynamism) มีความยืดหยุ่น (Flexibility) มีระบบการสื่อสารที่ดี (Communication) และสามารถเปลี่ยนรูปได้ง่าย (Fluidity) นอกจากนี้ยังมีการออกแบบเพื่อเปิดออกสู่บรรยากาศภายนอก ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม นำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน และออกแบบให้มีภาพลักษณ์สะท้อนปรัชญาของสำนักงาน

เรย์มอนด์ และคันลิฟฟ์ (Raymond & Cunliffe, 1997) ได้สรุปคุณลักษณะที่สำนักงานสมัยใหม่ควรมี ได้แก่ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronics) ความยืดหยุ่น (Flexibility) และการออกแบบเพื่อความเป็นมนุษย์ (Humanity) อีกทั้งยังกล่าวถึงความต้องการในการใช้งานของสำนักงานในอนาคต ได้แก่ ลักษณะของกิจกรรม การสื่อสาร ประเภทและความต้องการใช้งานของพื้นที่และบรรยากาศที่ควรมีในสำนักงาน

ดัฟฟี (Duffy, 1997) สรุปถึงการทำงานในปัจจุบันว่ามีการแข่งขันกันอย่างสูงจนผู้บริหารทุกองค์กรหันมาให้ความสำคัญในการปรับโครงสร้างและการบริหารองค์กรอย่างจริงจัง และตระหนักถึงศักยภาพของการออกแบบสำนักงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน วิธีการ

ทำงานในอนาคตจะมีความแตกต่างจากการทำงานในอดีตอย่างสิ้นเชิง เพราะมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วมาใช้ในสำนักงาน มีผลทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น ใช้พื้นที่ในการทำงานน้อยลง และสามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลาไม่จำกัดให้ต้องทำงานเฉพาะสำนักงานในวันจันทร์ถึงศุกร์เท่านั้น

เหตุผลหลักที่เป็นแรงผลักดันทำให้การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานที่ได้รับการความนิยมตลอดศตวรรษที่ 20 เปลี่ยนไปสู่ลักษณะการออกแบบสำนักงานแนวใหม่มี 2 ประการ (Huskins, 1998)

1. การแข่งขันในธุรกิจมีมากขึ้น ดังนั้นสถานที่ทำงานซึ่งเป็นเครื่องมือการดำเนินธุรกิจประเภทหนึ่งต้องสามารถมีความยืดหยุ่นสูงสุดเพื่อให้ได้สำนักงานที่มีมาตรฐานสูงสุดที่สามารถรองรับองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา

2. การเปลี่ยนแปลงประเภทการทำงานจากลักษณะเศรษฐกิจที่มีพื้นฐานมาจากอุตสาหกรรม (Industrial-based Economy) ไปสู่ลักษณะเศรษฐกิจที่มีพื้นฐานจากข้อมูลข่าวสาร (Information-based Economy) ทำให้คนทำงานเปลี่ยนจากทำงานในธุรกิจการผลิตไปสู่ธุรกิจบริการมากขึ้น จึงต้องการสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ต่างไปจากเดิม

ด้วยสองสาเหตุนี้ทำให้อุตสาหกรรมการออกแบบตกแต่งภายในต้องเปลี่ยนวิธีการออกแบบสำนักงานจากลักษณะคงที่ (Typical Static Solution) ไปสู่การสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมที่มีการจัดการกลยุทธ์ (Strategic Management Environments) กล่าวคือ นักออกแบบต้องเน้นให้ความสำคัญกับประเภทของธุรกิจที่จะออกแบบ ต้องทำงานออกแบบโดยคำนึงถึงความสำเร็จทางธุรกิจของกิจการนั้น ๆ และมีค่าใช้จ่ายด้านการออกแบบที่เหมาะสมกับผลงานออกแบบเป็นหลัก นักออกแบบควรเริ่มจากการสำรวจปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในบริษัท 2 ประการที่กล่าวข้างต้น เพื่อที่จะพัฒนาผลงานและกลยุทธ์ได้ตรงตามลักษณะของธุรกิจ ซึ่งหน้าที่ใหม่นี้ทำให้นักออกแบบสามารถคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการออกแบบและมีโอกาสทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ มากขึ้น องค์กรธุรกิจปัจจุบันเองต่างก็มองหานักออกแบบที่สามารถช่วยเขาไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจได้มากกว่าการรับจ้างทำงานออกแบบตามความต้องการของเขาอย่างเดียว

ส่วนคำนำเสนเดอร์สันได้สรุปความนิยมที่สำคัญของการออกแบบตกแต่งภายในสำนักงานในทศวรรษที่ 1990 ไว้ดังนี้

1. การลดช่องว่างระหว่างสภาพภาพของพนักงานให้น้อยลง เพื่อให้เกิดวัฒนธรรมในองค์กรที่มีความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น ซึ่งความนิยมนี้เชื่อมโยงไปสู่ความเปลี่ยนแปลงด้านอื่น ๆ เช่น การออกแบบแสงสว่าง กล่าวคือ การที่พื้นที่ทำงานถูกวางผังแบบเปิดและลดห้องหรือพื้นที่ทำงานส่วนตัวของพนักงานระดับหัวหน้าเพื่อแสดงถึงความเท่าเทียมกันนั้นทำให้แสงสว่าง

ธรรมชาติต้องเข้าไปถึงพื้นที่ทำงาน เป็นการลดการใช้แสงประดิษฐ์จากดวงโคมจึงเป็นการประหยัดพลังงาน

2. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในสำนักงานที่มีผลต่อรูปแบบการทำงาน เช่น พนักงานทำงานที่บ้าน ทำงานไม่เป็นเวลาตายตัว สามารถใช้พื้นที่ทำงานร่วมกับพนักงานคนอื่นที่มีตารางการทำงานที่ไม่ตรงกัน โดยแนวโน้มการออกแบบสำนักงานแนวใหม่ที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านี้กำลังแพร่หลายออกไปสู่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกที่ว่าจ้างนักออกแบบจากสหรัฐอเมริกาออกแบบสำนักงานของตน

3. งานออกแบบมีรูปแบบส่งเสริมภาพพจน์องค์กร ให้ความสำคัญกับพื้นที่ทำงานของพนักงาน ทำให้เขาเหล่านั้นเกิดแรงบันดาลใจในการทำงานมากขึ้น ช่วยส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนมีรูปแบบที่ทำให้ลูกค้าและแขกที่มาเยือนเกิดความประทับใจ ทำให้ธุรกิจดีขึ้น

การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานแนวใหม่เริ่มได้รับความนิยมในธุรกิจที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือธุรกิจบันเทิง เช่น สำนักงานออกแบบ โฆษณา ก่อนที่จะแพร่หลายสู่ธุรกิจด้านอื่นๆ จุดประสงค์ก็เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานและใช้ความคิดในการสังเคราะห์งานได้มากขึ้น (นัททนี เนียมทรัพย์, 2545)

ประเภทของการทำงานภายในสำนักงานธุรกิจด้านสารสนเทศ

แนวความคิดการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานแนวใหม่เริ่มได้รับความนิยมในธุรกิจที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือธุรกิจบันเทิง ก่อนที่จะแพร่หลายสู่ธุรกิจด้านอื่น ๆ เมื่อวิเคราะห์กิจกรรมในการทำงาน สามารถแบ่งการทำงานออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การทำงานที่มีองค์ประกอบเล็ก ๆ และไม่ต้องเกี่ยวข้องกับผู้ร่วมงานคนอื่น (Individual Processes)
2. การทำงานเป็นกลุ่ม (Group Processes)
3. การทำงานที่ต้องการสมาธิสูง (Concentrated Study)
4. การทำงานที่ต้องแลกเปลี่ยนความรู้กันอยู่เสมอ (Transactional Knowledge)

การทำงานแต่ละประเภทข้างต้นมีลักษณะเฉพาะและความแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 2.2 : ตารางการแบ่งประเภทการทำงานในสำนักงานแนวใหม่

	Individual Processes	Group Processes	Concentrated Study	Transactional Knowledge
ลักษณะของงาน	งานประจำวันที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากต่างคนต่างทำงาน	งานเปลี่ยนแปลงเสมอ ต้องมีการหารือระหว่างทีมงาน	งานที่มีระดับความรับผิดชอบสูงขึ้นและต้องเอาใจใส่มาก	งานที่ต้องแลกเปลี่ยนความรู้กันตลอดเวลา
การวางผัง	แบบเปิด กำหนดมาตรฐานการแบ่งพื้นที่แต่ละคน ไม่สัมพันธ์กับคนอื่น	แบบเปิด จัดเป็นกลุ่มและมีพื้นที่ประชุมย่อยในกลุ่ม	แบบปิดหรือแบบเปิดแต่ใช้ Partition กันเป็นส่วนตัว	แบบเปิดและปิด คือควรมีความเป็นส่วนตัวแต่สัมพันธ์กับผู้อื่นด้วย

ที่มา : นัทณี เนียมทรัพย์. (2545). การสร้างสภาพแวดล้อมภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานสำหรับสำนักงานธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศยุคใหม่ในกรุงเทพมหานคร. (รายงานผลการวิจัย). คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประเภทของการสื่อสารในสำนักงาน (Communications)

การสื่อสารภายในสำนักงานต้องครอบคลุมทุกประเภท ดังนี้

1. การเคลื่อนที่ของบุคคล (Movement of People)
2. การเคลื่อนที่ของวัตถุ (Movement of Objects) ได้แก่ เอกสาร อุปกรณ์สำนักงาน

เครื่องมือและอุปกรณ์พิเศษ ขยะ

3. การเคลื่อนที่ของข่าวสาร (Movement of Information) ได้แก่ เสียงและตัวหนังสือ ข้อมูล

4. ความยืดหยุ่นในการเลือกที่นั่งทำงาน (Choice) ได้แก่ การจัดเตรียมงานระบบในสำนักงานเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่พนักงานอาจโยกย้ายไปทำงานได้ เพื่อจะได้สามารถทำงานได้เหมือนกับที่โต๊ะทำงาน

ส่วนประกอบของสำนักงานแนวใหม่

1. พื้นที่ทำงานหลัก (Primary Spaces) แบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่
 - 1.1. พื้นที่สำหรับการทำงานคนเดียว (Spaces for Solitary Work)

1.1.1. สถานีทำงาน (Workstations) หมายถึง พื้นที่ทำงานส่วนตัวของพนักงานแต่ละคน ควรมีคุณสมบัติดังนี้

1.1.1.1. มีเส้นทางสัญจรที่สะดวกไปยังส่วนเก็บเอกสาร

1.1.1.2. มีเครื่องเรือนและอุปกรณ์ที่จำเป็น ได้แก่ หน้าโต๊ะ

ทำงาน เก้าอี้ทำงานและเก้าอี้รับแขก พื้นที่เก็บแฟ้ม วัสดุและอุปกรณ์ที่ต้องใช้งาน ของใช้ส่วนตัว และอุปกรณ์สำนักงาน

1.1.2. พื้นที่ทำงานชั่วคราว (Transient Space) หมายถึง พื้นที่ทำงานสำหรับพนักงานบางประเภทที่ไม่ได้ใช้เวลาในสำนักงานมากนักหรือสำหรับพนักงานชั่วคราว โดยการใช้อุปกรณ์ทำงานร่วมกันและไม่มีที่นั่งเฉพาะบุคคล ควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

1.1.2.1. มีเครื่องเรือนและอุปกรณ์จำเป็น ได้แก่ หน้าโต๊ะทำงานที่ใช้ร่วมกัน เก้าอี้ทำงานและเก้าอี้รับแขก พื้นที่เก็บของที่สามารรถเคลื่อนที่ได้ เช่น เก็บแฟ้ม วัสดุ และอุปกรณ์ที่ต้องใช้งาน ของใช้ส่วนตัว

1.1.2.2. มีอุปกรณ์สำนักงานที่สามารถใช้ร่วมกัน

1.1.3. โต๊ะแยกเฉพาะส่วน (Booths) หมายถึง พื้นที่ทำงานชั่วคราวสำหรับพนักงานทั่วไป อาจมาใช้โต๊ะทำงานส่วนตัวมีสิ่งของและเอกสารมาก ลักษณะคล้าย Transient Space แต่ไม่ต้องติดตั้งอุปกรณ์ทำงานต่างๆ และไม่ต้องมีที่เก็บของใช้ส่วนตัว มีไฟเพื่อปลั๊กไฟหรือสายเคเบิลสำหรับนำอุปกรณ์ส่วนตัวมาติดตั้งเป็นครั้ง ๆ ไป ควรมีการแยกสวิตช์ควบคุมเครื่องปรับอากาศและไฟฟ้าออกจากส่วนอื่นเพราะอาจมีการใช้เป็นครั้งคราวเท่านั้น

1.1.4. ห้องทำงานส่วนตัว (Private Offices) ในอดีตมักใช้สำหรับพนักงานตั้งแต่ระดับผู้จัดการขึ้นไป แต่ปัจจุบันนิยมจัดพื้นที่ทำงานพนักงานระดับผู้จัดการและพนักงานในลักษณะแบบเปิด เพื่อลดช่องว่างของสถานภาพระหว่างพนักงานลง ในบางองค์กรแม้แต่ผู้บริหารก็หันมาใช้ระบบนี้ โดยห้องทำงานห้องหนึ่ง ๆ ไม่ใช่ห้องทำงานส่วนตัวของคน ๆ เดียวตลอดไป แต่เปลี่ยนไปตามผู้ที่เข้ามารับตำแหน่งหรือบางครั้งผู้บริหารคนหนึ่งๆ ต้องทำงานหลายแห่ง จึงต้องมีห้องทำงานกลางจัดเตรียมไว้ให้สามารถเข้าใช้ได้ในแต่ละแห่ง ดังนั้นลักษณะการตกแต่งควรเป็นกลางไม่ใช่ออกแบบเพื่อคนใดคนหนึ่ง เมื่อผู้บริหารคนใดเข้ามาใช้ห้องก็เพียงแต่นำสิ่งของส่วนตัวเข้ามาวางเท่านั้น อย่างไรก็ตามความประณีตในการตกแต่งหรือระดับของราคาวัสดุที่ใช้ต้องมีความหรูหรากว่าพื้นที่ทำงานทั่วไป

1.2. พื้นที่สำหรับการทำงานที่มีลักษณะเก็บรวบรวมข้อมูลและเอกสาร (Space for Collective Work) หมายถึง พื้นที่ใช้งานร่วมสำหรับงานบางประเภท เช่น ส่วนเลขานุการ ส่วนเครื่องใช้สำนักงาน เช่น เครื่องถ่ายเอกสารและเครื่องโทรสาร ดังนั้น การวางผัง การออกแบบ

เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร การออกแบบแสงสว่างและระบบการกันเสียงต้องได้รับการออกแบบเฉพาะประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่นั้น ๆ

1.3. พื้นที่ทำงานกลุ่ม (Group Spaces) หมายถึง เป็นพื้นที่ที่ใช้สำหรับสนทนา ระดมความคิดหรือประชุมไขปัญหาเกี่ยวกับงาน อาจจัดเป็นพื้นที่เปิดอยู่ท่ามกลาง Workstations หรือเป็นห้องเฉพาะมีหลายประเภท ดังนี้

1.3.1. พื้นที่ประชุมย่อย (Meeting Points) อาจเป็นแค่การเตรียมเก้าอี้แหกเพื่อ 2-3 ที่ หรือจัดเป็นโต๊ะประชุมย่อยต่างหากในบริเวณทำงานเพื่อให้หลายคนแบ่งกันใช้ได้ ในการออกแบบต้องระวังเรื่องเสียงที่เกิดขึ้นจากการประชุมไม่ให้ไปรบกวนผู้อื่น

1.3.2. พื้นที่ทำงานสำหรับการทำงานเป็นทีม (Team Spaces) ในสำนักงานบางประเภทที่มีการทำงานแบบกลุ่ม เช่น สำนักงาน โฆษณามีกลุ่ม Creative และ Art Director ที่ควรทำงานอยู่ด้วยกัน อาจเป็นกลุ่มทำงานที่มีช่วงการทำงานถาวรหรือแค่ช่วงเวลาหนึ่ง การจัดที่นั่งของแต่ละคนควรสร้างความเป็นสัดส่วนด้วยการใช้ Partition หรือ Furniture กัน มีบริเวณประชุมที่ติดประกาศและพื้นที่เก็บเอกสารของกลุ่ม ควรมีบรรยากาศที่ผ่อนคลายเพื่อให้รู้สึกปลอดภัยสำหรับการทำงาน

1.3.3. ห้องปฏิบัติการ (Studio and Drawing Offices) ในบางสำนักงานใช้เป็นแบบพื้นที่ทำงานร่วม (POOL) บางสำนักงานเป็นพื้นที่ทำงานกลุ่ม (TEAM) เครื่องเรือนที่ควรมีในพื้นที่ คือ บอร์ดสำหรับเขียน บอร์ดสำหรับติดงาน ตู้เก็บแบบ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์

1.3.4. ห้องประชุมเก็บเสียงขนาดเล็ก (Boxes) ใช้สำหรับการประชุมหรือทำกิจกรรมกลุ่มเล็กที่มีเสียงดัง เป็นห้องที่มีประตูปิดมิดชิดเพื่อกันเสียง

1.3.5. ห้องประชุม (Meeting Room) ห้องประชุมในสำนักงานอาจมีมากกว่า 1 ห้องขึ้นอยู่กับขนาดและกิจกรรมขององค์กร แต่ต้องมีห้องประชุมใหญ่ 1 ห้องที่มีการติดตั้งอุปกรณ์สำหรับการประชุมและระบบเสียงและภาพ (Audio-video System) ซึ่งใช้เป็นห้องประชุมฝ่ายบริหาร (Boardroom) ด้วย

1.3.6. ห้องประชุมติดตั้งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Meeting Room) มีหลายประเภท ได้แก่

1.3.6.1. ห้องประชุมผ่านจอภาพ (Video Conference Room) เป็นห้องประชุมทางวิดีโอที่สนัระหว่างสำนักงานกับองค์กรภายนอก โดยผู้เข้าประชุมต่างอยู่ที่สำนักงานของตนไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง มักใช้ในการประชุมข้ามประเทศ

1.3.6.2. ห้องประชุมระบบคอมพิวเตอร์ (Computer Conference Room) เป็นห้องประชุมที่มีคอมพิวเตอร์สำหรับผู้เข้าประชุมทุกคนใช้สื่อสารต่อกันให้ข้อมูลในการ

ประชุม

1.3.7. ห้องประชุมสำหรับเสนองาน (Presentation Room) ใช้สำหรับการเสนองานที่มีผู้เสนองานมากกว่า 1 คนขึ้นไป หรือเมื่อต้องใช้อุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ช่วยในการเสนองานภายในห้อง ต้องมีการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ยืดหยุ่นสูง สามารถวางผังได้หลายแบบ และต้องมีการติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการเสนองานทั้งอุปกรณ์สำหรับการประชุม อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์(ระบบแสง เสียง จอภาพ สื่อสาร) หากเป็นห้องเสนองานขนาดใหญ่อาจทำคล้าย Mini Theatre มีเวทีสำหรับเสนองานและภาพทางด้านหน้าห้อง

2. พื้นที่เสริมการทำงานหลัก (Ancillary Spaces)

เป็นพื้นที่เสริมการทำงานหลักในด้านการจัดการเอกสารหรือพื้นที่สำหรับกิจกรรมส่วนตัวต่าง ๆ ได้แก่

2.1. ศูนย์กลางการทำเอกสารประเภทต่างๆ (Paper Processing Center) เช่น ถ่ายเอกสาร เข้าเล่มพิมพ์และส่งเอกสาร เก็บอุปกรณ์สำนักงาน ผู้จัดหมายพนักงาน ควรออกแบบให้มีแสงสว่างเพียงพอ มีตู้เก็บของและอยู่ห่างจากส่วนทานอาหาร

2.2. ศูนย์กลางเก็บเอกสาร (Filing Center) เอกสารในสำนักงานมีหลายประเภท แบ่งตามความถี่ในการใช้งาน เอกสารที่ไม่มีความถี่ในการใช้งานทุกวันหากนำมาเก็บรวมที่ส่วนกลางที่เดียวจะสะดวกสำหรับการหยิบใช้งานของคนหลายๆ คน มีความเป็นระเบียบและไม่เกะกะบริเวณทำงาน สำหรับในสำนักงานที่มีความสำคัญของเอกสารสูงไม่ต้องการให้อยู่ที่ผู้ใดผู้หนึ่งนำออกจากสำนักงาน ควรมีศูนย์เอกสารที่มีบริเวณให้พนักงานทำงานกับเอกสารบริเวณนั้นให้เสร็จโดยมิได้นำออกจากพื้นที่ นอกจากนี้เนื่องจากเอกสารมักมีน้ำหนักมา หากออกแบบโครงสร้างสถาปัตยกรรมให้สามารถเก็บเอกสารไว้ส่วนใดก็ได้จะทำให้งบการก่อสร้างสูง การเก็บเอกสารเป็นที่ยืดหยุ่นโดยเตรียมโครงสร้างไว้เฉพาะส่วนจะเป็นการประหยัดค่าก่อสร้างได้มาก

2.3. พื้นที่ผ่อนคลายจากการทำงาน (Refreshment points) ปัจจุบันมีความนิยมในการจัดพื้นที่บริการเครื่องดื่มด้วยตนเองหรือตู้กดอาหารเครื่องดื่มอัตโนมัติ (Vending Machine) สำหรับพนักงานหรือบางครั้งสำหรับลูกค้าที่มาในองค์กร

2.4. ห้องน้ำ (Toilets) อาจแบ่งเป็นห้องน้ำสำหรับลูกค้า พนักงานและผู้บริหารออกจากกันหากมีพื้นที่เพียงพอ

3. พื้นที่สนับสนุน (Support Spaces)

พื้นที่สนับสนุนเป็นพื้นที่สำหรับดูแลการดำเนินงานของสำนักงาน หรือเป็นพื้นที่สำหรับการติดต่อสาธารณะ ได้แก่

3.1. บริเวณต้อนรับ (Reception Areas) ต้องตกแต่งสวยงามแสดงภาพพจน์ของสำนักงานและมีระบบรักษาความปลอดภัยในขณะเดียวกัน

3.2. ห้องสมุด (Libraries) เป็นพื้นที่ให้ข้อมูลของสำนักงาน อาจใช้เป็นที่ปรึกษางานอย่างไม่เป็นทางการได้

3.3. ส่วนฝึกอบรมขององค์กร (Training Suites) มี 2 ลักษณะ คือ การฝึกอบรมพนักงานในองค์กรและการฝึกอบรมลูกค้าของสำนักงาน ในบริษัทที่มีการจัดฝึกอบรมบ่อย ๆ เฟอร์นิเจอร์ควรมีความยืดหยุ่นจัดวางได้หลายแบบมีอุปกรณ์พิเศษสำหรับอำนวยความสะดวกทุกประเภท

3.4. ห้องประชุมใหญ่ที่มีพื้นต่างระดับ (Auditorium) โดยทั่วไปแล้วมีประโยชน์ใช้สอยเหมือนกับห้องเสนองานแต่มีความน่าประทับใจกว่า ในขณะเดียวกันมีความยืดหยุ่นน้อยกว่า เพราะเก้าอี้ติดตาย

3.5. ห้องจดหมาย (Mail Rooms)

3.6. ห้องอัดสำเนา (Reprographic Units)

3.7. ห้องเก็บเอกสารสำคัญ (Archives) บางสำนักงานอาจต้องการตู้นิรภัย หรือ บางองค์กรต้องการแค่ตู้นิรภัยขนาดเล็กที่เคลื่อนย้ายได้

3.8. ห้องยา (Medical Centers)

เกณฑ์การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานแนวใหม่

ในการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานแนวใหม่ ควรคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronics) มีการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการทำงาน ในสังคมยุคข่าวสารข้อมูลนี้ไม่ว่าสำนักงานนั้นจะมีการตกแต่งสภาพแวดล้อมภายในอย่างไรหรือไม่ก็ตาม อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศคือหัวใจที่ทุกสำนักงานต้องนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ประโยชน์ของมันนั้นช่วยในการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน เช่น การจัดกระบวนการบริหารจัดการแบบใหม่ เกิดความเป็นไปได้ในการทำงานทางไกล ลดระดับขั้นของการทำงาน และทำให้สายงานบังคับบัญชาสั้นลงจึงทำให้ประหยัดเวลาอย่างมาก

การทำงานทางไกลนั้น อาจเรียกว่าเป็นการทำงานระบบเครือข่าย (Network) ซึ่งเป็นลักษณะของการทำงานในอนาคต ที่สำนักงานหรือพนักงานที่อยู่ห่างไกลกันคนละส่วนของโลกสามารถถ่ายทอดข้อมูลภาพและเสียงถึงกันโดยตรงและทันที การทำงานระบบนี้ทำให้ระบบเศรษฐกิจของโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแนวใหม่ (New Economy) ซึ่งใช้ความรู้พื้นฐานหลักในการทำงาน (Knowledge Based)

2. ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (Exchange) เน้นมีการปฏิสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างบุคลากรมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำงานเป็นทีม (Team) ที่สามารถประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ตลอดเวลา ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงาน สร้างเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ซึ่งทำได้โดยการจัดพื้นที่ที่ต้องทำงานร่วมกันให้อยู่รวมกลุ่มกัน ไม่แบ่งแยกเป็นแผนกอย่างเดิม

3. ส่งเสริมการทำงานเป็นกลุ่ม (Team) เป็นสถานที่ที่ส่งเสริมการทำงานเป็นกลุ่มซึ่งเป็นวิธีการทำงานในปัจจุบันที่อาศัยความคิดของกลุ่มคนในการทำงาน ไม่ใช่การรับฟังคำสั่งตามสายการบังคับบัญชา (Hierarchy) อย่างแต่ก่อน ต้องจัดพื้นที่ในสำนักงานที่สามารถอำนวยความสะดวกต่อการทำงานเป็นกลุ่มตาม โครงสร้างและวิธีการทำงานขององค์กร

4. มีบรรยากาศในสำนักงานที่หลากหลายและสร้างสรรค์ (Creativity) มากขึ้น เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยวิธีการทางจิตวิทยา การสร้างบรรยากาศในการทำงานให้เหมาะสมกับประเภทของงานเพื่อให้พนักงานมีแรงบันดาลใจในการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ วิธีการสร้างบรรยากาศที่ดีนั้นจะกล่าวละเอียดต่อไปในเรื่อง “บรรยากาศในสำนักงาน”

5. ให้ความสำคัญกับบุคลากร (Humanity) มีการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในที่ สวยงาม สร้างสรร และการแสดงถึงการให้ความสำคัญกับบุคลากรมากขึ้น เช่น ลดบรรยากาศของการบังคับบัญชาและความแตกต่างของสถานภาพ เพื่อรักษามูลค่าที่มีประสิทธิภาพไว้ในองค์กร จัดให้มีพื้นที่ผ่อนคลายหรือเปลี่ยนอิริยาบถในการทำงานมากขึ้น วิธีนี้เป็นเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยวิธีการทางจิตวิทยาอีกอย่างหนึ่ง เพราะมีผลการวิจัยชี้ว่าหากมนุษย์ได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ถูกต้องเขาจะสามารถแสดงศักยภาพในการทำงานที่ดีที่สุดออกมา

6. ส่งเสริมความเป็นหมู่คณะ (Community) ให้พนักงานมีจิตสำนึกของการเป็นหมู่คณะ ส่งเสริมบรรยากาศแห่งการพบปะหรือมีกิจกรรมร่วมกัน เช่น จัดให้มีพื้นที่เล่นกีฬา การสังสรรค์ เพื่อผ่อนคลายระหว่างหรือหลังการทำงาน

7. มีระบบสำนักงานเคลื่อนที่ (Mobility) หมายถึง การทำงานที่ไร้ขอบเขต เน้นความรับผิดชอบของตนเองของบุคลากร ให้อิสระในการควบคุมเวลา อุปกรณ์ และทางเลือกในการที่จะทำงานที่ใด เมื่อไรก็ได้ตามลักษณะของงาน โดยสื่อสารกับสำนักงานใหญ่ด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การทำงานวิธีนี้เหมาะกับบุคลากรที่ต้องติดต่อกันไม่เป็นเวลาที่แน่นอน หรือต้องเดินทางบ่อย ๆ โดยปกติสำนักงานจะจัดหาอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบเครือข่ายให้กับพนักงานเหล่านั้น

8. เปลี่ยนการจัดสำนักงานได้ง่าย (Fluidity) ดังที่กล่าวมาแล้วว่าสำนักงานยุคใหม่มักมีการปรับเปลี่ยน โครงสร้างองค์กรและวิธีการทำงานอยู่ตลอดเวลา การออกแบบภายในที่ดีควรทำ องค์กรประกอบในการตกแต่งภายในที่สามารถปรับเปลี่ยนการจัดพื้นที่ได้บ้าง ไม่ควรออกแบบที่ติดตายทั้งหมด

บรรยากาศในสำนักงาน (Ambience)

ตามเกณฑ์การจัดสำนักงานแนวใหม่ วัฒนธรรมขององค์กรที่คืออย่างหนึ่งที่เกิดขึ้น คือ การ จัดให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการทำงานและไม่ตึงเครียด การจัดบรรยากาศในสำนักงานจึง เป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นต้องมีเกณฑ์ในการจัดองค์ประกอบทางความงาม (Aesthetic Composition) ที่ ต้องสามารถตอบสนองลักษณะ 3 ประการ ต่อไปนี้

1. สื่อถึงลักษณะเฉพาะขององค์กร (Corporate Aspects) บรรยากาศของสำนักงานควร สามารถสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการทำงาน ลักษณะงานที่ทำ และสิ่งที่คาดหวังจากผู้เข้ามาใช้บริการ ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะ ดังนี้

- 1.1 สื่อถึงความเป็นสำนักงานเคลื่อนที่ (Mobility) แต่สามารถยึดหยุ่นกับ วัฒนธรรมการทำงานทุกชาติได้
- 1.2 ทำให้ผู้ใช้พื้นที่เข้าใจลักษณะของพื้นที่สำนักงานได้ง่าย (Legibility)
- 1.3 มีสภาพแวดล้อมภายในที่อยู่สบาย ดูแลรักษาง่าย และไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้ พื้นที่และสภาพแวดล้อม (Sustainability)
- 1.4 แสดงถึงภาพพจน์ขององค์กร (Image) ความสวยงามของสำนักงานเป็นความ จำเป็นในการทำธุรกิจ ควรมีภาพพจน์ที่เหมาะสมกับลักษณะขององค์กรและคู่มือระดับ

2. ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physical aspects) ควรตอบสนองการเข้าใช้งาน ดังนี้

- 2.1 การเข้าใช้งานได้ง่าย (Accessibility) สำหรับผู้มีความบกพร่องทางร่างกายด้าน ต่างๆ โดยนักออกแบบควรให้ความสนใจในด้านการวางผัง การใช้วัสดุ และการใช้อุปกรณ์
- 2.2 สามารถกระตุ้นความรู้สึก (The Senses) ของมนุษย์ที่เหมาะสม โดยผ่าน ประสาทสัมผัสต่าง ๆ เช่น

- ก. พื้นที่ที่มีความสมดุลในการใช้งาน
- ข. กลิ่น
- ค. พื้นผิวที่สัมผัส
- ง. เสียง
- จ. สิ่งที่มองเห็น

3. ความต้องการทางด้านจิตใจ (Psychological aspects) บรรยากาศควรสื่อถึง

- 3.1 สถานภาพ (Status) ของลักษณะองค์กร
- 3.2 ความเป็นสถานที่ส่วนบุคคล (Personalize)
- 3.3 ความเป็นสัดส่วน (Privacy)
- 3.4 ความเชื่อของคนในองค์กร เช่น ฮวงจุ้ย (Feng-shui)

แนวความคิดในการออกแบบพื้นที่

จากหนังสือเรื่องแนวทางการจัดทำรายละเอียดของโครงการเพื่อการออกแบบ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2537) ได้กล่าวไว้ว่า งานในกระบวนการออกแบบ คือ กิจกรรมที่ต้องการเปลี่ยนสภาพที่เป็นอยู่ปัจจุบัน หรือสภาพที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตให้เป็นสภาพที่ควรจะเป็นหรือที่ต้องการซึ่งเป็นสภาพที่ดีกว่าเดิม โดยข้อมูลที่ควรทราบในการออกแบบได้แก่ ความไม่ชัดเจนของปัญหา ความซับซ้อนของปัญหา กิจกรรม ผู้ใช้อาคาร ระบบกิจกรรมตามหน้าที่ใช้สอย และขนาดของพื้นที่ใช้สอยเฉพาะและพื้นที่ใช้สอยรวม กล่าวคือ การรู้ถึงปัญหาเพื่อที่แก้ไขได้ถูกต้อง การมีจำนวนปัญหา มากประเภท ซึ่งอาจแยกได้เป็นปัญหาทางสังคม วัฒนธรรม กฎหมาย เศรษฐกิจ กายภาพ และหน้าที่ใช้สอยตามกิจกรรม เป็นต้น

การทำโครงการต่างๆ ต่างมีวัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในการประกอบกิจกรรมบางประการในสภาพแวดล้อมกายภาพที่เหมาะสม การคำนึงถึงผู้ใช้ซึ่งมีทั้งเป็นกลุ่มผู้ใช้ประจำและกลุ่มผู้ใช้ชั่วคราว และความสัมพันธ์ทางหน้าที่ใช้สอยระหว่างกิจกรรมต่างๆ กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กันทางหน้าที่ใช้สอยเป็นกิจกรรมที่ควรที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ที่อยู่ใกล้กัน เพื่อความสะดวกในการติดต่อถึงกันได้อย่างรวดเร็ว และความสัมพันธ์ทางกิจกรรมระหว่างกิจกรรมกระทำต่าง ๆ เป็นความสัมพันธ์ทางการกระทำต่าง ๆ ในกิจกรรมหนึ่ง ๆ ที่ต่อเนื่องกัน เช่น กิจกรรมของการรับประทานอาหารจะมีการกระทำต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น คือ การดักข้าวใส่จาน การดักข้าวเข้าปาก การเคี้ยวอาหาร เป็นต้น ประการสุดท้ายก็คือ ขนาดพื้นที่ใช้สอยและใช้สอยร่วมกันเอง

ในส่วนการวิเคราะห์รายละเอียดเนื้อหาของแนวความคิดในการออกแบบนั้น ได้แก่

1. แนวความคิดทางด้านหน้าที่ใช้สอย เป็นแนวคิดที่ครอบคลุมแง่มุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการใช้สอยการจัดองค์ประกอบทั้งเพื่อการใช้สอยในปัจจุบัน และการเตรียมการสำหรับอนาคต การดำเนินงานของกิจกรรม การป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้ ฯลฯ ได้แก่

- 1.1 แนวความคิดในการจัดส่วนใช้สอย โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนบริการที่อาจเป็นลักษณะรวมเข้าหาศูนย์กลาง (Centralization) หรือเป็นลักษณะกระจายตัวจากศูนย์กลาง (Decentralization) ซึ่งจะทำให้มีความกระชับในการจัดส่วนใช้สอยแตกต่างกันตามความต้องการได้

1.2 แนวความคิดในการจัดให้มีการยืดหยุ่นในด้านการใช้สอย (Functional Flexibility) โดยการจัดพื้นที่ใช้สอยเป็นระบบเปิด ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงการใช้สอยได้ เพื่อใช้ประโยชน์ได้หลายอย่างในพื้นที่เดียวกัน

1.3 แนวความคิดในการเตรียมการสำหรับการเปลี่ยนแปลงและการขยายตัวในอนาคต เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบส่วนใช้สอยบางส่วนที่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ใช้สอยได้ หรือที่อาจมีการขยายตัวในอนาคต ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงได้ (Convertibility) และการขยายต่อเติมได้ (Expansibility) ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคตมุ่งให้เกิดความยืดหยุ่นทางหน้าที่ใช้สอย และการขยายต่อเติมได้มุ่งไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินกิจการที่เป็นอยู่

1.4 แนวความคิดในการจัดให้มีลำดับการสัญจรอย่างต่อเนื่อง (Sequential Flow) สำหรับคนและสิ่งของ

1.5 แนวความคิดในการจัดให้มีการปลอดภัยในการใช้สอย โดยการจัดระบบทางกายภาพที่ส่งเสริมให้มีการปลอดภัย

2. แนวความคิดทางด้านจิตวิทยา เป็นแนวความคิดที่เน้นการก่อให้เกิดผลกระทบต่อพฤติกรรมทางจิต อาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกและทัศนคติที่มีต่อสภาพแวดล้อม หรือเกี่ยวข้องกับการรับรู้ การเรียนรู้ การจำ การเข้าใจสภาพแวดล้อม ตลอดจนเกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการมูลฐานทางจิตของบุคคล และการคำนึงถึงบุคลิกภาพของบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่

2.1 แนวความคิดในการก่อให้เกิดความรู้สึกทางอารมณ์ต่าง ๆ

2.1 แนวความคิดในการก่อให้เกิดความรู้สึกที่เป็นความประทับใจในบรรยากาศต่างๆ ด้วยการจัดสภาพแวดล้อมกายภาพที่เหมาะสมกับการสร้างบรรยากาศเฉพาะประเภทอาคาร

2.3 แนวความคิดในการเสริมสร้างความรู้สึกผูกพันกับสถานที่ โดยการก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) ด้วยการกำหนดอาณาเขตครอบครองที่ชัดเจน หรือโดยการก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมกัน (Sense of Community) ด้วยการจัดให้มีส่วนใช้สอยสาธารณะที่ส่งเสริมการสังคมหรือที่มีกิจกรรมร่วมกัน หรือโดยการก่อให้เกิดความรู้สึกประทับใจในสถานที่ (Sense of Place) ซึ่งรวมทั้งการรู้ทิศทางของสถานที่ที่จะไม่ทำให้หลงทางได้ไม่ว่าจะเป็นในอาคารในหมู่บ้าน หรือในชุมชน ด้วยการจัดให้มีสถานที่หรือองค์ประกอบที่ใช้อ้างอิงได้จากส่วนอื่น ๆ

2.4 แนวความคิดในการส่งเสริมการแสดงออกและการสร้างสรรค์ของบุคคล โดยการสร้างโอกาสที่ผู้ใช้สามารถจัดการกับสภาพแวดล้อมบางส่วนได้ด้วยตนเอง

3. แนวความคิดด้านเศรษฐกิจ เป็นแนวความคิดที่ครอบคลุมแนวทางต่างๆ ที่เน้นทางด้านผลตอบแทน และที่ก่อให้เกิดความประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงในการดำเนินงาน ทั้งในช่วงการก่อสร้าง และในช่วงการใช้งานอาคาร ได้แก่

3.1 แนวความคิดที่คำนึงถึงผลตอบแทนสูงสุดทางเศรษฐกิจสำหรับโครงการธุรกิจเอกชน

3.2 แนวความคิดที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งจะมีผลต่อการลดค่าใช้จ่ายในต้นทุน

3.3 แนวความคิดในการประหยัดพลังงาน โดยมุ่งลดการใช้พลังงานไฟฟ้าที่จำเป็นต่อระบบปรับอากาศ

4. แนวความคิดทางด้านเทคโนโลยี เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ ได้แก่แนวความคิดที่เน้นการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงในระบบควบคุมความปลอดภัยทางอาชญากรรมของอาคาร ด้วยการออกแบบให้ใช้อุปกรณ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์

สรุปได้ว่า จากความซับซ้อนของปัญหาที่เกิดขึ้นทางด้านต่าง ๆ ในงานออกแบบ และการทราบถึงแนวความคิดในแต่ละด้าน จะเป็นสิ่งที่จะช่วยวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น และสามารถตอบคำถามได้ว่า ปัญหาแต่ละอย่าง บางอย่างบางครั้งไม่สามารถแก้ไขให้หมดไปได้ทีเดียว เนื่องจากยังมีปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องทำการแก้ไขก่อน ในขณะที่เดียวกันยังสามารถใช้เป็นแนวทางเพื่อใช้สำหรับออกแบบอาคารต่อไป

เทรนด์โฮมออฟฟิศที่ส่งเสริมแรงบันดาลใจ

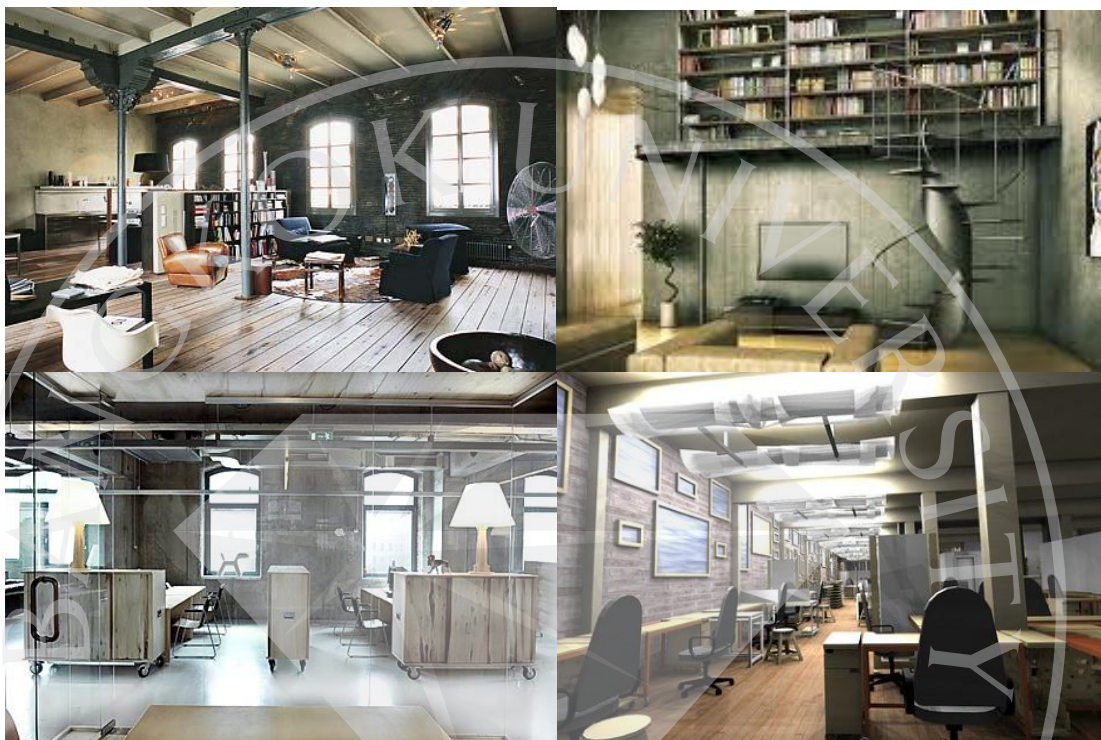
ออฟฟิศที่ดีควรมีสภาพแวดล้อมที่ดีที่ส่งเสริมให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข อย่างผู้ประกอบการบริษัทที่พนักงานต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือทำงานด้านนวัตกรรม สภาพแวดล้อมในการทำงานก็ควรสะท้อนให้เห็นเช่นเดียวกัน อย่างบริษัทใหญ่ ๆ เช่น google, Davidson International Inc. ก็ทุ่มงบประมาณเป็นจำนวนมากที่จะสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีที่ส่งเสริมให้พนักงานเกิดความคิดสร้างสรรค์ แม้ว่าเราไม่ได้ต้องการ โฮมออฟฟิศให้มีการตกแต่งที่มันยิ่งใหญ่ อลังการเหมือนดังเช่นบริษัทใหญ่ ๆ พวกนั้น อย่างไรก็ตามถ้าโฮมออฟฟิศคุณต้องการกระตุ้นให้ก่อเกิดแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ แต่สภาพความจริงของออฟฟิศหม่นหมอง ไม่สดใส และสกปรก ผลงานของคุณก็อาจจะประสบชะตากรรมเดียวกัน เพราะฉะนั้นเรามีสไตล์การตกแต่ง และแนวคิดในการนำไปปรับใช้ง่าย ๆ ดังนี้ (“Inspiring home office design trend”, 2009)

Cool Industrial

- 1) การใช้พื้นผิวดิบและหยาบ
- 2) รูปลักษณะที่ดูไม่เสร็จ

3) ใช้วัสดุจำพวกเหล็ก โลหะ ในการตกแต่ง และใช้ไม้เพื่อเพิ่มความอบอุ่น

ภาพที่ 2.3: ตัวอย่าง Cool Industrial



ที่มา : *Inspiring Home Office Design Trend*. (2009). Retrieved March 5, 2010, from <http://www.entrepreneur.com/article/199983>.

Modern Clean and White

- 1) ใช้เฟอร์นิเจอร์ที่เป็นเอกลักษณ์ และ รูปทรงเลขาคณิตให้ดูสะอาดตา
- 2) พื้นที่เปิด (open space) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ
- 3) เน้นสีขาวเป็นสีหลัก และใช้สีดำ สีเทา และสีเบจเป็นสีรอง
- 4) วัสดุควรเป็นพวกไม้ หนัง และไมโครไฟเบอร์

ภาพที่ 2.4: ตัวอย่าง Modern Clean and White

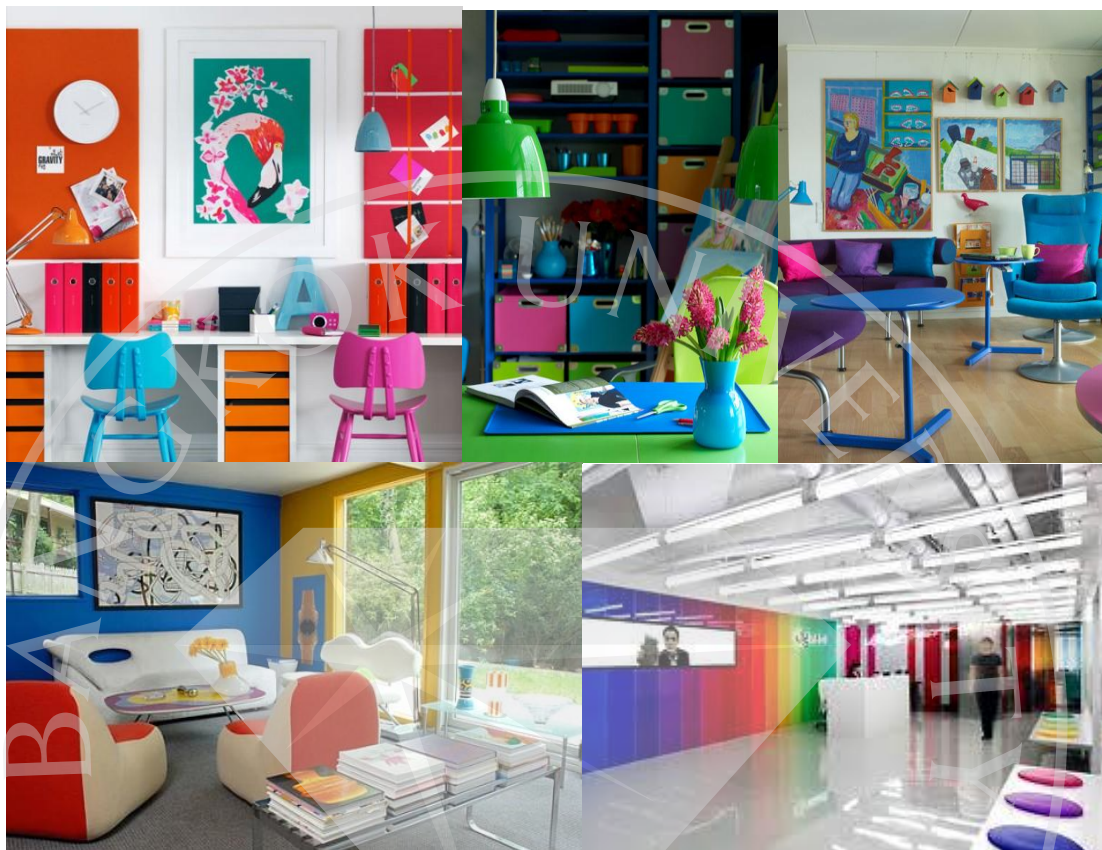


ที่มา : *Inspiring Home Office Design Trend*. (2009). Retrieved March 5, 2010, from <http://www.entrepreneur.com/article/199983>.

Color Funky

- 1) ใช้เฟอร์นิเจอร์ที่เน้นความสนุกสนาน
- 2) การเลือกสีเลอร์พาสเทลที่ถูกต้องเป็นกุญแจสำคัญ
- 3) ผสมผสานกระดาษปิดฝาผนังลายใหญ่หรือกราฟฟิก
- 4) ใช้วัสดุมันเงา เช่น ไฟเบอร์กลาส อคริลิก กระงก และผ้า

ภาพที่ 2.5: ตัวอย่าง Color Funky



ที่มา : *Inspiring Home Office Design Trend*. (2009). Retrieved March 5, 2010, from <http://www.entrepreneur.com/article/199983>.

แต่จากสไตล์การตกแต่งทั้งหมดสิ่งที่ควรคำนึงถึงให้มากที่สุดก็คือออฟฟิศควรจะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การเข้าถึงของแสงธรรมชาติอย่างมาก และการระบายอากาศที่ดี ถ้าเป็นไปได้ออฟฟิศในพื้นที่ควรแวดล้อมด้วยธรรมชาติ

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2544 สหกรณ์สถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ (2544)

หมวด 1 วิเคราะห์ศัพท์

ข้อ 5

1. ที่จอดรถ หมายความว่า พื้นที่หรือสิ่งก่อสร้างขึ้นมาเพื่อใช้เป็นที่จอดรถสำหรับอาคาร

2. บางชนิดหรือบางประเภท ทั้งนี้ให้หมายความรวมถึงพื้นที่หรือสิ่งก่อสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็น ที่จอดรถเพื่อให้เช่าจอดหรือเก็บค่าจอด

3. บ้านแถว หมายความว่า ห้องแถวหรือตึกแถวที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัย ซึ่งมีที่ว่างด้านหน้า และด้านหลังระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับตัวอาคารแต่ละคูหา

4. ห้องแถว หมายความว่า อาคารที่ก่อสร้างต่อเนื่องกันเป็นแถวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป มีผนังร่วมแบ่งอาคารเป็นคูหา และประกอบด้วยวัสดุไม่ทนไฟเป็นส่วนใหญ่

5. อาคารพาณิชย์ หมายความว่า อาคารที่ใช้เพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรม หรือ บริการธุรกิจ หรืออุตสาหกรรม ที่ใช้เครื่องจักรที่มีกำลังการผลิตเทียบไม่เกิน 5 แรงม้า

6. อาคารแสดงสินค้า หมายความว่า อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารที่จัดแสดง หรือขายหรือส่งเสริมการขายสินค้า และให้หมายรวมถึงอาคารที่สร้างชั่วคราวเพื่อจัดกิจกรรม ดังกล่าวด้วย

7. อาคารอยู่อาศัย หมายความว่า อาคารซึ่งโดยปกติบุคคลใ้อยู่อาศัยได้ทั้งกลางวันและ กลางคืน ไม่ว่าจะเป็นการอยู่อาศัยอย่างถาวรหรือชั่วคราว

หมวด 3 ลักษณะต่าง ๆ ของอาคาร

ข้อ 28 ห้องแถว ตึกแถว หรือบ้านแถวที่สร้างติดต่อกัน ให้มีผนังกันไฟทุกระยะไม่เกินห้า คูหา ผนังกันไฟต้องสร้างต่อเนื่องจากระดับพื้นชั้นต่ำสุดจนถึงระดับพื้นคาดฟ้า กรณีที่เป็นหลังคา ให้มีผนังกันไฟสูงเหนือหลังคาไม่น้อยกว่า 30 เซนติเมตรตามความลาดของหลังคา

ข้อ 31 บ้านแถวต้องมีรั้วด้านหน้า ด้านหลังและเส้นแบ่งระหว่างบ้านแถวแต่ละหน่วย หมวด 4 บันไดและบันไดหนีไฟ

ข้อ 38 บันไดของอาคารอยู่อาศัยถ้ามีต้องมีอย่างน้อยหนึ่งบันไดที่มีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร ช่วงหนึ่งสูงไม่เกิน 3 เมตร ลูกตั้งสูงไม่เกิน 20 เซนติเมตร ลูกนอนเมื่อหักส่วนที่ ขึ้นบันไดเหลื่อมกันออกแล้วเหลือความกว้างไม่น้อยกว่า 22 เซนติเมตร และต้องมีพื้นหน้าบันไดมี ความกว้างและยาวไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได บันไดที่สูงเกิน 3 เมตร ต้องมีชานพักบันไดทุก ช่วง 3 เมตร หรือน้อยกว่านั้น และชานพักบันไดต้องมีความกว้างและยาวไม่น้อยกว่าความกว้างของ บันได ระยะตั้งจากชั้นบันไดหรือชานพักบันไดถึงส่วนต่ำสุดของอาคารที่อยู่เหนือขึ้นไปต้องสูงไม่ น้อยกว่า 1.90 เมตร

ข้อ 41 บันไดหนีไฟต้องทำด้วยวัสดุทนไฟและถาวร มีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร และไม่เกิน 150 เซนติเมตร ลูกตั้งสูงไม่เกิน 20 เซนติเมตร และลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 22 เซนติเมตร ชานพักกว้างไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได มีราวบันไดสูง 90 เซนติเมตร ห้าม

สร้างบันไดหนีไฟเป็นแบบบันไดเวียน กรณีใช้ทางลาดหนีไฟแทนบันไดหนีไฟ ความลาดชันของทางหนีไฟดังกล่าวต้องมีความลาดชันไม่เกินกว่าร้อยละ 12

ข้อ 43 ตึกแถวหรือบ้านแถวที่มีจำนวนชั้นไม่เกิน 4 ชั้น หรือสูงไม่เกิน 15 เมตรจากระดับถนน บันไดหนีไฟจะอยู่ในแนวคิงก็ดก็ได้แต่ต้องมีขนาดพักบันไดทุกชั้น โดยมีความกว้างไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร ระยะห่างของขั้นบันไดแต่ละขั้นไม่มากกว่า 40 เซนติเมตร และติดตั้งในส่วนที่ว่างทางเดินด้านหลังอาคาร ได้ บันไดขั้นสุดท้ายอยู่สูงจากระดับพื้นดินได้ไม่เกิน 3.50 เมตร

หมวด 6 แบบและจำนวนของห้องน้ำและห้องส้วม

ข้อ 60 อาคารซึ่งบุคคลอาจเข้าอยู่ หรือเข้าใช้สอยได้แต่ละหลังต้องมีห้องอาบน้ำและห้องส้วมไม่น้อยกว่าที่กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.3 : ตารางจำนวนห้องอาบน้ำและห้องส้วมในอาคารอยู่อาศัย

ชนิดหรือประเภทอาคาร	ห้องส้วม		ห้องอาบน้ำ	อ่างล้างมือ
	ส้วม	ที่ปัสสาวะ		
1. อาคารอยู่อาศัย ต่อ 1 หลัง	1	-	1	1
2. ห้องแถวหรือตึกแถวไม่ว่าจะใช้พาณิชย์หรืออาศัย หรือบ้านแถว				
ก. พื้นที่รวมกันแต่ละคูหาไม่เกิน 200 ตารางเมตร	1	-	-	-
ข. พื้นที่รวมกันแต่ละคูหาเกิน 200 ตารางเมตร หรือสูงเกิน 3 ชั้น	2	1	1	-
3. อาคารพาณิชย์ต่อพื้นที่อาคาร 200 ตารางเมตร	1	2	-	1
ก. สำหรับผู้ชาย และ	2	-	-	1
ข. สำหรับผู้หญิง				

ที่มา: สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ (2544). *ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2544.*

สืบค้น วันที่ 21 สิงหาคม 2551, จาก <http://www.asa.or.th/>.

ห้องส้วมและห้องอาบน้ำจะรวมเป็นห้องเดียวกันก็ได้ จำนวนห้องส้วมและห้องอาบน้ำตามที่กำหนดไว้ในตารางข้างต้นเป็นอัตราต่ำสุดที่ต้องจัดให้มีถึงแม้อาคารนั้นจะมีพื้นที่อาคารหรือจำนวนคนน้อยกว่าที่กำหนด

หมวด 9 อาคารจอดรถ ที่จอดรถ ที่กั้บรถและทางเข้าออกของรถ

ส่วนที่ 1 ที่จอดรถ ที่กั้บรถ และทางเข้าออกของรถ

ข้อ 83 อาคารประเภทดังต่อไปนี้ ต้องมีที่จอดรถ ที่กั้บรถ และทางเข้าออกของรถ คือ

- 1) สำนักงานที่มีพื้นที่ห้องทำงานรวมตั้งแต่ 300 ตารางเมตรขึ้นไป
- 2) ตึกแถว
- 3) อาคารพาณิชย์ ที่มีพื้นที่ใช้สอยรวมทั้งหลังหรือพื้นที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของอาคารที่ใช้สอยเพื่อการพาณิชย์ตั้งแต่ 300 ตารางเมตรขึ้นไป เว้นแต่ที่กำหนดไว้แล้วในข้อนี้

ข้อ 84 อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารหลังเดียว หรือหลายหลังที่เป็นอาคารประเภทที่ต้องมีที่จอดรถ ที่กั้บรถ และทางเข้าออกของรถตามข้อ 83 ต้องจัดให้มีที่จอดรถตามจำนวนที่กำหนดของแต่ละประเภทของอาคารที่ใช้เพื่อการนั้นๆ ดังต่อไปนี้

- 1) สำนักงาน ให้มีที่จอดรถ 1 คันต่อพื้นที่อาคาร 60 ตารางเมตร
- 2) ตึกแถว ให้มีที่จอดรถอย่างน้อย 1 คันต่อหนึ่งคูหา ถ้าหนึ่งคูหาที่มีพื้นที่เกินกว่า 240 ตารางเมตร ต้องจัดให้มีที่จอดรถ 1 คันต่อพื้นที่อาคาร 120 ตารางเมตร

- 3) อาคารพาณิชย์ ให้มีที่จอดรถ 1 คันต่อพื้นที่อาคาร 60 ตารางเมตร

ข้อ 86 ที่จอดรถหนึ่งคันต้องเป็นพื้นที่ที่สี่เหลี่ยมผืนผ้าและต้องมีลักษณะดังนี้

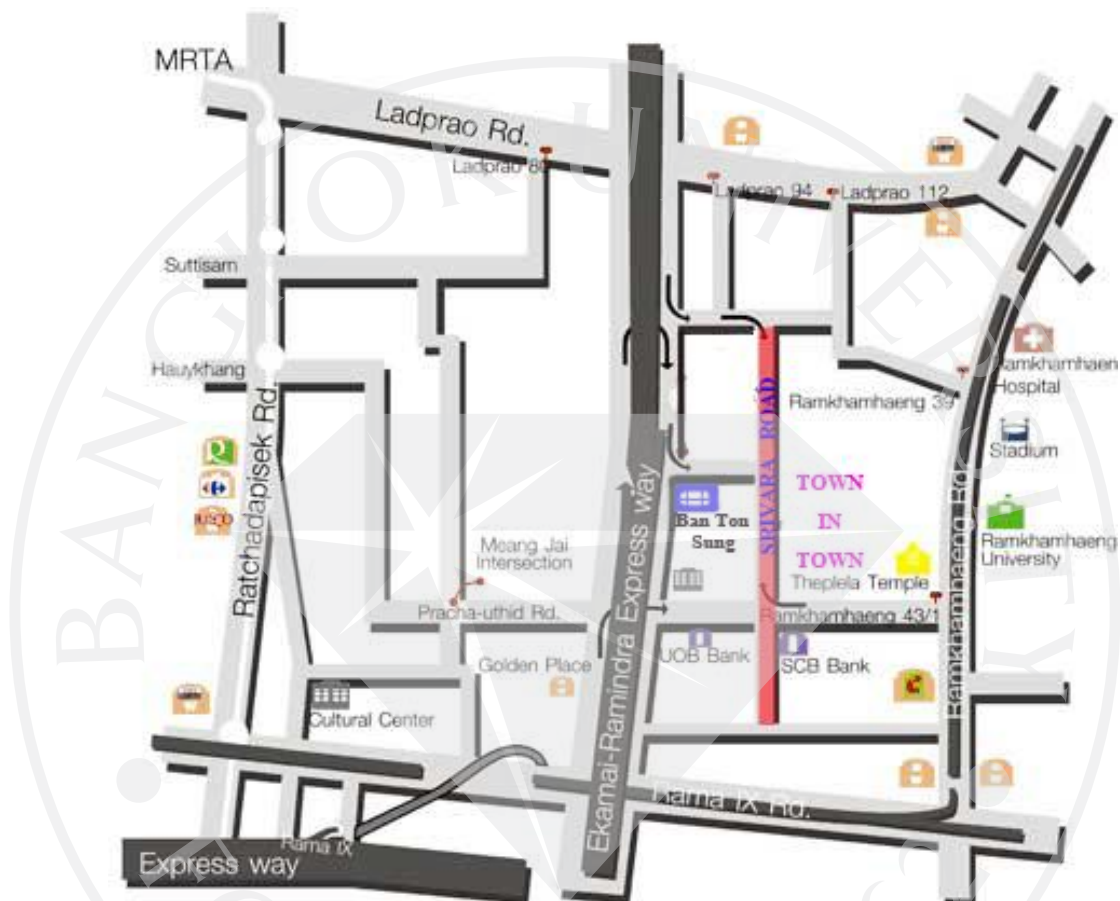
- 1) ในกรณีที่จอดรถตั้งฉากกับแนวทางเดินรถ ให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 5 เมตร
- 2) ในกรณีที่จอดรถขนานกับแนวทางเดินรถ หรือทำมุมกับทางเดินรถน้อยกว่า 30 องศา ให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 6 เมตร
- 3) ในกรณีที่จอดรถทำมุมกับทางเดินรถตั้งแต่ 30 องศาขึ้นไป ให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 5.5 เมตร

ที่จอดรถต้องทำเครื่องหมายแสดงลักษณะและขอบเขตที่จอดรถแต่ละคันไว้ให้ปรากฏบนที่จอดรถนั้น และต้องมีทางเดินรถเชื่อมต่อโดยตรงกับทางเข้าออกของรถและที่กั้บรถ

ข้อ 88 ทางเข้าออกของรถ ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร เว้นแต่เป็นการเดินรถทางเดียวต้องกว้างไม่น้อยกว่า 3.50 เมตร

ทาวน์ อิน ทาวน์

ภาพที่ 2.6: แผนที่แสดงที่ตั้งบริเวณทาวน์ อิน ทาวน์

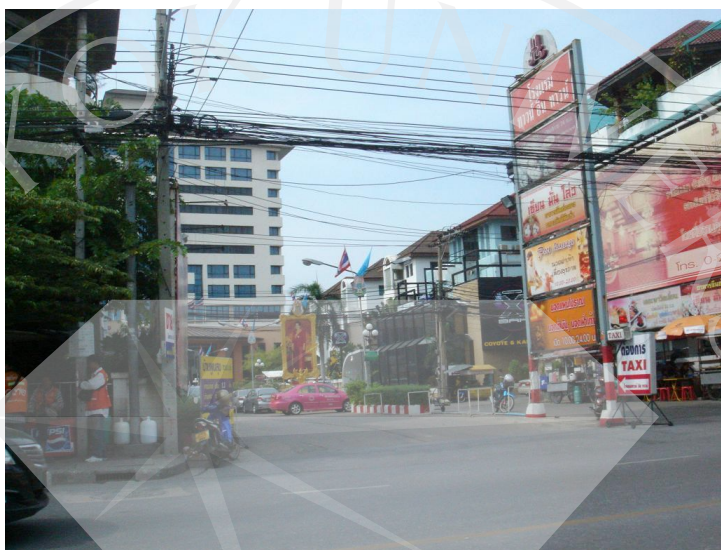


ที่มา: *เกี่ยวกับบริษัท*. (ม.ป.ป.) สืบค้น วันที่ 23 กรกฎาคม 2555, จาก <http://www.townintown.com/company/>.

ย่านทาวน์ อิน ทาวน์ (Town in Town) ตั้งอยู่บนถนนศรีวิรา แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร ทาวน์ อิน ทาวน์เป็นจุดที่เดินทางสะดวกเพราะสามารถเดินทางไปได้จากหลายเส้นทาง ไม่ว่าจะเป็นทางถนนรามคำแหง ถนนลาดพร้าว ถนนประชาอุทิศ และถนนประดิษฐ์มนูธรรม(ถนนเอกมัย-รามอินทรา) จุดเริ่มต้นของย่านนี้มาจากเมื่อปี พ.ศ. 2535 บริษัทศรีวิรา เรียดเอสเตท จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มต้นโครงการสร้างหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์ ขึ้น ซึ่งหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์ เป็นหมู่บ้านที่ต้องการเจาะตลาดบ้านสไตล์โฮม ออฟฟิศ โดยมุ่งหวังให้หมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์ เป็นแหล่งรวมธุรกิจอีกแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ

นอกจากนั้นโดยรอบหมู่บ้านยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมายรองรับ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า ร้านอาหารต่าง ๆ ธนาคาร รวมไปถึงโรงแรมที่พัก ซึ่งลูกค้าที่มาติดต่อกับบริษัทภายในหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์ สามารถเปิดพักได้โดยไม่ต้องเดินทางไปพักที่อื่น

ภาพที่ 2.7: ทางเข้าโรงแรม ทาวน์ อิน ทาวน์



ภาพที่ 2.8 : โรงแรม ทาวน์ อิน ทาวน์



ปัจจุบันบนถนนศรีวรานั้น กลายเป็นถนนที่เต็มไปด้วยร้านอาหาร และร้านค้ามากมาย ตลอดจนริมสองฝั่งถนน มีคอมมูนิตีมอลล์ (Community Mall) รวมไปถึงบริษัทหลาย ๆ บริษัทที่เลือก

ย่านทาวน์ อิน ทาวน์ เป็นที่ตั้งบริษัทตน ซึ่งนับวันปริมาณผู้คนที่อาศัยและทำงานอยู่บริเวณนี้จะมากขึ้น ๆ

ภาพที่ 2.9 : Community Mall ”@Park - Town in Town”



ภาพที่ 2.10: บรรยากาศร้านค้าใน @Park



จากการสังเกต อาคารที่สร้างขึ้นภายหลังบนถนนศรีวรา หรือในบริเวณใกล้เคียงล้วนสร้างเป็นอาคารรูปแบบโฮมออฟฟิศทั้งสิ้น ซึ่งฝากหนึ่งบนถนนศรีวราจะเป็นอาคารแบบโฮมออฟฟิศทอดยาวตลอดถนน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้า ธนาคาร และบริษัทเอกชนที่ต้องการหน้าร้านในการขายสินค้า

ภาพที่ 2.11: ด้านโฮมออฟฟิศริมถนนศรีวรา



ภาพที่ 2.12: บริเวณแยกที่เข้าจากทางร้านอาหารบ้านต้นซุงถนนประดิษฐ์นุธรรม (เอกมัย-รามอินทรา)



ในทางกลับกัน อีกฝั่งหนึ่งของถนนศรีวานนั้นจะแตกต่างกับอีกฝั่งอย่างเห็นได้ชัด ฝั่งนี้จะ
เป็นร้านอาหารต่าง ๆ ทั้งที่เปิดเป็นร้านอาหารจริงจังถาวร และแบบเป็นเต็นท์ข้างทาง แต่ถึงกระนั้น
ก็ตามจะมีอาคาร โฮมออฟฟิศเปิดเป็นร้านค้าอยู่บ้างช่วงหนึ่ง ตรงบริเวณทางเข้าหมู่บ้านทาวน์ อิน
ทาวน์

ภาพที่ 2.13: บรรยากาศร้านอาหารริมถนนย่านทาวน์ อิน ทาวน์



ภาพที่ 2.14: บรรยากาศร้านอาหารแบบเป็นเต็นท์ข้างทาง



ภาพที่ 2.15: บรรยากาศร้านอาหารสบาย ๆ ในย่านทาวน์ อิน ทาวน์



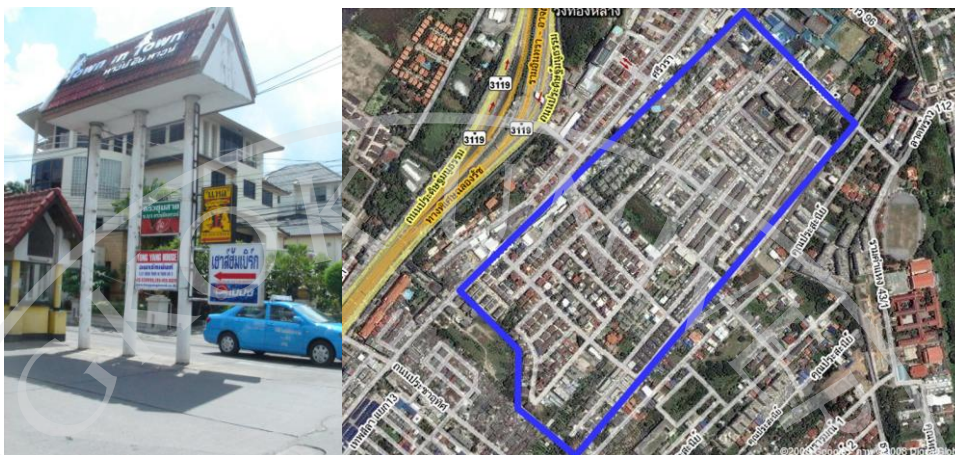
ภาพที่ 2.16: โฮมออฟฟิศบริเวณทางเข้าหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์



หมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์

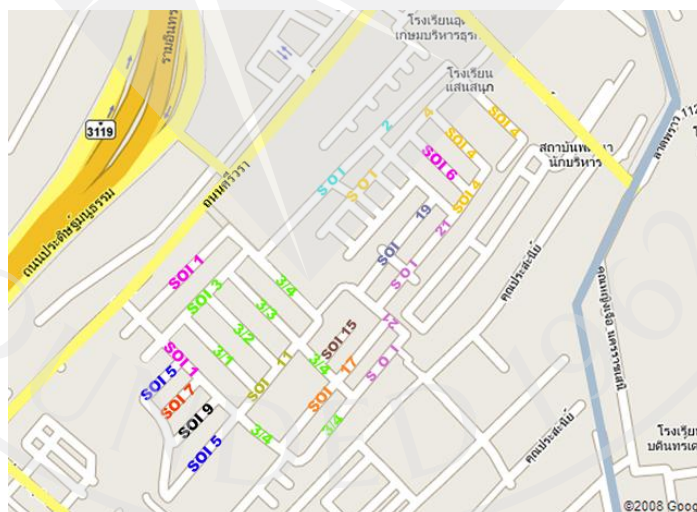
บริษัทศรวิรา เรียดเอสเตท กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มโครงการหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์ (Town in Town) ขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2535 บนถนนศรวิรา เขตบางกะปิ (ปัจจุบันขึ้นอยู่กับเขตวังทองหลาง) ใกล้กับโรงเรียนบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงหเสนี) มีพื้นที่โครงการโดยประมาณทั้งหมด 260 ไร่ ซึ่งทางเจ้าของโครงการได้พัฒนาพื้นที่ตรงจุดนี้สร้างเป็นหมู่บ้านสไตล์โฮมออฟฟิศขึ้น

ภาพที่ 2.17 : ภาพจาก Google Earth แสดงพื้นที่โครงการทาวน์ อิน ทาวน์



ที่มา : แผนที่. (ม.ป.ป.) สืบค้น วันที่ 23 กรกฎาคม 2553, จาก <http://maps.google.com/>.

ภาพที่ 2.18: แสดงถนน และ ซอยภายในโครงการ



ที่มา : แผนที่. (ม.ป.ป.) สืบค้น วันที่ 23 กรกฎาคม 2553, จาก <http://maps.google.com/>.

ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจไทยปี 2540 หรือ วิกฤติต้มยำกุ้ง (Tom Yum Goong Disease) คนไทยหันมาทำธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) กันมากขึ้น ภายในทาวน์ อิน ทาวน์เองก็มีบริษัทขนาดเล็กต่าง ๆ มาจับจองและเช่าพื้นที่เพื่อเปิดเป็นบริษัทกันมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทในแวดวงการบิน ทั้ง สื่อสาร โฆษณา และ โปรดักชั่นเข้าสู่ต่าง ๆ

ภาพที่ 2.19: แสดงอาณาเขตโครงการภายในหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์



ที่มา : แผนที่. (ม.ป.ป.) สืบค้น วันที่ 23 กรกฎาคม 2553, จาก <http://maps.google.com/>.

ภายหลังบริษัทโนเบิล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ได้รับอนุญาตจัดสรรที่ดินต่อจากบริษัทศรีวรา เรียวเอสเตท กรุ๊ป ผู้จัดสรรที่ดินเดิมซึ่งประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจจากฟองสบู่แตกในปี 2540 ปัจจุบันบริเวณหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์ จึงมีโครงการหมู่บ้านโนเบิล ทารา (เอกมัย-พระราม 9) ขึ้นในปี 2546 โดยสร้างเป็นโครงการบ้านเดี่ยวกลางเมือง ที่เน้นชีวิตสมรภูมิแบบของคนเมือง เป็นบ้านส่วนตัวบนโลกส่วนตัว โดยอาศัยรั้วสูง คลุมด้วยพันธุ์ไม้รอบโครงการ

ภาพที่ 2.20 : บรรยากาศหมู่บ้านโนเบิล ทารา



กรอบอาคารของโฮมออฟฟิศในหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์ ณ ปัจจุบันนี้ หน้าตาค่อนข้างหลากหลาย เพราะหลาย ๆ บ้านได้ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และต่อเติมตัวอาคารไปบ้างบางส่วน แต่ลักษณะการใช้งานภายในยังคงเดิม

ภาพที่ 2.21 : กรอบอาคาร โฮมออฟฟิศในหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์



ซึ่งโฮมออฟฟิศในทาวน์ อิน ทาวน์ ล้วนมีลักษณะ 3-4 ชั้น (ไม่นับชั้นลอยและคาเฟ่) แม้จะมีความหลากหลาย แต่สามารถแบ่งรูปแบบได้เป็น

ภาพที่ 2.22 : อาคาร 4 ชั้น มีที่จอดรถส่วนตัวและหน้าอาคารและอาคาร 4 ชั้น มีที่จอดรถหน้าอาคาร



ภาพที่ 2.23 : อาคาร 4 ชั้น มีที่จอดรถส่วนกลางกว้างขวางและอาคาร 3 ชั้น มีที่จอดรถส่วนกลางกว้างขวาง



ภาพที่ 2.24 : อาคาร 3 ชั้น มีที่จอดรถส่วนกลางแต่น้อยและอาคาร 3 ชั้น ไม่มีที่จอดรถ



ประเภทบริษัทในหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์

1. บริษัทเกี่ยวกับการออกแบบ
 - 1.1 สถาปนิก ภูมิสถาปนิก การตกแต่งภายใน นิทรรศการ
 - 1.2 วิศวกร รับเหมาก่อสร้าง
 - 1.3 ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ งานโฆษณา หนังสือ
 - 1.4 เฟอร์นิเจอร์
2. บริษัทที่เกี่ยวกับการเงิน การบัญชี กฎหมาย
 - 2.1 บริษัทรับทำบัญชี
 - 2.2 ธนาคาร
 - 2.3 บริษัททนายความ บริษัทที่ปรึกษา
3. บริษัทที่เกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง
 - 3.1 บริษัทโฆษณา เพลง โมเดลลิ่ง
 - 3.2 ออกกาไนเซอร์ อีเว้นท์
 - 3.3 รายการทีวี ตัดต่อหนัง
4. บริษัทเกี่ยวกับแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ บริษัททัวร์ ขายตั๋วต่าง ๆ จัดหางาน และการส่งแรงงานไปต่างประเทศ
5. บริษัทที่เกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการ
 - 5.1 บริษัทขายสินค้า
 - 5.2 บริษัทขายตรงและขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต
 - 5.3 บริษัทอิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

ประเภทและลักษณะของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นข้อมูลแบบพรรณาคำด้วยตัวอักษรและรูปภาพ ประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นตัวเลขและการคำนวณ มีลักษณะของการวิจัยหลายประเภทประกอบกัน สามารถจำแนกได้ตามเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

ตามความมุ่งหมายของการวิจัย แบ่งได้เป็น

1) Exploratory Research ที่ทำการศึกษางานของผู้อื่นเพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานของงานตนเอง

2) Explanatory Research ที่ทำการพรรณา บรรยายลักษณะต่าง ๆ พร้อมทั้งให้เหตุผลประกอบ

ตามวิธีการของการวิจัย แบ่งได้เป็น

1) Documentary Research การวิจัยทางเอกสาร หนังสือ ตำราต่าง ๆ

2) Observatory Research การสังเกตการณ์จากพื้นที่หรือสภาพจริง

3) Survey Research การออกสำรวจ หรือทำแบบสอบถามโดยการสุ่มประชากร

การออกแบบการวิจัย

ตามวัตถุประสงค์การวิจัย มุ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการทางด้านกิจกรรมของผู้ใช้งาน รวมไปถึงการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพในด้านต่าง ๆ ภายในโฮมออฟฟิศ การศึกษาจึงวิเคราะห์แยกประเด็นตามตัวแปรที่ค้นพบเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มความต้องการด้านกิจกรรม และกลุ่มสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยทำการหาว่าโฮมออฟฟิศแบบใดที่สอดคล้องต่อพฤติกรรมของผู้ใช้มากที่สุด

การศึกษาด้านกิจกรรมและสภาพแวดล้อมทางกายภาพจะประเมินจากการออกแบบสอบถามกับผู้ใช้ เพื่อทราบความต้องการและทัศนคติจริงจากผู้ใช้งาน พร้อมกับศึกษาจากทฤษฎีและวรรณกรรมตามแนวคิดต่าง ๆ ประกอบ

หน่วยของการวิจัย

หน่วยของการวิจัยคือ โฮมออฟฟิศที่ออกแบบมาเพื่อเป็นโฮมออฟฟิศเท่านั้น โดยจะมุ่ง

การศึกษาไปยังหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์ ถนนศรีวิภา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นหมู่บ้านโฮมออฟฟิศที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง อีกทั้งก่อสร้างมานานตั้งแต่ปีพ.ศ. 2535 และปัจจุบันนี้ก็ยังคงเป็นหมู่บ้านโฮมออฟฟิศที่เป็นที่ตั้งของบริษัทต่าง ๆ อยู่

วิธีการเก็บข้อมูลและเครื่องมือ

ในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการเก็บข้อมูลและเครื่องมือดังนี้

1. Literature Research

การเก็บข้อมูลและค้นคว้าจากวิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร บทความ วรรณกรรม อินเทอร์เน็ต และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนการวิจัยและช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. Observation

ใช้การจดบันทึกที่ร่วมกับการถ่ายภาพ การสำรวจนั้นเริ่มแรกจะทำการสำรวจสภาพแวดล้อมโดยรอบและในบริเวณหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์ ซึ่งต้องการทราบทั้งในด้านรูปแบบอาคาร ชุมชน ประชากร และบริษัทหรือร้านค้าที่มาเปิดทำการอยู่

3. Questionnaire

เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยหรือทำงานในโฮมออฟฟิศ บริเวณทาวน์ อิน ทาวน์ โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิดและปิด จำนวน 400 ชุด ประกอบด้วยส่วนของข้อมูลด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ความต้องการทางในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของโฮมออฟฟิศ และความต้องการด้านกิจกรรมของผู้ใช้งาน

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบเครื่องมือและทำการทดสอบเครื่องมือ 3 ครั้งด้วยกัน เนื่องจาก 2 แบบแรกที่ได้ทำไปนั้น ได้ผลเป็นที่ไม่น่าพอใจ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับด้านรูปแบบการตกแต่ง แบบที่ 1 ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามส่วนรูปแบบการตกแต่ง โดยใช้ตัวหนังสือในการบรรยายทั้งหมด ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถเข้าใจแบบและจินตนาการตามได้ แบบที่ 2 ผู้วิจัยได้ปรับปรุงโดยการสร้างรูปสามมิติจำลองรูปแบบการตกแต่งขึ้นมา 3 แบบ คือ Classic, Modern และ Funky แต่รูปทั้งสามก็ยังไม่สามารถเป็นตัวแทนที่ดีได้ ประกอบกับผู้ตอบแบบสอบถามยังคงมีการรับรู้และความเข้าใจที่ผิดหรือสับสนเกี่ยวกับคำว่ารูปแบบหรือสไตล์ในการออกแบบต่างกันไป

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้กลับมาค้นคว้าข้อมูลและทำการสำรวจใหม่อีกครั้งหนึ่ง จากการทำแบบสำรวจเกี่ยวกับรูปแบบการตกแต่ง โดยรวมรูปแบบการตกแต่งแบบต่าง ๆ ไว้ด้วยกันและให้กลุ่มที่ไปทำการสำรวจเลือกรูปแบบมา 3 ภาพพร้อมให้เหตุผล ผลปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้

รูปแบบการตกแต่งและแยกประเภทด้วยคำคุณศัพท์ ซึ่งสามารถสรุปรูปแบบการตกแต่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1) สะอาด (Clean) 2) เท่ๆ สบาย ๆ (Cool) 3) สีสันสดใส (Colourful) ซึ่งผู้วิจัยได้นำ 3 คำคุณศัพท์มาสรุปออกเป็นแบบสอบถามแบบที่ 3

ภาพที่ 3.1: ภาพจำลองสามมิติในแบบสอบถามแบบที่ 2 Modern Funky และ Classic



ตัวแปรและการเชื่อมโยงตัวแปร

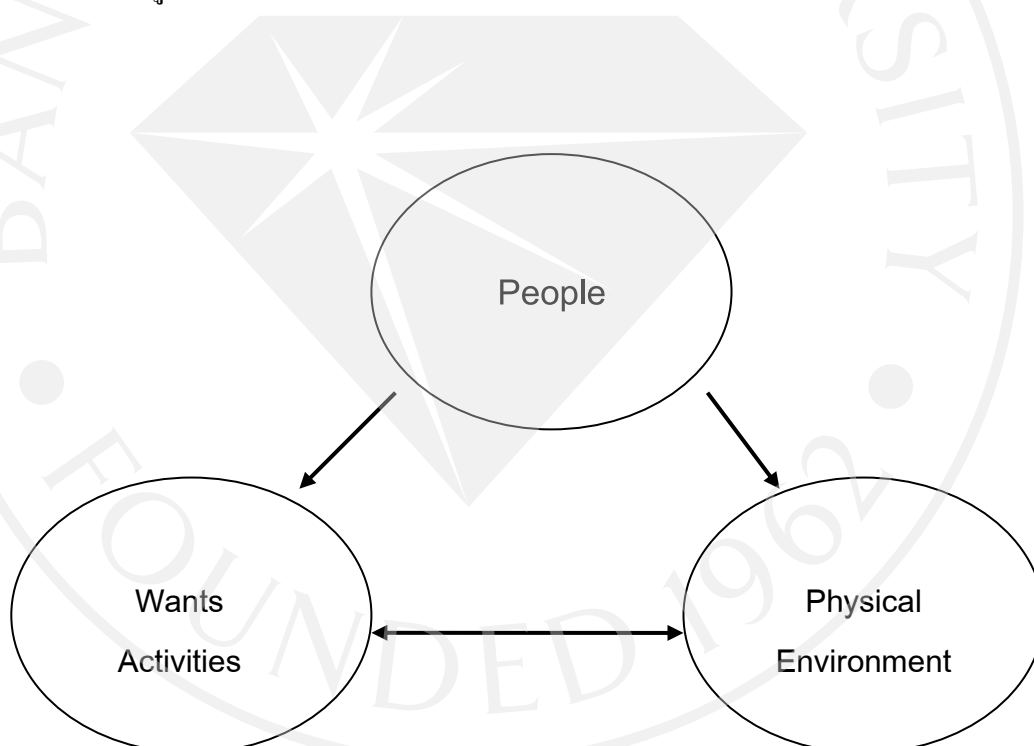
จากวรรณกรรมที่ได้ทำการศึกษาข้างต้นพอสรุปและกำหนดตัวแปรในการวิจัยได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ผู้ใช้

ตัวแปรตาม กิจกรรม และ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

1. คุณลักษณะของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม คือคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. กิจกรรม คือ กิจกรรมใดบ้างที่เกิดขึ้นภายในโฮมออฟฟิศ
3. สภาพแวดล้อมทางกายภาพของโฮมออฟฟิศ คือสถานที่สำหรับเกิดกิจกรรมทั้งหมด

ภาพที่ 3.2: แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร



ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงนิยามมโนทัศน์และนิยามปฏิบัติการ

นิยามมโนทัศน์ (Conceptual Definition)	นิยามปฏิบัติการ (Operational Definition)
1. ปัจจัยด้านประชากร	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลทั่วไป (เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้) - ข้อมูลบริษัท (ประเภทธุรกิจ จำนวนสมาชิกในบริษัท เวลาทำงาน การใช้พื้นที่ภายใน ฟังก์ชันที่ต้องการ) - ลักษณะการใช้งานในอาคาร
2. ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในอาคาร	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะของตัวอาคาร (ความกว้าง ความยาว ความสูง จำนวนชั้น รูปแบบอาคาร) - วัสดุในการตกแต่ง (พื้น ผนัง เพดาน เฟอร์นิเจอร์) - อุปกรณ์ (เครื่องโทรสาร เครื่องถ่ายเอกสาร) - บรรยากาศ (แสง สี) - ทำเลที่ตั้ง - สิ่งอำนวยความสะดวก (สายโทรศัพท์ ที่จอดรถ ระบบรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด) - ข้อดี – ปัญหาในการใช้งาน Home Office
3. ปัจจัยด้านกิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - ส่วนรับแขก - ส่วนทำงาน - ห้องประชุม - ส่วนพักผ่อน - ส่วนประกอบอาหาร, รับประทานอาหาร - ห้องน้ำ-อาบน้ำ - ส่วนซักล้าง - ห้องนอน - ห้องเก็บของ

ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่างในงานวิจัย

ประชากรในงานวิจัย

- 1) ประชากรที่จะทำการศึกษาคณិតักษณะของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
- 2) ประชากรที่จะทำการศึกษาด้านสอดคล้องต่อพฤติกรรม

การเลือกโฮมออฟฟิศที่จะทำการศึกษานั้น พิจารณาถึงขนาดโครงการที่มีขนาดใหญ่จำนวนมากกว่า 50 หลังขึ้นไป ที่มีคนเลือกใช้เปิดทำการเป็นบริษัทมากกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนโฮมออฟฟิศในโครงการ

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยและการสุ่มตัวอย่าง

หมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์ เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร คือกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากทาวน์ อิน ทาวน์เป็นโครงการโฮมออฟฟิศขนาดใหญ่ที่ได้เปิดมานาน และปัจจุบันก็ยังคงเป็นโครงการที่มีคนเลือกในการเปิดเป็นโฮมออฟฟิศอยู่เป็นจำนวนมาก โฮมออฟฟิศในหมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์นี้มีทั้งหมด 941 หลัง ซึ่งจะพิจารณาจากประเภทของอาคารที่นำมาทำเป็นโฮมออฟฟิศที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งจะเก็บข้อมูลโดยดูจากรูปแบบของโฮมออฟฟิศและลักษณะของบริเวณพื้นที่โดยรอบ นำมาพิจารณาเปรียบเทียบกับประเด็นต่าง ๆ ตามตัวแปรทั้งในด้านพฤติกรรมและความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้ใช้งาน ซึ่งจากการสำรวจทำให้สามารถแบ่งโซนในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

ภาพที่ 3.3 ภาพแสดงเขตพื้นที่หมู่บ้านทาวน์ อิน ทาวน์



ที่มา : แผนที่. (ม.ป.ป.) สืบค้น วันที่ 23 กรกฎาคม 2553, จาก <http://maps.google.com/>



Zone 1: อาคาร 4 ชั้น มีที่จอดรถส่วนตัวและที่จอดรถส่วนกลางเป็นจุดที่มีบริษัทเยอะและผู้คนพลุกพล่านทั้งกลางวัน-กลางคืน เนื่องจากส่วนใหญ่ทำงานไม่เป็นเวลา



Zone 2: อาคาร 3 ชั้น มีที่จอดรถส่วนกลาง ส่วนใหญ่เป็นบริษัทแต่ทำงานแบบ Office Hour เพราะฉะนั้นในเวลากลางวันจะเงียบมาก เนื่องจากไม่ค่อยมีคนพักอาศัย



Zone 3: อาคาร 3-4 ชั้น บริเวณนี้จะเป็นจุดที่มีบ้านพักอาศัยผสมอยู่ด้วย กลางวันคนจะบางตา แต่กลางคืนคนจะพลุกพล่าน เนื่องจากเป็นจะมีบริษัทเกี่ยวกับโมเดลลิง อยู่เยอะ แม้จะมีเปิดเป็นบริษัททั่วไปอยู่บ้างแต่ก็บางตา



Zone 4: อาคารติดถนนศรีวรา ที่ส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่ด้านล่างสามารถเปิดเป็นร้านค้า หรือ โชว์รูมสินค้าได้

การวิเคราะห์ อภิปรายและสรุปผลวิจัย

การวิเคราะห์ผลจะขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลที่รวบรวมมาได้ ดังนี้

- 1) ข้อมูลเชิงบรรยายที่เก็บจากเอกสาร การสังเกตการณ์ สัมภาษณ์จะวิเคราะห์และอธิบายด้วยตัวอักษร รูปภาพ และตารางเปรียบเทียบ ทั้งด้านความพึงพอใจและด้าน โปรแกรมพื้นที่ใช้สอย
- 2) ข้อมูลเชิงปริมาณ หรือข้อมูลจากแบบสอบถามในด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานจะวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป SPSS

หลังจากนั้นนำประเด็นหลักมาประมวลผลรวมเป็นแนวทางการออกแบบ โฮมออฟฟิศที่เป็นที่นิยมที่พิจารณาด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และเสนอประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจต่อไป

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมทางกายภาพในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของ
ผู้ใช้งาน ผู้วิจัยรายงานผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล
ทั้งนี้การวิเคราะห์ข้อมูลต้องสอดคล้องกับข้อตกลงเบื้องต้น ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1: ข้อมูลพื้นฐาน

ตอนที่ 2: ความต้องการในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ตอนที่ 3: ความต้องการด้านกิจกรรมของผู้ใช้งาน

ตอนที่ 4: ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 5: การหาความสัมพันธ์ของตัวแปร

ตอนที่ 1: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

ตารางที่ 4.1: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	171	42.8
หญิง	229	57.3
รวม	400	100.0
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	1	0.3
20 – 25 ปี	48	12.0
26 – 30 ปี	193	48.3
31 – 35 ปี	116	29.0
36 – 40 ปี	26	6.5
41 – 45 ปี	10	2.5

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1(ต่อ): แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
อายุ (ต่อ)		
46 – 50 ปี	0	0.0
51 – 55 ปี	4	1.0
56 – 60 ปี	2	0.5
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	0	0.0
รวม	400	100.0
รายได้		
น้อยกว่า 10,000 บาท	18	4.5
10,000 – 15,000 บาท	41	10.3
15,001 – 20,000 บาท	58	14.5
20,001 – 25,000 บาท	60	15.0
25,001 – 30,000 บาท	54	13.5
30,001 – 35,000 บาท	20	5.0
35,001 – 40,000 บาท	36	9.0
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	113	28.3
รวม	400	100.0
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	1	0.3
มัธยมศึกษา	12	3.0
ปริญญาตรี	273	68.3
สูงกว่าปริญญาตรี	114	28.5
รวม	400	100.0
ระดับตำแหน่งงานในปัจจุบัน		
ระดับเจ้าหน้าที่	158	39.5
ระดับกลาง/หัวหน้างาน	162	40.5

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1(ต่อ): แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับตำแหน่งงานในปัจจุบัน		
ระดับบริหาร/ระดับอาวุโส	44	11.0
ระดับบริหารสูงสุด	36	9.0
รวม	400	100.0
ประเภทธุรกิจ		
บริษัทเกี่ยวกับออกแบบ	54	13.5
บริษัทเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี	15	3.8
บริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง	39	9.8
บริษัทเกี่ยวกับแนะแนวศึกษา ต่อ บริษัททัวร์ ขายตัวต่างๆ จัดหางานและส่งแรงงานไป ต่างประเทศ	2	0.5
บริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการ	186	46.5
อื่นๆ	104	26.0
รวม	400	100.0
จำนวนพนักงาน		
1 – 5 คน	78	19.5
6 – 10 คน	43	10.8
11 – 15 คน	55	13.8
15 – 20 คน	63	15.8
อื่น ๆ	161	40.3
รวม	400	100.0
ลักษณะเวลาทำงาน		
ตามเวลาทำงาน	250	62.5

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1(ต่อ): แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะเวลาทำงาน		
นอกเวลาทำงาน	3	0.8
เวลาทำงานอิสระ	73	18.3
อื่นๆ	74	18.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1: การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 ส่วนที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8

ด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาได้แก่ อายุ 31 – 35 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 อายุ 20 – 25 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 อายุ 41 – 45 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 อายุ 51 – 55 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 อายุ 56 – 60 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ด้านรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมาได้แก่ รายได้ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 รายได้ 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 รายได้ 35,001 – 40,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 รายได้ 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ด้านการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาได้แก่ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 การศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ด้านระดับตำแหน่งงานในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับกลาง / หัวหน้างาน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาได้แก่ ระดับเจ้าหน้าที่

จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ระดับบริหาร / ระดับอาวุโส จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และระดับบริหารสูงสุด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ด้านประเภทธุรกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาได้แก่บริษัทอื่น ๆ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 บริษัทเกี่ยวกับออกแบบ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 บริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 บริษัทเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และบริษัทเกี่ยวกับแนะแนวศึกษาต่อ บริษัททัวร์ ขายตั๋วต่าง ๆ จัดหางานและส่งแรงงานไปต่างประเทศ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ด้านจำนวนพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในบริษัทที่มีจำนวนพนักงานอื่น ๆ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาได้แก่ จำนวนพนักงาน 1 – 5 คน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 จำนวนพนักงาน 15 – 20 คน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 จำนวนพนักงาน 11 – 15 คน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 จำนวนพนักงาน 6 – 10 คน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ด้านลักษณะเวลาทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานตามเวลาทำงาน 09.00 – 18.00 น. จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาได้แก่ เวลาทำงานอื่น ๆ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 เวลาทำงานอิสระ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และทำงานนอกเวลาทำงาน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตอนที่ 2: ความต้องการในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ตารางที่ 4.2: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำเลที่เหมาะสมสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเล	จำนวน	ร้อยละ
รัชวิภา	8	2.0
ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ	36	9.0
ลาดพร้าว-โชคชัย 4	30	7.5
พระราม 9 - รามคำแหง	31	7.8
เกษตรนวมินทร์	42	10.5
ปิ่นเกล้า - พระราม 5	7	1.8

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2(ต่อ): แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำเลที่เหมาะสมสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเล	จำนวน	ร้อยละ
รัชดา - ห้วยขวาง	47	11.8
พหลโยธิน - อารี	39	9.8
พระราม 3	33	8.3
สาทร - ดากสิน	33	8.3
อ่อนนุช - วงแหวน	3	0.8
พญาไท - ปทุมวัน	11	2.8
สุขุมวิท - อโศก	62	15.5
รัตนวิเบศร์ - แคราย	3	0.8
ท่าพระ	0	0.0
อื่นๆ	15	3.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกทำเลที่ตั้งสุขุมวิท - อโศก จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 รองลงมาได้แก่ รัชดา - ห้วยขวาง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 เกษตรนวมินทร์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 พหลโยธิน - อารี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 พระราม 3 และ สาทร - ดากสิน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 พระราม 9 - รามคำแหง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ลาดพร้าว - โชคชัย 4 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ทำเลอื่นๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 พญาไท - ปทุมวัน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 รัชวิภา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ปิ่นเกล้า - พระราม 5 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ทำเลอ่อนนุช - วงแหวน และรัตนวิเบศร์ - แคราย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกในโฮมออฟฟิศ

สิ่งอำนวยความสะดวก	จำนวน	ร้อยละ
ลำดับที่ 1		
การเดินทางสะดวกสบายเข้าออกได้หลายเส้นทาง	202	50.5
ลำดับที่ 2		
มีรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดินผ่าน	138	34.5
ลำดับที่ 3		
ใกล้แหล่งชุมชน	143	35.8

จากตารางที่ 4.3: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกลำดับที่ 1 ในโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกการเดินทางสะดวกสบาย เข้าออกได้หลายเส้นทาง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ลำดับที่ 2 ได้แก่ การมีรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดินผ่าน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และลำดับที่ 3 ได้แก่ ใกล้แหล่งชุมชน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8

ตารางที่ 4.4: แสดงการวิเคราะห์รูปแบบของการสร้างโฮมออฟฟิศ

รูปแบบการสร้างโฮมออฟฟิศ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	72	18.0
ตึกแถวอาคารพาณิชย์	93	23.3
อาคารสำนักงานเฉพาะ	88	22.0
ทาวน์โฮม	147	36.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบของการสร้างโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรูปแบบทาวน์โฮม จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาได้แก่ ตึกแถวอาคารพาณิชย์ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 อาคารสำนักงานเฉพาะ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และบ้านเดี่ยว จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: แสดงการวิเคราะห์ประโชชน์หลักของโฮมออฟฟิศ

ประโยชน์หลักของโฮมออฟฟิศ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อทำงานเป็นหลัก	291	72.8
เพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก	76	19.0
อื่นๆ	33	8.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประโยชน์หลักของโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีใช้โฮมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลัก จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมาได้แก่ ใช้เพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และใช้เพื่ออื่นๆ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: แสดงการวิเคราะห์พื้นที่การใช้งานสำหรับโฮมออฟฟิศ

พื้นที่การใช้งานสำหรับโฮมออฟฟิศ	จำนวน	ร้อยละ
ส่วนทำงาน	392	98.0
ที่จอดรถส่วนกลาง	378	94.5
ส่วนรับแขก	377	94.3
ระบบรักษาความปลอดภัย	364	91.0
ห้องเก็บของ	345	86.3
กล้องวงจรปิด (CCTV)	343	85.8
ส่วนเตรียมอาหารและห้องครัว	329	82.3
ห้องเก็บเอกสารสำคัญ	315	78.8
ส่วนพักผ่อนภายในอาคาร	306	76.5
ลานอเนกประสงค์และสวน	283	70.8

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์พื้นที่การใช้งานสำหรับโคมออฟฟิศ

พื้นที่การใช้งานสำหรับ โคมออฟฟิศ	จำนวน	ร้อยละ
ห้องประชุมทางการ	275	68.8
ส่วนพบปะประชุมแบบไม่ ทางการ	270	67.5
Magnetic Card	256	64.0
ศูนย์ทำเอกสารต่างๆ	235	58.8
ห้องอาบน้ำ	211	52.8
ส่วนแสดงสินค้า	202	50.5
ห้องปฏิบัติการและ ห้องฝึกอบรม	184	46.0
ห้องสมุด	172	43.0
ห้องนอน	161	40.3
ฟิตเนส	153	38.3
ห้องปฐมพยาบาล	144	36.0
พื้นที่เล่นกีฬากลางแจ้ง - บาสเกตบอล - Vote - แบดมินตัน , ปิงปอง - ปิงปอง - ฟุตซอล - Basketball, Swimming Pool - ลานกว้าง - บาสเกตบอล, ฟุตบอล - Soccer	104	26.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์พื้นที่การใช้งานสำหรับโฮมออฟฟิศ

พื้นที่การใช้งานสำหรับโฮมออฟฟิศ	จำนวน	ร้อยละ
พื้นที่เล่นกีฬากลางแจ้ง - บาสเกตบอล - วาโยน้ำ - แบดมินตัน - สนามบอลเล็ก ๆ - สนาม / สวน - ฟุตบอล วาโยน้ำ ปิงปอง จี จักรยาน		
อื่นๆ	0	0.0

จากตารางที่ 4.6: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพื้นที่การใช้งานสำหรับโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการส่วนทำงานมากที่สุด จำนวน 392 คน คิดเป็นร้อยละ 98.0 รองลงมาได้แก่ ที่จอดรถส่วนกลาง จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5 ส่วนรับแขก จำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 94.3 ระเบียบรักษาความปลอดภัย จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.0 ห้องเก็บของ จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 กล้องวงจรปิด จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.8 ส่วนเตรียมอาหารและห้องครัว จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3 ห้องเก็บเอกสารสำคัญ จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 ส่วนพักผ่อนภายในอาคาร จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 ลานอเนกประสงค์และสวน จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 ห้องประชุมทางการ จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 ส่วนพบปะประชุมแบบไม่ทางการ จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 Magnetic Card จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 ศูนย์ทำเอกสารต่างๆ จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 ห้องอาบน้ำ จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ส่วนแสดงสินค้า จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ห้องปฏิบัติการและห้องฝึกอบรม จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ห้องสมุด จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ห้องนอน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 ฟิตเนส จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ห้องปฐมพยาบาล จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และพื้นที่เล่นกีฬากลางแจ้ง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0

ตอนที่ 3: ความต้องการด้านกิจกรรมของผู้ใช้งาน

3.1 พื้นที่ส่วนต้อนรับ (Reception)

ตารางที่ 4.7: แสดงการวิเคราะห์ลักษณะความต้องการในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

พื้นที่ส่วนต้อนรับ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ติดต่ออย่างเดียว	36	9.0
ใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย	364	91.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะความต้องการในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการพื้นที่ส่วนต้อนรับสำหรับใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.0 และใช้สำหรับติดต่ออย่างเดียว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: แสดงการวิเคราะห์จำนวนคนที่ต้องการรองรับ

จำนวนคนที่ต้องการรองรับ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่จำเป็นต้องมีที่นั่ง	15	3.8
1 - 2 คน	91	22.8
3 - 4 คน	219	54.8
5 คนขึ้นไป	75	18.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านจำนวนคนที่ต้องการรองรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการพื้นที่ส่วนต้อนรับเพื่อรองรับจำนวนคน 3 – 4 คน จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาได้แก่ ต้องการรองรับคน 1 – 2 คน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ต้องการรองรับคน 5 คนขึ้นไป จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และไม่จำเป็นต้องมีที่นั่ง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: แสดงการวิเคราะห์ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	จำนวน	ร้อยละ
ภาพที่ 1	145	36.3
ภาพที่ 2	100	25.0
ภาพที่ 3	155	38.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบภาพบรรยากาศที่ 3 มากที่สุด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาได้แก่ ภาพบรรยากาศที่ 1 จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และภาพบรรยากาศที่ 2 จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: แสดงการวิเคราะห์เหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

เหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	จำนวน	ร้อยละ
สะอาด	48	12.0
เรียบง่าย	79	19.8
อบอุ่น	15	3.8
สดใส	61	15.3
สบายตา	86	21.5
หรูหรา	24	6.0
สนุก	12	3.0
เหมาะกับลักษณะองค์กร	56	14.0
อื่น ๆ	19	4.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านเหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเพราะสบายตา จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 รองลงมาได้แก่ เลือกเพราะความเรียบง่าย จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 เลือกเพราะความสดใส จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 เลือกเพราะเหมาะกับลักษณะองค์กร จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 เลือกเพราะความสะอาด จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เลือกเพราะความหรูหรา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 เลือกเพราะเหตุผลอื่นๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 เลือกเพราะความอบอุ่น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และเลือกเพราะความสนุก จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11: แสดงการวิเคราะห์การเลือกแสงของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

การเลือกแสงของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	จำนวน	ร้อยละ
ภาพที่ 1 แสงเหลือง	100	25.0
ภาพที่ 2 แสงขาว	108	27.0
ภาพที่ 3 แสงธรรมชาติ	192	48.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเลือกแสงของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการเลือกแสงธรรมชาติของภาพที่ 3 จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาได้แก่ การใช้แสงสีขาวของภาพที่ 2 จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และการใช้แสงสีเหลืองของภาพที่ 1 จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12: แสดงการวิเคราะห์การใช้วัสดุของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

การใช้วัสดุของพื้นที่ส่วนต้อนรับ	จำนวน	ร้อยละ
ภาพที่ 1	148	37.0
ภาพที่ 2	114	28.5
ภาพที่ 3	138	34.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการใช้วัสดุของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการเลือกใช้วัสดุในภาพที่ 1 จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา ได้แก่ การใช้วัสดุในภาพที่ 3 จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และการใช้วัสดุในภาพที่ 2 จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13: แสดงการวิเคราะห์การมีสิ่งของเพิ่มเติมในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

สิ่งของเพิ่มเติมในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	306	76.5
อินเทอร์เน็ต ไร้สาย	240	60.0
สื่อสิ่งพิมพ์หรือผลงานของบริษัท	284	71.0
ดนตรี หรือ มัลติมีเดีย	110	27.5
อื่นๆ	13	3.3

จากตารางที่ 4.13: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการมีสิ่งของเพิ่มเติมในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมา ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์หรือผลงานของบริษัท จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 อินเทอร์เน็ต ไร้สาย จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ดนตรี หรือ มัลติมีเดีย จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และอื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14: แสดงการวิเคราะห์รูปแบบชุดเก้าอี้รับรองในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

รูปแบบชุดเก้าอี้รับรองในพื้นที่ส่วนต้อนรับ	จำนวน	ร้อยละ
เก้าอี้ไม่มีพนักพิง	8	2.0
เก้าอี้มีพนักพิง	213	53.3
โซฟา	175	43.8
อื่นๆ ระบุ	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.14: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบชุดเก้าอี้รับรองในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการชุดเก้าอี้รับรองแบบมีพนักพิง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาได้แก่ ชุดเก้าอี้แบบโซฟา จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 ชุดเก้าอี้แบบไม่มีพนักพิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และชุดเก้าอี้แบบอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

3.2 พื้นที่ส่วนทำงาน (Work Spaces)

ตารางที่ 4.15: แสดงการวิเคราะห์ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ภาพที่ 1	211	52.8
ภาพที่ 2	85	21.3
ภาพที่ 3	104	26.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.15: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบภาพบรรยากาศภาพที่ 1 จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาได้แก่ ภาพที่ 3 จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และภาพที่ 2 จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16: แสดงการวิเคราะห์เหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

เหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
สะอาด	60	15.0
เรียบง่าย	48	12.0
อบอุ่น	59	14.8
สดใส	38	9.5

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.16(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์เหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วน
ทำงาน

เหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวม ของพื้นที่ส่วนทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
สบายตา	101	25.3
สะอาด	60	15.0
เรียบง่าย	48	12.0
อบอุ่น	59	14.8
สดใส	38	9.5
สบายตา	101	25.3
หรูหรา	7	1.8
สนุก	27	6.8
เหมาะกับลักษณะองค์กร	46	11.5
อื่นๆ	14	3.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.16: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านเหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเพราะสบายตา จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาได้แก่ เลือกเพราะความสะอาด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 เลือกเพราะความอบอุ่น จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 เลือกเพราะความเรียบง่าย จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เลือกเพราะเหมาะกับลักษณะองค์กร จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 เลือกเพราะความสดใส จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เลือกเพราะความสนุก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 เลือกเพราะเหตุผลอื่นๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และเลือกเพราะความหรูหรา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17: แสดงการวิเคราะห์การใช้แสงของพื้นที่ส่วนทำงาน

การใช้แสงของพื้นที่ส่วนทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	235	58.8
ภาพที่ 2 แสงเหลือ	51	12.8
ภาพที่ 3 แสงขาว	114	28.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.17: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการใช้แสงของพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการใช้แสงธรรมชาติในภาพที่ 1 จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาได้แก่ การใช้แสงสีขาวของภาพที่ 3 จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และการใช้แสงสีเหลือของภาพที่ 2 จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18: แสดงการวิเคราะห์การใช้วัสดุโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

การใช้วัสดุโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ภาพที่ 1	228	57.0
ภาพที่ 2	76	19.0
ภาพที่ 3	96	24.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.18: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการใช้วัสดุของพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการใช้วัสดุของภาพที่ 1 จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาได้แก่ การใช้วัสดุในภาพที่ 3 จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และการใช้วัสดุในภาพที่ 2 จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19: แสดงการวิเคราะห์รูปแบบของพื้นที่ส่วนทำงาน

รูปแบบของพื้นที่ส่วนทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
พื้นที่เป็นคอกส่วนตัว (Cubicle)	86	21.5
ใช้พื้นที่ร่วมกัน (Shared office)	2	0.5
พื้นที่เปิด (Open office)	38	9.5
ห้องกลุ่ม (Team room)	48	12.0
พื้นที่กลุ่ม (Team space)	121	30.3
Touch down	37	9.3
ห้องส่วนตัว (Private office)	56	14.0
อื่นๆ	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.19: การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบของพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบรูปแบบพื้นที่กลุ่ม จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาได้แก่ พื้นที่เป็นคอกส่วนตัว จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ห้องส่วนตัว จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ห้องกลุ่ม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 พื้นที่เปิด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 Touch down จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 รูปแบบอื่นๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และใช้พื้นที่ร่วมกัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

3.3 พื้นที่ส่วนประชุม (Meeting Spaces)

ตารางที่ 4.20: แสดงการวิเคราะห์ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม

ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม	จำนวน	ร้อยละ
ภาพที่ 1	118	29.5
ภาพที่ 2	100	25.0
ภาพที่ 3	182	45.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.20: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบภาพบรรยากาศภาพที่ 3 จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาได้แก่ ภาพที่ 1 จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และภาพที่ 2 จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21: แสดงการวิเคราะห์เหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

เหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวม ของพื้นที่ส่วนทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
สะอาด	45	11.3
เรียบง่าย	92	23.0
อบอุ่น	21	5.3
สดใส	54	13.5
สบายตา	69	17.3
หรูหรา	8	2.0
สนุก	25	6.3
เหมาะสมกับลักษณะองค์กร	70	17.5
อื่นๆ	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.21: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านเหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเพราะความเรียบง่าย จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมาได้แก่ เลือกเพราะความเหมาะสมกับลักษณะองค์กร จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 เลือกเพราะความสบายตา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 เลือกเพราะความสดใส จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 เลือกเพราะความสะอาด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 เลือกเพราะความสนุก จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 เลือกเพราะความอบอุ่น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 เลือกเพราะเหตุผลอื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และเลือกเพราะความหรูหรา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22: แสดงการวิเคราะห์การใช้แสงของพื้นที่ส่วนประชุม

การใช้แสงของพื้นที่ส่วนประชุม	จำนวน	ร้อยละ
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	133	33.3
ภาพที่ 2 แสงเหลือ	83	20.8
ภาพที่ 3 แสงขาว	184	46.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.22: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการใช้แสงของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการใช้แสงสีขาวในภาพที่ 3 จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา ได้แก่ การใช้แสงสีธรรมชาติของภาพที่ 1 จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ การใช้แสงสีเหลือของภาพที่ 2 จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23: แสดงการวิเคราะห์การใช้วัสดุโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม

การใช้วัสดุโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม	จำนวน	ร้อยละ
ภาพที่ 1	122	30.5
ภาพที่ 2	107	26.8
ภาพที่ 3	171	42.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.23: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการใช้วัสดุโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการใช้วัสดุในภาพที่ 3 จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา ได้แก่ การใช้วัสดุในภาพที่ 1 จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และ การใช้วัสดุในภาพที่ 2 จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24: แสดงการวิเคราะห์ความต้องการจำนวนห้องประชุม

ความต้องการจำนวนห้องประชุม	จำนวน	ร้อยละ
1 ห้อง	222	55.5
2 ห้อง	141	35.3
3 ห้อง	37	9.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.24: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความต้องการจำนวนห้องในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการมีห้องประชุม 1 ห้อง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาได้แก่ ห้องประชุมจำนวน 2 ห้อง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และห้องประชุมจำนวน 3 ห้อง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25: แสดงการวิเคราะห์การรองรับจำนวนคนในพื้นที่ห้องประชุม

การรองรับจำนวนคนในพื้นที่ห้องประชุม	จำนวน	ร้อยละ
2 – 4 คน	12	3.0
5 – 8 คน	205	51.3
8 คนขึ้นไป	183	45.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.25: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรองรับจำนวนคนในพื้นที่ห้องประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการห้องประชุมที่สามารถรองรับคนได้ 5 – 8 คน จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาได้แก่ รองรับได้ 8 คนขึ้นไป จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 และรองรับได้ 2 – 4 คน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26: แสดงการวิเคราะห์รูปแบบพื้นที่ส่วนประชุม

รูปแบบพื้นที่ส่วนประชุม	จำนวน	ร้อยละ
ห้องประชุม (Meeting Room)	209	52.3
ห้องระดมความคิด (Brainstorm Room)	120	30.0
พื้นที่ประชุม (Meeting Space)	26	6.5
จุดนัดพบ (Meeting Point)	45	11.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.26: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการห้องประชุมแบบ Meeting Room จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาได้แก่ แบบห้องระดมความคิด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 แบบจุดนัดพบ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และแบบพื้นที่ประชุม จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

3.2 ส่วนสนับสนุน (Support Spaces)

ตารางที่ 4.27: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นความต้องการในส่วนสนับสนุน

ส่วนสนับสนุน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD.)	ระดับความ ความเห็น
พื้นที่ถ่ายเอกสาร	3.49	1.108	ต้องการมาก
ส่วนพักผ่อน	3.36	1.179	ต้องการปานกลาง
ห้องสมุด	2.68	1.207	ต้องการปานกลาง
ห้องเกม	2.18	1.277	ต้องการน้อย
ส่วนเตรียมอาหาร	3.17	1.139	ต้องการปานกลาง
ลิฟต์เกอร์	2.14	1.192	ต้องการน้อย
พื้นที่เก็บของ	3.53	1.066	ต้องการมาก
พื้นที่เก็บเอกสาร	3.70	1.040	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.27: การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นความต้องการในส่วนสนับสนุน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการพื้นที่ถ่ายเอกสาร พื้นที่เก็บของ และพื้นที่เก็บเอกสารในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49, 3.53 และ 3.70 และกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในส่วนพักผ่อน ห้องสมุดและส่วนเตรียมอาหาร กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36, 2.68 และ 3.17 นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการห้องเกมและดีจ็อกเกอร์ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.18 และ 2.14

ตอนที่ 4: ข้อเสนอแนะ

1. โสมออฟฟิศน่าจะคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและเข้ากับภาพลักษณ์ของบริษัทมาเป็นอันดับแรก

ตอนที่ 5: การหาความสัมพันธ์ของตัวแปร

5.1 ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานกับความต้องการในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ตารางที่ 4.28: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโสมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโสมออฟฟิศ		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
รัชวิภา	Count	4	4	8
	% within	2.3%	1.7%	2.0%
ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ	Count	19	17	36
	% within	11.1%	7.4%	9.0%
ลาดพร้าว - โชคชัย 4	Count	14	16	30
	% within	8.2%	7.0%	7.5%
พระราม 9 - รามคำแหง	Count	18	13	31
	% within	10.5%	5.7%	7.8%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.28(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโฮมออฟฟิศ		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
เกษตรนวมินทร์	Count	16	26	42
	% within	9.4%	11.4%	10.5%
ปิ่นเกล้า - พระราม 5	Count	4	3	7
	% within	2.3%	1.3%	1.8%
รัชดา - ห้วยขวาง	Count	14	33	47
	% within	8.2%	14.4%	11.8%
พหลโยธิน - อารี	Count	16	23	39
	% within	9.4%	10.0%	9.8%
พระราม 3	Count	18	15	33
	% within	10.5%	6.6%	8.3%
สาทร - ดากสิน	Count	15	18	33
	% within	8.8%	7.9%	8.3%
อ่อนนุช - วงแหวน	Count	0	3	3
	% within	0.0%	1.3%	0.8%
พญาไท - ปทุมวัน	Count	5	6	11
	% within	2.9%	2.6%	2.8%
สุขุมวิท - อโศก	Count	18	44	62
	% within	10.5%	19.2%	15.5%
รัตนธิเบศร์ - แคราย	Count	3	0	3
	% within	1.8%	0.0%	0.8%
อื่น ๆ	Count	7	8	15
	% within	4.1%	3.5%	3.8%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.28: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่ สุขุมวิท – อโศก 15.5% และเมื่อพิจารณาด้านเพศ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างเพศชายส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่ศรีนครินทร์ – พัฒนาการ 11.1% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด รองลงมามีความต้องการในเขตพื้นที่ดังนี้ พระราม 9 – รามคำแหง พระราม 3 และ สุขุมวิท – อโศก 10.5% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด เกษตรนวมินทร์ และ พหลโยธิน – อารี 9.4% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด สาทร – ดากสิน 8.8% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด ลาดพร้าว – โชคชัย 4 และรัชดา – ห้วยขวาง 8.2% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด เขตพื้นที่อื่น ๆ 4.1% ของเพศชายทั้งหมด พญาไท – ปทุมวัน 2.9% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด รัชวิภา และปิ่นเกล้า – พระราม 5 2.3% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด และรัตนธิเบศร์ – แคราย 2.8% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท – อโศก 19.2% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด รองลงมามีความต้องการในเขตพื้นที่ดังนี้ รัชดา – ห้วยขวาง 14.4% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด เกษตรนวมินทร์ 11.4% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด พหลโยธิน – อารี 10.0% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด สาทร – ดากสิน 7.9% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด ศรีนครินทร์ – พัฒนาการ 7.4% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด ลาดพร้าว – โชคชัย 4 7.0% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด พระราม 3 6.6% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด พระราม 9 – รามคำแหง 5.7% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด เขตพื้นที่อื่น ๆ 3.5% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด พญาไท – ปทุมวัน 2.6% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด รัชวิภา 1.7% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด ปิ่นเกล้า – พระราม 5 และ อ่อนนุช – วงแหวน 1.3% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่ในเขตศรีนครินทร์ - พัฒนาการ มากกว่าเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่ในเขต สุขุมวิท – อโศก มากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.29: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการด้านทำเลที่ตั้ง
สำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโฮมออฟฟิศ		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
รัชวิภา	Count	4	2	6
	% within	1.7%	1.4%	1.6%
ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ	Count	26	6	32
	% within	10.8%	4.3%	8.4%
ลาดพร้าว - โชค ชัย 4	Count	25	5	30
	% within	10.4%	3.5%	7.9%
พระราม 9 - รามคำแหง	Count	18	13	31
	% within	7.5%	9.2%	8.1%
เกษตรนวมินทร์	Count	22	20	42
	% within	9.1%	14.2%	11.0%
ปิ่นเกล้า - พระราม 5	Count	5	2	7
	% within	2.1%	1.4%	1.8%
รัชดา - ห้วยขวาง	Count	23	20	43
	% within	9.5%	14.2%	11.3%
พหลโยธิน - อารี	Count	25	14	39
	% within	10.4%	9.9%	10.2%
พระราม 3	Count	22	9	31
	% within	9.1%	6.4%	8.1%
สาทร - ดากสิน	Count	20	12	32
	% within	8.3%	8.5%	8.4%
อ่อนนุช - วง แหวน	Count	1	2	3
	% within	0.4%	1.4%	0.8%
พญาไท - ปทุมวัน	Count	5	4	9
	% within	2.1%	2.8%	2.4%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.29(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโฮมออฟฟิศ		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
สุขุมวิท - อโศก	Count	35	24	59
	% within	14.5%	17.0%	15.4%
รัตนธิเบศร์ – แคราย	Count	3	0	3
	% within	1.2%	0.0%	.8%
อื่น ๆ	Count	7	8	15
	% within	2.9%	5.7%	3.9%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.29: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท - อโศก 15.4% และเมื่อพิจารณาด้านอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท - อโศก 14.50% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความต้องการในเขตพื้นที่ดังนี้ ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ 10.80% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด พหลโยธิน - อารีและลาดพร้าว - โชคชัย 4 10.40% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รัชดา - ห้วยขวาง 9.50% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด พระราม 3 และ เกษตรนวมินทร์ 9.10% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด สาทร - ตากสิน 8.30% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด พระราม 9 – รามคำแหง 7.50% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ปิ่นเกล้า - พระราม 5 และ พญาไท - ปทุมวัน 2.10% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รัชวิภา 1.70% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รัตนธิเบศร์ – แคราย 1.20% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด อ่อนนุช - วงแหวน 0.40% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด และเขตพื้นที่อื่น ๆ 2.90% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท - อโศก 17.00% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความต้องการในเขตพื้นที่ดังนี้ รัชดา -

ห้วยขวางและเกษตรนวมินทร์ 14.20% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด พหลโยธิน – อารี 9.90% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด พระราม 9 – รามคำแหง 9.20% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด สาทร – ดากสิน 8.50% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด พระราม 3 6.40% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด เขตพื้นที่อื่น ๆ 5.70% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ศรีนครินทร์ – พัฒนาการ 4.30% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ลาดพร้าว - โชคชัย 4 3.50% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด พญาไท - ปทุมวัน 2.80% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รัชวิภา ปิ่นเกล้า - พระราม 5 และอ่อนนุช - วงแหวน 1.40% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด และเขตรัตนาธิเบศร์ – แคราย 0.00% ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท – อโศก มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.30: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโฮมออฟฟิศ		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	
รัชวิภา	Count	0	6	2	8
	% within	0.0%	3.5%	1.8%	2.0%
ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ	Count	11	16	9	36
	% within	9.4%	9.4%	8.0%	9.0%
ลาดพร้าว – โชคชัย 4	Count	18	12	0	30
	% within	15.4%	7.1%	.0%	7.5%
พระราม 9 - รามคำแหง	Count	5	18	8	31
	% within	4.3%	10.6%	7.1%	7.8%
เกษตรนวมินทร์	Count	12	23	7	42
	% within	10.3%	13.5%	6.2%	10.5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.30(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความถี่การดำเนินงาน
ทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโฮมออฟฟิศ		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	
ปิ่นเกล้า - พระราม 5	Count	2	5	0	7
	% within	1.7%	2.9%	.0%	1.8%
รัชดา - ห้วยขวาง	Count	10	16	21	47
	% within	8.5%	9.4%	18.6%	11.8%
พหลโยธิน - อารี	Count	8	17	14	39
	% within	6.8%	10.0%	12.4%	9.8%
พระราม 3	Count	9	9	15	33
	% within	7.7%	5.3%	13.3%	8.3%
สาทร - ดากสิน	Count	5	18	10	33
	% within	4.3%	10.6%	8.8%	8.3%
อ่อนนุช - วงแหวน	Count	1	2	0	3
	% within	0.9%	1.2%	0.0%	0.8%
พญาไท - ปทุมวัน	Count	5	4	2	11
	% within	4.3%	2.4%	1.8%	2.8%
สุขุมวิท - อโศก	Count	25	16	21	62
	% within	21.4%	9.4%	18.6%	15.5%
รัตนธิเบศร์ - แคธยาย	Count	1	2	0	3
	% within	0.9%	1.2%	0.0%	0.8%
อื่น ๆ	Count	5	6	4	15
	% within	4.3%	3.5%	3.5%	3.8%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.30: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่ สุขุมวิท – อโศก 15.5% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่ สุขุมวิท – อโศก 21.4% ของกลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความต้องการในเขตพื้นที่ ลาดพร้าว - โขกษัย 4 15.4% ของกลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด เกษตรนวมินทร์ 10.3% ของกลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด ศรีนครินทร์ – พัฒนาการ 9.4% ของกลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด รัชดา – ห้วยขวาง 8.5% ของกลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด พระราม 3 7.7% ของกลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด พหลโยธิน – อารี 6.8% ของกลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด พระราม 9 – रामคำแหง สาทร – ดากสิน พญาไท – ปทุมวันและเขตอื่นๆ 4.3% ของกลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด ปิ่นเกล้า - พระราม 5 1.7% ของกลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด อ่อนนุช - วงแหวนและรัตนวิเบศร์ – แคราย 0.9% ของกลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่ เกษตรนวมินทร์ 13.5 % ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความต้องการในเขตพื้นที่ พระราม 9 – रामคำแหงและสาทร - ดากสิน 10.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด พหลโยธิน – อารี 10.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด ศรีนครินทร์ – พัฒนาการ รัชดา – ห้วยขวาง และสุขุมวิท – อโศก 9.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด ลาดพร้าว - โขกษัย 4 7.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด พระราม 3 5.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รัชวิภาและเขตพื้นที่อื่นๆ 3.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด ปิ่นเกล้า - พระราม 5 2.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด พญาไท – ปทุมวัน 2.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด อ่อนนุช – วงแหวน และรัตนวิเบศร์ – แคราย 1.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่รัชดา - ห้วยขวางและสุขุมวิท – อโศก 18.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รองลงมา มีความต้องการในเขตพื้นที่ พระราม 3 13.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้

มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด พหุโยธิน – อารี 12.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด สาทร์ – ดากสิน 8.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด ศรีนครินทร์ – พัฒนาการ 8.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด พระราม 9 – รามคำแหง 7.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด เกษตรนวมินทร์ 6.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด เขตพื้นที่อื่นๆ 3.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รัชวิภาและพญาไท – ปทุมวัน 1.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ต้องการให้โสมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท - อโศก มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท ต้องการให้โสมออฟฟิศอยู่เกษตรนวมินทร์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป และพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ต้องการให้ โสมออฟฟิศอยู่รัชดา – ห้วยขวางมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.31: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโสมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโสมออฟฟิศ		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
รัชวิภา	Count	8	0	8
	% within	2.9%	0.0%	2.1%
ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ	Count	19	12	31
	% within	7.0%	10.5%	8.0%
ลาดพร้าว - โขกชัย 4	Count	24	6	30
	% within	8.8%	5.3%	7.8%
พระราม 9 - รามคำแหง	Count	26	4	30
	% within	9.5%	3.5%	7.8%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.31(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความต้องการด้าน
ทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโฮมออฟฟิศ		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
เกษตรนวมินทร์	Count	27	14	41
	% within	9.9%	12.3%	10.6%
ปิ่นเกล้า - พระราม 5	Count	2	5	7
	% within	0.7%	4.4%	1.8%
รัชดา - ห้วยขวาง	Count	27	20	47
	% within	9.9%	17.5%	12.1%
พหลโยธิน - อารี	Count	24	15	39
	% within	8.8%	13.2%	10.1%
พระราม 3	Count	29	4	33
	% within	10.6%	3.5%	8.5%
สาทร - ดากสิน	Count	18	15	33
	% within	6.6%	13.2%	8.5%
อ่อนนุช - วงแหวน	Count	2	1	3
	% within	0.7%	0.9%	0.8%
พญาไท - ปทุมวัน	Count	6	5	11
	% within	2.2%	4.4%	2.8%
สุขุมวิท - อโศก	Count	49	9	58
	% within	17.9%	7.9%	15.0%
รัตนธิเบศร์ - แคราย	Count	3	0	3
	% within	1.1%	0.0%	0.8%
อื่น ๆ	Count	9	4	13
	% within	3.3%	3.5%	3.4%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.31: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับการศึกษากับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท – อโศก 15.0% และเมื่อพิจารณาด้านระดับการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท – อโศก 17.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมามีความต้องการในเขตพื้นที่ พระราม 3 10.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด เกษตรนวมินทร์และรัชดา - ห้วยขวาง 9.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด พระราม 9 – รามคำแหง 9.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ลาดพร้าว - โชคชัย 4 และพหลโยธิน – อารี 8.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ศรีนครินทร์ – พัฒนาการ 7.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด สาทร – ดากสิน 6.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด เขตพื้นที่อื่น ๆ 3.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รัชวิภา 2.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด พญาไท – ปทุมวัน 2.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รัตนธิเบศร์ – แคราย 1.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ปิ่นเกล้า - พระราม 5 และ อ่อนนุช – วงแหวน 0.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่รัชดา – ห้วยขวาง 17.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมามีความต้องการในเขตพื้นที่ พหลโยธิน - อารีและสาทร – ดากสิน 13.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีทั้งหมด เกษตรนวมินทร์ 12.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีทั้งหมด ศรีนครินทร์ – พัฒนาการ 10.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีทั้งหมด สุขุมวิท – อโศก 7.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีทั้งหมด ลาดพร้าว - โชคชัย 4 5.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีทั้งหมด ปิ่นเกล้า - พระราม 5 และพญาไท – ปทุมวัน 4.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีทั้งหมด พระราม 9 – รามคำแหง พระราม 3 และเขตพื้นที่อื่น ๆ 3.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีทั้งหมด อ่อนนุช – วงแหวน 0.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท – อโศกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่รัชดา – ห้วยขวางมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.32: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโฮมออฟฟิศ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับ เจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
รัชวิภา	Count	0	8	0	8
	% within	0.0%	4.9%	0.0%	2.0%
ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ	Count	14	16	6	36
	% within	8.9%	9.9%	7.5%	9.0%
ลาดพร้าว - โชคชัย 4	Count	15	12	3	30
	% within	9.5%	7.4%	3.8%	7.5%
พระราม 9 - รามคำแหง	Count	14	8	9	31
	% within	8.9%	4.9%	11.3%	7.8%
เกษตรนวมินทร์	Count	12	19	11	42
	% within	7.6%	11.7%	13.8%	10.5%
ปิ่นเกล้า - พระราม 5	Count	1	6	0	7
	% within	0.6%	3.7%	0.0%	1.8%
รัชดา - ห้วยขวาง	Count	20	23	4	47
	% within	12.7%	14.2%	5.0%	11.8%
พหลโยธิน - อารี	Count	10	25	4	39
	% within	6.3%	15.4%	5.0%	9.8%
พระราม 3	Count	7	5	21	33
	% within	4.4%	3.1%	26.3%	8.3%
สาทร - ดาก สิน	Count	18	9	6	33
	% within	11.4%	5.6%	7.5%	8.3%
อ่อนนุช - วงแหวน	Count	1	2	0	3
	% within	0.6%	1.2%	0.0%	0.8%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.32(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความ
ต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโฮมออฟฟิศ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับ เจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
พญาไท - ปทุมวัน	Count	6	3	2	11
	% within	3.8%	1.9%	2.5%	2.8%
สุขุมวิท - อโศก	Count	34	20	8	62
	% within	21.5%	12.3%	10.0%	15.5%
รัตนวิเศษ - แคราย	Count	1	0	2	3
	% within	0.6%	0.0%	2.5%	0.8%
อื่น ๆ	Count	5	6	4	15
	% within	3.2%	3.7%	5.0%	3.8%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.32: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความ
ต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้โฮม
ออฟฟิศอยู่สุขุมวิท – อโศก 15.5% และเมื่อพิจารณาตามระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท –
อโศก 21.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมามีความต้องการในเขต
พื้นที่ รัชดา – ห้วยขวาง 12.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด สาทร – ดาก
ลิน 11.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด ลาดพร้าว - โขกชัย 4.9.5% ของ
กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด ศรีนครินทร์ – พัฒนาการ และพระราม 9 –
รามคำแหง 8.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด เกษตรนวมินทร์ 7.6% ของ
กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด พหลโยธิน – อารี 6.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ
ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด พระราม 3 4.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด
พญาไท – ปทุมวัน 3.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด เขตพื้นที่อื่นๆ 3.2%

ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด ปันเกล้า - พระราม 5 อ่อนนุช - วงแหวนและ
รัตนวิเบศร์ - แคราย 0.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้างานส่วนใหญ่ต้องการให้โสมออฟฟิศอยู่พหลโยธิน
- อารี 15.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้างานทั้งหมด รองลงมาคือความต้องการใน
เขตพื้นที่ รัชดา - ห้วยขวาง 14.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้างานทั้งหมด สุขุมวิท
- โอโศก 12.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้างานทั้งหมด เกษตรนวมินทร์ 11.7% ของ
กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้างานทั้งหมด ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ 9.9% ของกลุ่มตัวอย่าง
ที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้างานทั้งหมด ลาดพร้าว - โชคชัย 4 7.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ
ตำแหน่งหัวหน้างานทั้งหมด สาทร - ดากสิน 5.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้างาน
ทั้งหมด รัชวิภา พระราม 9 - รามคำแหง 4.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้างาน
ทั้งหมด ปันเกล้า - พระราม 5 และเขตพื้นที่อื่น ๆ 3.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้า
งานทั้งหมด พระราม 3 3.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้างานทั้งหมด พญาไท -
ปทุมวัน 1.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้างานทั้งหมด อ่อนนุช - วงแหวน 1.2%
ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งหัวหน้างานทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดต้องการให้โสมออฟฟิศอยู่
พระราม 3 26.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งบริหารอาวุโส / บริหารสูงสุดทั้งหมด
รองลงมาคือความต้องการในเขตพื้นที่ เกษตรนวมินทร์ 13.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่ง
บริหารอาวุโส / บริหารสูงสุดทั้งหมด พระราม 9 - รามคำแหง 11.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ
ตำแหน่งบริหารอาวุโส / บริหารสูงสุดทั้งหมด สุขุมวิท - โอโศก 10.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ
ตำแหน่งบริหารอาวุโส / บริหารสูงสุดทั้งหมด ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ และสาทร - ดากสิน 7.5%
ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งบริหารอาวุโส / บริหารสูงสุดทั้งหมด รัชดา - ห้วยขวาง
พหลโยธิน - อารีและเขตพื้นที่อื่น ๆ 5.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งบริหารอาวุโส /
บริหารสูงสุดทั้งหมด ลาดพร้าว - โชคชัย 4 3.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งบริหารอาวุโส
/ บริหารสูงสุดทั้งหมด พญาไท - ปทุมวันและรัตนวิเบศร์ - แคราย 2.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มี
ระดับตำแหน่งบริหารอาวุโส / บริหารสูงสุดทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ต้องการให้โสมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท -
โอโศกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งหัวหน้างานและตำแหน่งบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด
ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งหัวหน้างานต้องการให้โสมออฟฟิศอยู่รัชดา - ห้วยขวาง มากกว่า
กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่และตำแหน่งบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มี

ตำแหน่งบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่พระราม 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่และตำแหน่งหัวหน้างาน

ตารางที่ 4.33: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโฮมออฟฟิศ		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
รัชวิภา	Count	2	0	6	8
	% within	3.7%	0.0%	3.2%	2.9%
ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ	Count	8	5	12	25
	% within	14.8%	12.8%	6.5%	9.0%
ลาดพร้าว - โชคชัย 4	Count	3	7	16	26
	% within	5.6%	17.9%	8.6%	9.3%
พระราม 9 - รามคำแหง	Count	4	4	10	18
	% within	7.4%	10.3%	5.4%	6.5%
เกษตรนว มินทร์	Count	9	4	16	29
	% within	16.7%	10.3%	8.6%	10.4%
ปิ่นเกล้า - พระราม 5	Count	0	0	3	3
	% within	0.0%	0.0%	1.6%	1.1%
รัชดา - ห้วยขวาง	Count	4	9	24	37
	% within	7.4%	23.1%	12.9%	13.3%
พหลโยธิน - อารี	Count	9	4	9	22
	% within	16.7%	10.3%	4.8%	7.9%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.33(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโฮมออฟฟิศ		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
พระราม 3	Count	0	0	26	26
	% within	0.0%	0.0%	14.0%	9.3%
สาทร – ตากสิน	Count	3	4	17	24
	% within	4.6	3.4	16.0	24.0
อ่อนนุช - ว แหวน	Count	0	0	3	3
	% within	0.0%	0.0%	1.6%	1.1%
พญาไท - ปทุมวัน	Count	0	0	7	7
	% within	0.0%	0.0%	3.8%	2.5%
สุขุมวิท - อโศก	Count	10	0	32	42
	% within	18.5%	0.0%	17.2%	15.1%
รัตนวิเบศร์ - แคราย	Count	2	0	0	2
	% within	3.7%	0.0%	0.0%	0.7%
อื่น ๆ	Count	0	2	5	7
	% within	0.0%	5.1%	2.7%	2.5%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.33: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทของธุรกิจกับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท – อโศก 15.1% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า

ตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการทั้งหมด เขตพื้นที่อื่นๆ 2.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการทั้งหมด ปีนเกล้า - พระราม 5 และ อ่อนนุช - วงแหวน 1.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจออกแบบต้องการให้ โสมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท - อโศกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง และบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงต้องการให้ โสมออฟฟิศอยู่รัชดา - ห้วยขวาง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจออกแบบและบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการ และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการ ต้องการให้ โสมออฟฟิศอยู่พระราม 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจการออกแบบและบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง

ตารางที่ 4.34: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโสมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำ โสมออฟฟิศ		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงาน อิสระ	
รัชวิภา	Count	6	2	8
	% within	2.4%	2.7%	2.5%
ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ	Count	19	8	27
	% within	7.6%	11.0%	8.4%
ลาดพร้าว - โชคชัย 4	Count	20	6	26
	% within	8.0%	8.2%	8.0%
พระราม 9 - รามคำแหง	Count	22	5	27
	% within	8.8%	6.8%	8.4%
เกษตรนวมินทร์	Count	18	16	34
	% within	7.2%	21.9%	10.5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.34(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความ
ต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

ทำเลที่เหมาะสมแก่การทำโฮมออฟฟิศ		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงาน อิสระ	
ปิ่นเกล้า - พระราม 5	Count	4	2	6
	% within	1.6%	2.7%	1.9%
รัชดา - ห้วยขวาง	Count	38	5	43
	% within	15.2%	6.8%	13.3%
พหลโยธิน - อารี	Count	26	5	31
	% within	10.4%	6.8%	9.6%
พระราม 3	Count	14	9	23
	% within	5.6%	12.3%	7.1%
สาทร - ดากสิน	Count	28	5	33
	% within	11.2%	6.8%	10.2%
พญาไท - ปทุมวัน	Count	4	0	4
	% within	1.6%	0.0%	1.2%
สุขุมวิท - อโศก	Count	42	8	50
	% within	16.8%	11.0%	15.5%
รัตนธิเบศร์ - แคราย	Count	2	0	2
	% within	0.8%	0.0%	0.6%
อื่น ๆ	Count	7	2	9
	% within	2.8%	2.7%	2.8%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.34: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความถี่ความต้องการด้านทำเลที่ตั้งสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท – อโศก 15.5% และเมื่อพิจารณาตามลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท – อโศก 16.8% % ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมาคือความต้องการในเขตพื้นที่ รัชดา – ห้วยขวาง 15.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด สาทร – ดากลิน 11.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด พหลโยธิน – อารี 10.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด พระราม 9 – รามคำแหง 8.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ลาดพร้าว - โชคชัย 4 8.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ศรีนครินทร์ – พัฒนาการ 7.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด เกษตรนวมินทร์ 7.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด พระราม 3 5.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด เขตพื้นที่อื่นๆ 2.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รัชวิภา 2.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ปิ่นเกล้า - พระราม 5 และ พญาไท – ปทุมวัน 1.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รัตนาธิเบศร์ – แคราย 0.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่เกษตรนวมินทร์ 21.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมาคือความต้องการในเขตพื้นที่ พระราม 3 12.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ศรีนครินทร์ – พัฒนาการ และสุขุมวิท – อโศก 11.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ลาดพร้าว - โชคชัย 4 8.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด พระราม 9 – รามคำแหง รัชดา – ห้วยขวาง พหลโยธิน – อารี และสาทร – ดากลิน 6.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รัชวิภา ปิ่นเกล้า - พระราม 5 และเขตพื้นที่อื่นๆ 2.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.) ส่วนใหญ่ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่สุขุมวิท – อโศก มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ต้องการ โสมออฟฟิศอยู่เกษตรนวมินทร์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานเวลาทำงานปกติ (09.00 – 18.00 น.)

ตารางที่ 4.35: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการด้านรูปแบบ สำหรับทำโสมออฟฟิศ

รูปแบบของ โสมออฟฟิศที่ต้องการ		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
บ้านเดี่ยว	Count	41	31	72
	% within	24.0%	13.5%	18.0%
ตึกแถวอาคารพาณิชย์	Count	33	60	93
	% within	19.3%	26.2%	23.3%
อาคารสำนักงานเฉพาะ	Count	39	49	88
	% within	22.8%	21.4%	22.0%
ทาวน์โฮม	Count	58	89	147
	% within	33.9%	38.9%	36.8%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.35: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโสมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ โสมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 36.8% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่ต้องการ โสมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 33.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด รองลงมาต้องการ โสมออฟฟิศแบบบ้านเดี่ยว 24.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด แบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 22.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด แบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 19.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่ต้องการ โสมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 38.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด รองลงมาต้องการ โสมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 26.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด แบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 21.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 13.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายต้องการ โสมออฟฟิศแบบทาวน์โฮมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงต้องการ โสมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย

ตารางที่ 4.36: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโสมออฟฟิศ

รูปแบบของโสมออฟฟิศที่ต้องการ		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
บ้านเดี่ยว	Count	46	21	67
	% within	19.1%	14.9%	17.5%
ตึกแถวอาคารพาณิชย์	Count	59	29	88
	% within	24.5%	20.6%	23.0%
อาคารสำนักงานเฉพาะ	Count	58	28	86
	% within	24.1%	19.9%	22.5%
ทาวน์โฮม	Count	78	63	141
	% within	32.4%	44.7%	36.9%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.36: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโสมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ โสมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 36.9% และเมื่อพิจารณาด้านอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี ส่วนใหญ่ต้องการ โสมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 32.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมาต้องการ โสมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 24.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด แบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 24.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 19.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ต้องการ โสมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 44.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมาต้องการ โสมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์

20.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด แบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 19.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 14.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี ต้องการ โสมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ต้องการ โสมออฟฟิศแบบทาวน์โฮมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.37: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโสมออฟฟิศ

รูปแบบของโสมออฟฟิศที่ต้องการ		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	
บ้านเดี่ยว	Count	23	27	22	72
	% within	19.7%	15.9%	19.5%	18.0%
ตึกแถวอาคาร พาณิชย์	Count	21	46	26	93
	% within	17.9%	27.1%	23.0%	23.3%
อาคารสำนักงาน เฉพาะ	Count	26	39	23	88
	% within	22.2%	22.9%	20.4%	22.0%
ทาวน์โฮม	Count	47	58	42	147
	% within	40.2%	34.1%	37.2%	36.8%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.37: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ โฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 36.8% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ต้องการ โฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 40.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด รองลงมา ต้องการโฮมออฟฟิศแบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 22.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 19.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด แบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 17.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทส่วนใหญ่ต้องการ โฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 34.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท รองลงมาต้องการ โฮมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 27.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท แบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 22.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท แบบบ้านเดี่ยว 15.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ต้องการ โฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 37.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รองลงมาต้องการ โฮมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 23.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด แบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 20.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 19.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท ต้องการโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท ต้องการโฮมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.38: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

รูปแบบของโฮมออฟฟิศที่ต้องการ		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
บ้านเดี่ยว	Count	51	14	65
	% within	18.7%	12.3%	16.8%
ตึกแถวอาคารพาณิชย์	Count	66	24	90
	% within	24.2%	21.1%	23.3%
อาคารสำนักงานเฉพาะ	Count	59	26	85
	% within	21.6%	22.8%	22.0%
ทาวน์โฮม	Count	97	50	147
	% within	35.5%	43.9%	38.0%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.38: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 38.0% และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีต้องการโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 35.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาต้องการโฮมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 24.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด แบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 21.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 18.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีต้องการโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 43.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาต้องการโฮมออฟฟิศแบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 22.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด แบบอาคารพาณิชย์ 21.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 12.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีต้องการ โสมออฟฟิศแบบ ตึกแถวอาคารพาณิชย์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่ม ตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีต้องการ โสมออฟฟิศแบบทาวน์โฮมมากกว่ากลุ่ม ตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.39: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความต้องการด้าน รูปแบบสำหรับทำโสมออฟฟิศ

รูปแบบของ โสมออฟฟิศที่ ต้องการ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับ เจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
บ้านเดี่ยว	Count	27	31	14	72
	% within	17.1%	19.1%	17.5%	18.0%
ตึกแถวอาคาร พาณิชย์	Count	40	35	18	93
	% within	25.3%	21.6%	22.5%	23.3%
อาคาร สำนักงาน เฉพาะ	Count	40	26	22	88
	% within	25.3%	16.0%	27.5%	22.0%
ทาวน์โฮม	Count	51	70	26	147
	% within	32.3%	43.2%	32.5%	36.8%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.39: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความ ต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโสมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการโสมออฟฟิศแบบ ทาวน์โฮม 36.8% และเมื่อพิจารณาด้านระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตำแหน่งเจ้าหน้าที่ที่ต้องการ โสมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 32.3% ของ กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมาต้องการโสมออฟฟิศแบบตึกแถว

อาคารพาณิชย์และแบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 25.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 17.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานต้องการโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 43.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด รองลงมาต้องการโฮมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 21.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 19.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด แบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 16.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดต้องการโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 32.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด รองลงมาต้องการโฮมออฟฟิศแบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 27.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด แบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 22.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 17.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ต้องการโฮมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์และแบบอาคารสำนักงานเฉพาะมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานและระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานต้องการโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานและระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดต้องการโฮมออฟฟิศแบบอาคารสำนักงานเฉพาะมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่และระดับหัวหน้างาน

ตารางที่ 4.40: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

รูปแบบของโฮมออฟฟิศที่ต้องการ		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
บ้านเดี่ยว	Count	10	4	33	47
	% within	18.5%	10.3%	17.7%	16.8%
ตึกแถวอาคาร พาณิชย์	Count	11	4	58	73
	% within	20.4%	10.3%	31.2%	26.2%
อาคารสำนักงาน เฉพาะ	Count	13	16	28	57
	% within	24.1%	41.0%	15.1%	20.4%
ทาวน์โฮม	Count	20	15	67	102
	% within	37.0%	38.5%	36.0%	36.6%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.40: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความ
ต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ โฮมออฟฟิศแบบ
ทาวน์โฮม 36.6% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบต้องการ โฮมออฟฟิศแบบทาวน์
โฮม 37.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด รองลงมา
ต้องการ โฮมออฟฟิศแบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 24.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท
เกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด แบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 20.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ใน
บริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 18.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ใน
บริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงส่วนใหญ่ต้องการ โฮมออฟฟิศแบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 41.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด รองลงมาต้องการ โฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 38.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยวและแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 10.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการต้องการ โฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 36.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด รองลงมาต้องการ โฮมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 31.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 17.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมดแบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 15.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบต้องการ โฮมออฟฟิศแบบบ้านเดี่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงและบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงต้องการ โฮมออฟฟิศแบบอาคารสำนักงานเฉพาะมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบและบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการต้องการ โฮมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบและบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง

ตารางที่ 4.41: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

รูปแบบของโฮมออฟฟิศที่ต้องการ		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
บ้านเดี่ยว	Count	46	9	55
	% within	18.4%	12.3%	17.0%
ตึกแถวอาคารพาณิชย์	Count	68	9	77
	% within	27.2%	12.3%	23.8%
อาคารสำนักงานเฉพาะ	Count	55	18	73
	% within	22.0%	24.7%	22.6%
ทาวน์โฮม	Count	81	37	118
	% within	32.4%	50.7%	36.5%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.41: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความต้องการด้านรูปแบบสำหรับทำโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 36.5% และเมื่อพิจารณาตามลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ต้องการโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 32.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมาต้องการโฮมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 27.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด แบบอาคารสำนักงานเฉพาะ 22.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยว 18.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระต้องการโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม 50.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมาต้องการโฮมออฟฟิศแบบ

อาคารสำนักงานเฉพาะ 24.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด แบบบ้านเดี่ยวและแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ 12.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ต้องการโฮมออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระต้องการ โฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

ตารางที่ 4.42: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับประโยชน์ของโฮมออฟฟิศ

ประโยชน์ของโฮมออฟฟิศ		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
เพื่อทำงานเป็นหลัก	Count	117	174	291
	% within	68.4%	76.0%	72.8%
เพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก	Count	43	33	76
	% within	25.1%	14.4%	19.0%
อื่นๆ	Count	11	22	33
	% within	6.4%	9.6%	8.3%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.42: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับประโยชน์ของโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการใช้โฮมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 72.8% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายต้องการใช้โฮมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 68.4% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โฮมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 25.1% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 6.4% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงต้องการใช้โฮมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 76.0% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โฮมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่ออยู่อาศัยเป็น

หลัก 14.4% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 9.6% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลักมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลักมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.43: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับประโยชน์ของโสมออฟฟิศ

ประโยชน์ของโสมออฟฟิศ		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	
เพื่อทำงานเป็นหลัก	Count	176	99	275
	% within	73.0%	70.2%	72.0%
เพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก	Count	45	29	74
	% within	18.7%	20.6%	19.4%
อื่นๆ	Count	20	13	33
	% within	8.3%	9.2%	8.6%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.43: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับประโยชน์ของโสมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 72.0% และเมื่อพิจารณาตามอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี ต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 73.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 18.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 8.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 70.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 20.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 9.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.44: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับประโยชน์ของโสมออฟฟิศ

		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	
เพื่อทำงานเป็น หลัก	Count	79	128	84	291
	% within	67.5%	75.3%	74.3%	72.8%
เพื่ออยู่อาศัยเป็น หลัก	Count	29	32	15	76
	% within	24.8%	18.8%	13.3%	19.0%
อื่นๆ	Count	9	10	14	33
	% within	7.7%	5.9%	12.4%	8.3%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.44: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับประโยชน์ของ โสมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 72.8% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท ต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 67.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท ทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 24.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท ทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 7.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท ต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลัก 75.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟ

ฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 24.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 7.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ต้องการใช้โฮมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลัก 74.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โฮมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 13.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 12.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทต้องการใช้โฮมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทต้องการใช้โฮมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปต้องการใช้โฮมออฟฟิศเพื่อประโยชน์อื่นๆ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท

ตารางที่ 4.45: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับประโยชน์ของโฮมออฟฟิศ

ประโยชน์ของโฮมออฟฟิศ		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
เพื่อทำงานเป็นหลัก	Count	203	82	285
	% within	74.4%	71.9%	73.6%
เพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก	Count	50	24	74
	% within	18.3%	21.1%	19.1%
อื่นๆ	Count	20	8	28
	% within	7.3%	7.0%	7.2%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.45: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับประโยชน์ของ โฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการใช้โฮมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 73.6% และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีต้องการใช้โฮมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 74.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โฮมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 18.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 7.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีต้องการใช้โฮมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 71.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โฮมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 21.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 7.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีต้องการใช้โฮมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีต้องการใช้โฮมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.46: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับประโยชน์ของโฮมออฟฟิศ

ประโยชน์ของโฮมออฟฟิศ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/หัวหน้างาน	ระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด	
เพื่อทำงานเป็นหลัก	Count	120	111	60	291
	% within	75.9%	68.5%	75.0%	72.8%
เพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก	Count	26	40	10	76
	% within	16.5%	24.7%	12.5%	19.0%
อื่นๆ	Count	12	11	10	33
	% within	7.6%	6.8%	12.5%	8.3%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.46: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับประโยชน์ของ โสมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 72.8% และเมื่อพิจารณาด้านระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 75.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 16.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 7.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 68.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 24.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 6.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 75.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลักและเพื่อประโยชน์อื่น ๆ 12.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่อประโยชน์อื่นๆ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างาน

ตารางที่ 4.47: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับประโยชน์ของ โสมออฟฟิศ

ประโยชน์ของโสมออฟฟิศ		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
เพื่อทำงานเป็น หลัก	Count	34	24	142	200
	% within	63.0%	61.5%	76.3%	71.7%
เพื่ออยู่อาศัยเป็น หลัก	Count	18	15	26	59
	% within	33.3%	38.5%	14.0%	21.1%
อื่นๆ	Count	2	0	18	20
	% within	3.7%	.0%	9.7%	7.2%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.47: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับประโยชน์ของ โสมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 71.7% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 63.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 33.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 3.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลัก 61.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 38.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการต้องการใช้ โสมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลัก 76.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 14.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 9.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจการออกแบบและบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ

ตารางที่ 4.48: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับประโยชน์ของโสมออฟฟิศ

ประโยชน์ของโสมออฟฟิศ		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
เพื่อทำงานเป็นหลัก	Count	184	51	235
	% within	73.6%	69.9%	72.8%
เพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก	Count	44	16	60
	% within	17.6%	21.9%	18.6%
อื่นๆ	Count	22	6	28
	% within	8.8%	8.2%	8.7%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.48: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับประโยชน์ของ โสมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 72.8% และเมื่อพิจารณาด้านลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 73.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)ทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 17.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)ทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 8.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลัก 69.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก 21.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด เพื่อประโยชน์อื่นๆ 8.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ต้องการใช้โสมออฟฟิศเป็นสถานที่เพื่อทำงานเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระต้องการใช้โสมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

5.2 ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานกับความต้องการด้านกิจกรรมของผู้ใช้งาน

5.2.1 ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานกับความต้องการด้านพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ตารางที่ 4.49: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ลักษณะพื้นที่ของส่วนต้อนรับ		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
ใช้ติดต่ออย่างเดียว	Count	22	14	36
	% within	12.9%	6.1%	9.0%
ใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย	Count	149	215	364
	% within	87.1%	93.9%	91.0%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.49: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อ และมีส่วนนั่งคอย 91.0% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 87.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด รองลงมาต้องการแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 12.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 93.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด รองลงมาต้องการใช้ติดต่ออย่างเดียว 6.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.50: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ลักษณะพื้นที่ของส่วนต้อนรับ		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
ใช้ติดต่ออย่างเดียว	Count	18	16	34
	% within	7.5%	11.3%	8.9%
ใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย	Count	223	125	348
	% within	92.5%	88.7%	91.1%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.50: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อ และมีส่วนนั่งคอย 91.1% และเมื่อพิจารณาด้านอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี ต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 92.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมาต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 7.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 88.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมาต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 11.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.51: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ลักษณะพื้นที่ของส่วนต้อนรับ		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
ใช้ติดต่ออย่างเดียว	Count	6	23	7	36
	% within	5.1%	13.5%	6.2%	9.0%
ใช้ติดต่อและมี ส่วนนั่งคอย	Count	111	147	106	364
	% within	94.9%	86.5%	93.8%	91.0%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.51: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 91.0% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท ต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 94.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด รองลงมาต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 5.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า

10,000 – 20,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท ต้องการโฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วน
นั่งคอย 86.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รองลงมาต้องการ โฮมออฟ
ฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 13.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด
ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปต้องการ โฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมี
ส่วนนั่งคอย 93.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รองลงมา
ต้องการ โฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 6.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท
ขึ้นไปทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท ต้องการโฮมออฟ
ฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 และกลุ่ม
ตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000
บาท ต้องการ โฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000-
20,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.52: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความต้องการด้าน
ลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ลักษณะพื้นที่ของส่วนต้อนรับ		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ใช้ติดต่ออย่างเดียว	Count	21	13	34
	% within	7.7%	11.4%	8.8%
ใช้ติดต่อและมีส่วน นั่งคอย	Count	252	101	353
	% within	92.3%	88.6%	91.2%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.52: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความ
ต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ โฮมออฟฟิศแบบ
ใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 91.2% และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ต้องการโฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วน
นั่งคอย 92.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาต้องการโฮมออฟ
ฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 7.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ต้องการโฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมี
ส่วนนั่งคอย 88.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมา
ต้องการโฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 11.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับ
ปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีต้องการโฮมออฟฟิศแบบใช้
ติดต่อและมีส่วนนั่งคอยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่ม
ตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีต้องการโฮมออฟฟิศแบบติดต่ออย่างเดียวมากกว่ากลุ่ม
ตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.53: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความต้องการด้าน
ลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ลักษณะพื้นที่ของส่วนต้อนรับ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับ เจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
ใช้ติดต่ออย่าง เดียว	Count	8	18	10	36
	% within	5.1%	11.1%	12.5%	9.0%
ใช้ติดต่อและมี ส่วนนั่งคอย	Count	150	144	70	364
	% within	94.9%	88.9%	87.5%	91.0%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.53: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความ
ต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการโฮมออฟฟิศแบบ
ใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 91.0% และเมื่อพิจารณาตามระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ ต้องการโสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วน
นั่งคอย 94.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมาต้องการโสมออฟ
ฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 5.1% ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานต้องการโสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วน
นั่งคอย 88.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด รองลงมาต้องการโ
มออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 11.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด
ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดต้องการโสมออฟฟิศแบบใช้
ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 87.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด
ทั้งหมด รองลงมาต้องการโสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 12.5% กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานใน
ระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ ต้องการโสมออฟฟิศแบบ
ใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานและกลุ่มตัวอย่างที่
ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหาร
อาวุโส/บริหารสูงสุดต้องการโสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงาน
ในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างาน

ตารางที่ 4.54: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ลักษณะพื้นที่ของส่วนต้อนรับ		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
ใช้ติดต่ออย่าง เดียว	Count % within	4 7.4%	4 10.3%	11 5.9%	19 6.8%
ใช้ติดต่อและมี ส่วนนั่งคอย	Count % within	50 92.6%	35 89.7%	175 94.1%	260 93.2%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.54: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความ
ต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการโฮมออฟฟิศแบบ
ใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 93.2% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบต้องการโฮมออฟฟิศแบบใช้
ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 92.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบ
ทั้งหมด รองลงมาต้องการโฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 7.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงาน
อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงต้องการโฮมออฟฟิศแบบใช้
ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 89.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง
ทั้งหมด รองลงมาต้องการโฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 10.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงาน
อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการต้องการ
โฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 94.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจ
ขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด รองลงมาต้องการโฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว 5.9%
ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อย่างเดียวนั้นมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบ และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง

ตารางที่ 4.55: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ลักษณะพื้นที่ของส่วนต้อนรับ		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงาน อิสระ	
ใช้ติดต่อย่างเดียว	Count	14	11	25
	% within	5.6%	15.1%	7.7%
ใช้ติดต่อและมีส่วน นั่งคอย	Count	236	62	298
	% within	94.4%	84.9%	92.3%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.55: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความต้องการด้านลักษณะของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 92.3% และเมื่อพิจารณาด้านลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 94.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมาต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อย่างเดียว 5.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานเวลาทำงานอิสระต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย 84.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมาต้องการ โสมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อย่างเดียว 15.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ต้องการโฮมออฟฟิศแบบใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระต้องการ โฮมออฟฟิศใช้ติดต่ออย่างเดียวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น)

ตารางที่ 4.56: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
ภาพที่ 1	Count	71	74	145
	% within	41.5%	32.3%	36.3%
ภาพที่ 2	Count	42	58	100
	% within	24.6%	25.3%	25.0%
ภาพที่ 3	Count	58	97	155
	% within	33.9%	42.4%	38.8%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.56: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 38.8% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 41.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 3 33.9% กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 24.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 42.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 1 32.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 25.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วน
ต้อนรับในภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับในภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.57: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบในบรรยากาศ
โดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ภาพบรรยากาศโดยรวมของ พื้นที่ส่วนต้อนรับ		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	
ภาพที่ 1	Count	95	48	143
	% within	39.4%	34.0%	37.4%
ภาพที่ 2	Count	72	25	97
	% within	29.9%	17.7%	25.4%
ภาพที่ 3	Count	74	68	142
	% within	30.7%	48.2%	37.2%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.57: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบใน
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบในบรรยากาศ
โดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 37.4% และเมื่อพิจารณาด้านอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1
39.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 3 30.7% ของ
กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 29.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20
– 30 ปีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3
48.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 1 34.0% ของ
กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 17.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31
– 40 ปีทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับในภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับในภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.58: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
ภาพที่ 1	Count	35	67	43	145
	% within	29.9%	39.4%	38.1%	36.3%
ภาพที่ 2	Count	24	45	31	100
	% within	20.5%	26.5%	27.4%	25.0%
ภาพที่ 3	Count	58	58	39	155
	% within	49.6%	34.1%	34.5%	38.8%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.58: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 38.8% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 49.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่รายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 1 29.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่รายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 20.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่รายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 39.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รองลงมาชอบ

บรรยากาศภาพที่ 3 34.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด ชอบ

บรรยากาศภาพที่ 2 26.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วน
ต้อนรับภาพที่ 1 38.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาททั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 3 34.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาททั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่
2 27.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาททั้งหมด

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท ในขณะที่
กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับในภาพ
ที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับในภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่ม
ตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท
ขึ้นไป

ตารางที่ 4.59: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบในบรรยากาศ
โดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ภาพบรรยากาศโดยรวมของ พื้นที่ส่วนต้อนรับ		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ภาพที่ 1	Count	93	49	142
	% within	34.1%	43.0%	36.7%
ภาพที่ 2	Count	75	23	98
	% within	27.5%	20.2%	25.3%
ภาพที่ 3	Count	105	42	147
	% within	38.5%	36.8%	38.0%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.59: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 38.0% และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 38.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 1 34.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 27.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 43.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 3 36.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 20.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับในภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับในภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.60: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/หัวหน้างาน	ระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด	
ภาพที่ 1	Count	44	71	30	145
	% within	27.8%	43.8%	37.5%	36.3%
ภาพที่ 2	Count	39	33	28	100
	% within	24.7%	20.4%	35.0%	25.0%
ภาพที่ 3	Count	75	58	22	155
	% within	47.5%	35.8%	27.5%	38.8%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.60(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/หัวหน้างาน	ระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด	
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.60: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 38.8%% และเมื่อพิจารณาด้านระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 47.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 1 27.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 24.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 43.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 35.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 20.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 37.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 2 35.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 3 27.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับในภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานและระดับ

บริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่และระดับผู้บริหารอาวุโส/ผู้บริหารสูงสุด และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับในภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างาน

ตารางที่ 4.61: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
ภาพที่ 1	Count	29	20	52	101
	% within	53.7%	51.3%	28.0%	36.2%
ภาพที่ 2	Count	11	9	45	65
	% within	20.4%	23.1%	24.2%	23.3%
ภาพที่ 3	Count	14	10	89	113
	% within	25.9%	25.6%	47.8%	40.5%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.61: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 40.5% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทของธุรกิจพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 53.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 3 25.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับ

การออกแบบทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 20.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท
เกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงชอบบรรยากาศโดยรวมของ
พื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 51.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง
ทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 3 25.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับ
ธุรกิจบันเทิงทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 23.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท
เกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 47.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท
เกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 1 28.0% ของกลุ่ม
ตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด ชอบบรรยากาศ
ภาพที่ 2 24.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ
ทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับในภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท
เกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจ
บริการ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและบริการชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับในภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท
เกี่ยวกับการออกแบบและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจ
บริการ

ตารางที่ 4.62: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
ภาพที่ 1	Count	86	42	128
	% within	34.4%	57.5%	39.6%
ภาพที่ 2	Count	61	10	71
	% within	24.4%	13.7%	22.0%
ภาพที่ 3	Count	103	21	124
	% within	41.2%	28.8%	38.4%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.62: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบในบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 39.6% และเมื่อพิจารณาถึงลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 41.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 1 34.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 24.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 57.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมาชอบบรรยากาศภาพที่ 3 28.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ชอบบรรยากาศภาพที่ 2 13.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

ตารางที่ 4.63: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

แสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
ภาพที่ 1	Count	51	49	100
	% within	29.8%	21.4%	25.0%
ภาพที่ 2	Count	38	70	108
	% within	22.2%	30.6%	27.0%
ภาพที่ 3	Count	82	110	192
	% within	48.0%	48.0%	48.0%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.63: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 48.0% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 48.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 29.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 22.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 48.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 30.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 21.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.64: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

แสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	
ภาพที่ 1	Count	67	33	100
	% within	27.8%	23.4%	26.2%
ภาพที่ 2	Count	65	38	103
	% within	27.0%	27.0%	27.0%
ภาพที่ 3	Count	109	70	179
	% within	45.2%	49.6%	46.9%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.64: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 48.0% และเมื่อพิจารณาด้านอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 45.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 27.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 27.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 49.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 27.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 23.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วน
ต้อนรับภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี มี
ความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.65: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของแสงในพื้นที่
ส่วนต้อนรับ

แสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
ภาพที่ 1	Count	23	50	27	100
	% within	19.7%	29.4%	23.9%	25.0%
ภาพที่ 2	Count	32	36	40	108
	% within	27.4%	21.2%	35.4%	27.0%
ภาพที่ 3	Count	62	84	46	192
	% within	53.0%	49.4%	40.7%	48.0%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.65: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบ
ของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วน
ต้อนรับภาพที่ 3 48.0% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วน
ต้อนรับภาพที่ 3 53.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด รองลงมา
มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 27.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า
10,000 – 20,000 บาททั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 19.7% ของกลุ่ม
ตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพ
ที่ 3 49.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสง

ในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 29.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 21.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 40.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 35.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 23.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท

ตารางที่ 4.66: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

แสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ภาพที่ 1	Count	77	19	96
	% within	28.2%	16.7%	24.8%
ภาพที่ 2	Count	73	32	105
	% within	26.7%	28.1%	27.1%
ภาพที่ 3	Count	123	63	186
	% within	45.1%	55.3%	48.1%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.66: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 48.1% และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 45.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 28.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 26.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 55.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 28.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 16.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.67: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

แสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/หัวหน้างาน	ระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด	
ภาพที่ 1	Count	41	31	28	100
	% within	25.9%	19.1%	35.0%	25.0%
ภาพที่ 2	Count	42	36	30	108
	% within	26.6%	22.2%	37.5%	27.0%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.67(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

แสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/หัวหน้างาน	ระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด	
ภาพที่ 3	Count	75	95	22	192
	% within	47.5%	58.6%	27.5%	48.0%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.67: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 48.0% และเมื่อพิจารณาตามระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ที่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 47.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 26.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 25.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 58.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 22.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 19.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 37.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 35.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วน

ต้อนรับภาพที่ 3 27.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด ทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 และภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างาน

ตารางที่ 4.68: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

แสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการ	
ภาพที่ 1	Count	17	12	41	70
	% within	31.5%	30.8%	22.0%	25.1%
ภาพที่ 2	Count	8	10	50	68
	% within	14.8%	25.6%	26.9%	24.4%
ภาพที่ 3	Count	29	17	95	141
	% within	53.7%	43.6%	51.1%	50.5%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.68: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 50.5% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 53.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด

ตารางที่ 4.69: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

แสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
ภาพที่ 1	Count	58	30	88
	% within	23.2%	41.1%	27.2%
ภาพที่ 2	Count	63	11	74
	% within	25.2%	15.1%	22.9%
ภาพที่ 3	Count	129	32	161
	% within	51.6%	43.8%	49.8%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.69: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 49.8% และเมื่อพิจารณาตามลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 51.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 25.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 23.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 43.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 41.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 15.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน

อิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วน
ต้อนรับภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

ตารางที่ 4.70: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของวัสดุในพื้นที่
ส่วนต้อนรับ

วัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
ภาพที่ 1	Count	68	80	148
	% within	39.8%	34.9%	37.0%
ภาพที่ 2	Count	50	64	114
	% within	29.2%	27.9%	28.5%
ภาพที่ 3	Count	53	85	138
	% within	31.0%	37.1%	34.5%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.70: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของ
วัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ
ภาพที่ 1 37.0% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 39.8% ของ
กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3
31.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2
29.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 37.1% ของ
กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1
34.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2
27.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.71: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

วัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
ภาพที่ 1	Count	102	42	144
	% within	42.3%	29.8%	37.7%
ภาพที่ 2	Count	72	39	111
	% within	29.9%	27.7%	29.1%
ภาพที่ 3	Count	67	60	127
	% within	27.8%	42.6%	33.2%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.71: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 37.7% และเมื่อพิจารณาด้านอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 42.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 29.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 27.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 42.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 29.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 27.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31– 40 ปีทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วน
ต้อนรับภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี มี
ความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.72: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของวัสดุในพื้นที่
ส่วนต้อนรับ

วัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
ภาพที่ 1	Count	39	68	41	148
	% within	33.3%	40.0%	36.3%	37.0%
ภาพที่ 2	Count	29	47	38	114
	% within	24.8%	27.6%	33.6%	28.5%
ภาพที่ 3	Count	49	55	34	138
	% within	41.9%	32.4%	30.1%	34.5%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.72: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบ
ของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วน
ต้อนรับ ภาพที่ 1 37.0% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วน
ต้อนรับ ภาพที่ 3 41.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด
รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 33.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อย
กว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 24.8% ของ
กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ
ภาพที่ 1 40.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความชอบของ

วัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 32.4 % ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท ทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 27.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 36.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 33.6 % ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 30.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.73: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

วัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ภาพที่ 1	Count	101	44	145
	% within	37.0%	38.6%	37.5%
ภาพที่ 2	Count	82	29	111
	% within	30.0%	25.4%	28.7%
ภาพที่ 3	Count	90	41	131
	% within	33.0%	36.0%	33.9%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.73: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 37.5% และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 37.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 33.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 30.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 38.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 36.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 25.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 และภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.74: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

วัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/หัวหน้างาน	ระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด	
ภาพที่ 1	Count	47	69	32	148
	% within	29.7%	42.6%	40.0%	37.0%
ภาพที่ 2	Count	48	38	28	114
	% within	30.4%	23.5%	35.0%	28.5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.74(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

วัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับ เจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
ภาพที่ 3	Count	63	55	20	138
	% within	39.9%	34.0%	25.0%	34.5%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.74: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 37.0% และเมื่อพิจารณาตามระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ที่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 39.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 30.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 29.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 42.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 34.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 23.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 40.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 35.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วน

ต้อนรับ ภาพที่ 3 25.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ที่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานและระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่และระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างาน

ตารางที่ 4.75: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

วัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
ภาพที่ 1	Count	34	13	54	101
	% within	63.0%	33.3%	29.0%	36.2%
ภาพที่ 2	Count	13	18	49	80
	% within	24.1%	46.2%	26.3%	28.7%
ภาพที่ 3	Count	7	8	83	98
	% within	13.0%	20.5%	44.6%	35.1%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.76: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

วัสดุในพื้นที่ส่วน ต้อนรับ		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
ภาพที่ 1	Count	87	42	129
	% within	34.8%	57.5%	39.9%
ภาพที่ 2	Count	74	11	85
	% within	29.6%	15.1%	26.3%
ภาพที่ 3	Count	89	20	109
	% within	35.6%	27.4%	33.7%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.76: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 39.9% และเมื่อพิจารณาตามลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 35.6 % ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 34.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 29.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 1 57.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 3 27.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับ ภาพที่ 2 15.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 2 และภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตาม

เวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

ตารางที่ 4.77: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
เก้าอี้ไม่มีพนักพิง	Count	4	4	8
	% within	2.3%	1.7%	2.0%
เก้าอี้มีพนักพิง	Count	95	118	213
	% within	55.6%	51.5%	53.3%
โซฟา	Count	72	103	175
	% within	42.1%	45.0%	43.8%
ระบู่	Count	0	4	4
	% within	0.0%	1.7%	1.0%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.77: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 53.3% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 55.6% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด รองลงมามีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟา 42.1% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้ไม่มีพนักพิง 2.3% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 51.5% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด รองลงมามีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟา 45.0% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้ไม่มีพนักพิงและแบบอื่นๆ 1.7% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของชุดเก๋อู้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก๋อู้มีพนักพิงมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของชุดเก๋อู้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.78: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของชุดเก๋อู้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ชุดเก๋อู้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	
เก๋อู้ไม่มีพนักพิง	Count	7	1	8
	% within	2.9%	0.7%	2.1%
เก๋อู้มีพนักพิง	Count	117	83	200
	% within	48.5%	58.9%	52.4%
โซฟา	Count	117	53	170
	% within	48.5%	37.6%	44.5%
ระบู่	Count	0	4	4
	% within	.0%	2.8%	1.0%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.78: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของชุดเก๋อู้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของชุดเก๋อู้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก๋อู้มีพนักพิง 52.4% และเมื่อพิจารณาด้านอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบของชุดเก๋อู้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก๋อู้มีพนักพิงและแบบโซฟา 48.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของชุดเก๋อู้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก๋อู้ไม่มีพนักพิง 2.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความชอบของชุดเก๋อู้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก๋อู้มีพนักพิง 58.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของชุดเก๋อู้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟา 37.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด มีความชอบของชุด

เก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบอื่นๆ 2.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้ไม่มีพนักพิง 0.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิงมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.79: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
เก้าอี้ไม่มีพนัก พิง	Count	3	5	0	8
	% within	2.6%	2.9%	.0%	2.0%
เก้าอี้มีพนักพิง	Count	68	77	68	213
	% within	58.1%	45.3%	60.2%	53.3%
โซฟา	Count	46	86	43	175
	% within	39.3%	50.6%	38.1%	43.8%
ระบู่	Count	0	2	2	4
	% within	0.0%	1.2%	1.8%	1.0%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.79: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 53.3% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

ตารางที่ 4.80: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
เก้าอี้ไม่มีพนักพิง	Count	7	0	7
	% within	2.6%	0.0%	1.8%
เก้าอี้มีพนักพิง	Count	150	58	208
	% within	54.9%	50.9%	53.7%
โซฟา	Count	112	56	168
	% within	41.0%	49.1%	43.4%
ระบู่	Count	4	0	4
	% within	1.5%	0.0%	1.0%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.80: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 53.7% และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 54.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟา 41.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้ไม่มีพนักพิง 2.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบอื่นๆ 1.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 50.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟา 49.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิงมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.81: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/หัวหน้างาน	ระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด	
เก้าอี้ไม่มีพนักพิง	Count	3	4	1	8
	% within	1.9%	2.5%	1.3%	2.0%
เก้าอี้มีพนักพิง	Count	79	80	54	213
	% within	50.0%	49.4%	67.5%	53.3%
โซฟา	Count	76	76	23	175
	% within	48.1%	46.9%	28.8%	43.8%
ระบู่	Count	0	2	2	4
	% within	0.0%	1.2%	2.5%	1.0%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.81: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 53.3% และเมื่อพิจารณาตามระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ที่มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 50.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟา 48.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานใน

ตารางที่ 4.82: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
เก้าอี้ไม่มี พนักพิง	Count % within	3 5.6%	2 5.1%	0 .0%	5 1.8%
เก้าอี้มีพนัก พิง	Count % within	25 46.3%	19 48.7%	109 58.6%	153 54.8%
โซฟา	Count % within	24 44.4%	18 46.2%	75 40.3%	117 41.9%
ระบู่	Count % within	2 3.7%	0 0.0%	2 1.1%	4 1.4%
Total	Count % within	54 100.0%	39 100.0%	186 100.0%	279 100.0%

จากตารางที่ 4.82: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 54.8% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบมีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 46.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟา 44.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้ไม่มีพนักพิง 5.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบอื่นๆ 3.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมดตามลำดับ

ตารางที่ 4.83: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ

ชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
เก้าอี้ไม่มี พนักพิง	Count	4	2	6
	% within	1.6%	2.7%	1.9%
เก้าอี้มีพนัก พิง	Count	146	30	176
	% within	58.4%	41.1%	54.5%
โซฟา	Count	96	41	137
	% within	38.4%	56.2%	42.4%
ระบู่	Count	4	0	4
	% within	1.6%	0.0%	1.2%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.83: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 54.5% และเมื่อพิจารณาด้านลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 58.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟา 38.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้ไม่มีพนักพิงและแบบอื่น ๆ 1.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟา 56.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิง 41.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่

ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้ไม่มีพนักพิง 2.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบเก้าอี้มีพนักพิงมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบโซฟามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

5.2.2 ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานกับความต้องการด้านพื้นที่ส่วนทำงาน

ตารางที่ 4.84: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
ภาพที่ 1	Count	89	122	211
	% within	52.0%	53.3%	52.8%
ภาพที่ 2	Count	30	55	85
	% within	17.5%	24.0%	21.3%
ภาพที่ 3	Count	52	52	104
	% within	30.4%	22.7%	26.0%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.84: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 52.8% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 52.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 30.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด มีความชอบของ

บรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 17.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 53.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 24.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 22.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย

ตารางที่ 4.85: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
ภาพที่ 1	Count	124	76	200
	% within	51.5%	53.9%	52.4%
ภาพที่ 2	Count	52	32	84
	% within	21.6%	22.7%	22.0%
ภาพที่ 3	Count	65	33	98
	% within	27.0%	23.4%	25.7%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.85: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 52.4% และเมื่อพิจารณาตามอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 51.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของบรรยากาศ

โดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 27.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 21.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 53.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 23.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 22.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 และภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.86: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
ภาพที่ 1	Count	65	98	48	211
	% within	55.6%	57.6%	42.5%	52.8%
ภาพที่ 2	Count	30	34	21	85
	% within	25.6%	20.0%	18.6%	21.3%
ภาพที่ 3	Count	22	38	44	104
	% within	18.8%	22.4%	38.9%	26.0%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.87: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ภาพที่ 1	Count	151	52	203
	% within	55.3%	45.6%	52.5%
ภาพที่ 2	Count	63	18	81
	% within	23.1%	15.8%	20.9%
ภาพที่ 3	Count	59	44	103
	% within	21.6%	38.6%	26.6%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.87: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 52.5% และเมื่อพิจารณาการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 55.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 23.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 21.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 45.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 38.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 45.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.88: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/หัวหน้างาน	ระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด	
ภาพที่ 1	Count	83	95	33	211
	% within	52.5%	58.6%	41.3%	52.8%
ภาพที่ 2	Count	35	31	19	85
	% within	22.2%	19.1%	23.8%	21.3%
ภาพที่ 3	Count	40	36	28	104
	% within	25.3%	22.2%	35.0%	26.0%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.88: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 52.8% และเมื่อพิจารณาด้านระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 52.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 25.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 22.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 58.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมด

รองลงมา มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 22.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 19.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 41.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 35.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 23.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างาน

ตารางที่ 4.89: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจ บริการ	
ภาพที่ 1	Count	31	21	101	153
	% within	57.4%	53.8%	54.3%	54.8%
ภาพที่ 2	Count	8	9	36	53
	% within	14.8%	23.1%	19.4%	19.0%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.89(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

บรรยากาศโดยรวมของ พื้นที่ส่วนทำงาน		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจ บริการ	
ภาพที่ 3	Count	15	9	49	73
	% within	27.8%	23.1%	26.3%	26.2%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.89: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 54.8% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 57.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 27.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 14.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 53.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 และภาพที่ 3 23.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 54.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของ

บรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 26.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 19.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบมีความชอบบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงมีความชอบบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ

ตารางที่ 4.90: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
ภาพที่ 1	Count	134	37	171
	% within	53.6%	50.7%	52.9%
ภาพที่ 2	Count	47	15	62
	% within	18.8%	20.5%	19.2%
ภาพที่ 3	Count	69	21	90
	% within	27.6%	28.8%	27.9%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.90: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 53.6% และเมื่อพิจารณาด้านลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 53.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 27.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 18.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 50.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 28.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 20.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 2 และภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

ตารางที่ 4.91: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน

แสงในพื้นที่ส่วนทำงาน		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	Count	107	128	235
	% within	62.6%	55.9%	58.8%
ภาพที่ 2 แสงเหลือง	Count	22	29	51
	% within	12.9%	12.7%	12.8%
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	42	72	114
	% within	24.6%	31.4%	28.5%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.91: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 58.8% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 62.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 24.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงขาว 12.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 55.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 31.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงขาว 12.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.92: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน

แสงในพื้นที่ส่วนทำงาน		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	Count	138	81	219
	% within	57.3%	57.4%	57.3%
ภาพที่ 2 แสงเหลือง	Count	23	28	51
	% within	9.5%	19.9%	13.4%
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	80	32	112
	% within	33.2%	22.7%	29.3%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.92: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 57.3% และเมื่อพิจารณาด้านอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 57.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 33.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงขาว 9.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 57.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 22.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงขาว 19.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 - 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความชอบแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.93: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน

แสงในพื้นที่ส่วนทำงาน		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	
ภาพที่ 1	Count	68	107	60	235
แสงธรรมชาติ	% within	58.1%	62.9%	53.1%	58.8%
ภาพที่ 2	Count	17	20	14	51
แสงเหลือง	% within	14.5%	11.8%	12.4%	12.8%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.93(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน

แสงในพื้นที่ส่วนทำงาน		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	32	43	39	114
	% within	27.4%	25.3%	34.5%	28.5%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.93: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 58.8% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 58.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 27.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงขาว 14.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 62.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 25.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงขาว 11.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 53.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 34.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มี

รายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงขาว 12.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงเหลืองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 - 40,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท

ตารางที่ 4.94: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน

แสงในพื้นที่ส่วนทำงาน		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	Count	161	66	227
	% within	59.0%	57.9%	58.7%
ภาพที่ 2 แสงเหลือง	Count	45	4	49
	% within	16.5%	3.5%	12.7%
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	67	44	111
	% within	24.5%	38.6%	28.7%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.94: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 58.7% และเมื่อพิจารณาการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 59.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมา

ความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 24.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงขาว 16.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 57.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 38.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงขาว 3.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.95: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน

แสงในพื้นที่ส่วนทำงาน		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
ภาพที่ 1	Count	89	101	45	235
แสงธรรมชาติ	% within	56.3%	62.3%	56.3%	58.8%
ภาพที่ 2	Count	12	22	17	51
แสงเหลือง	% within	7.6%	13.6%	21.3%	12.8%
ภาพที่ 3	Count	57	39	18	114
แสงขาว	% within	36.1%	24.1%	22.5%	28.5%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.96: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน

แสงในพื้นที่ส่วนทำงาน		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับธุรกิจ บันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	Count	46	20	102	168
	% within	85.2%	51.3%	54.8%	60.2%
ภาพที่ 2 แสงเหลือ	Count	2	10	23	35
	% within	3.7%	25.6%	12.4%	12.5%
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	6	9	61	76
	% within	11.1%	23.1%	32.8%	27.2%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.96: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 60.2% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 85.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 11.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงเหลือ 3.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 51.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงเหลือ 25.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่

ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 23.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 54.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด รองลงมามีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 32.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงเหลือง 12.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงเหลือง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบและบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง

ตารางที่ 4.97: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน

แสงในพื้นที่ส่วนทำงาน		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงาน อิสระ	
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	Count	151	44	195
	% within	60.4%	60.3%	60.4%
ภาพที่ 2 แสงเหลือง	Count	21	18	39
	% within	8.4%	24.7%	12.1%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.97(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน

แสงในพื้นที่ส่วนทำงาน		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงาน อิสระ	
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	78	11	89
	% within	31.2%	15.1%	27.6%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.97: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 60.6% และเมื่อพิจารณาตามลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 60.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 31.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงเหลือง 8.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 60.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงเหลือง 24.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 แสงขาว 15.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 แสงเหลืองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน(09.00 – 18.00 น.)

ตารางที่ 4.98: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน

วัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
ภาพที่ 1	Count	101	127	228
	% within	59.1%	55.5%	57.0%
ภาพที่ 2	Count	24	52	76
	% within	14.0%	22.7%	19.0%
ภาพที่ 3	Count	46	50	96
	% within	26.9%	21.8%	24.0%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.98: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 60.6% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 59.1% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด รองลงมามีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 26.9% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 14.0% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 55.5% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด รองลงมามีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 22.7% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 21.8% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.99: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของวัสดุในพื้นที่
ส่วนทำงาน

วัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
ภาพที่ 1	Count	143	74	217
	% within	59.3%	52.5%	56.8%
ภาพที่ 2	Count	39	36	75
	% within	16.2%	25.5%	19.6%
ภาพที่ 3	Count	59	31	90
	% within	24.5%	22.0%	23.6%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.99: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 56.8% และเมื่อพิจารณาด้านอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 59.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 24.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 16.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 52.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 25.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 22.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 - 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.100: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน

วัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
ภาพที่ 1	Count	65	101	62	228
	% within	55.6%	59.4%	54.9%	57.0%
ภาพที่ 2	Count	27	37	12	76
	% within	23.1%	21.8%	10.6%	19.0%
ภาพที่ 3	Count	25	32	39	96
	% within	21.4%	18.8%	34.5%	24.0%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.100: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 57.0% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 55.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 23.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 21.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 59.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 21.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 18.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 54.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 34.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 10.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท

ตารางที่ 4.101: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน

วัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ภาพที่ 1	Count	158	60	218
	% within	57.9%	52.6%	56.3%
ภาพที่ 2	Count	59	15	74
	% within	21.6%	13.2%	19.1%
ภาพที่ 3	Count	56	39	95
	% within	20.5%	34.2%	24.5%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.101: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 56.3% และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 57.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 21.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 20.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 52.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 34.2 % ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 21.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.102: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน

วัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับ เจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
ภาพที่ 1	Count	92	99	37	228
	% within	58.2%	61.1%	46.3%	57.0%
ภาพที่ 2	Count	37	25	14	76
	% within	23.4%	15.4%	17.5%	19.0%
ภาพที่ 3	Count	29	38	29	96
	% within	18.4%	23.5%	36.3%	24.0%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.103: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน

วัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
ภาพที่ 1	Count	37	17	100	154
	% within	68.5%	43.6%	53.8%	55.2%
ภาพที่ 2	Count	2	11	40	53
	% within	3.7%	28.2%	21.5%	19.0%
ภาพที่ 3	Count	15	11	46	72
	% withi	27.8%	28.2%	24.7%	25.8%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.103: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 55.2% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 68.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 27.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 3.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 43.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 และภาพที่ 3 28.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 53.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 24.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 21.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ

ตารางที่ 4.104: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน

วัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
ภาพที่ 1	Count	142	42	184
	% within	56.8%	57.5%	57.0%
ภาพที่ 2	Count	40	12	52
	% within	16.0%	16.4%	16.1%
ภาพที่ 3	Count	68	19	87
	% within	27.2%	26.0%	26.9%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.104: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงาน กับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงาน ภาพที่ 1 57.0% และเมื่อพิจารณาด้านลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 56.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 27.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 16.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 57.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 26.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 2 16.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

ตารางที่ 4.105: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน

รูปแบบพื้นที่ส่วนทำงาน		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
แบบ A	Count	25	61	86
	% within	14.6%	26.6%	21.5%
แบบ B	Count	2	0	2
	% within	1.2%	0.0%	0.5%
แบบ C	Count	6	32	38
	% within	3.5%	14.0%	9.5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.105(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน

รูปแบบพื้นที่ส่วนทำงาน		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
แบบ E	Count	60	61	121
	% within	35.1%	26.6%	30.3%
แบบ F	Count	23	14	37
	% within	13.5%	6.1%	9.3%
แบบ G	Count	24	32	56
	% within	14.0%	14.0%	14.0%
แบบ H	Count	4	8	12
	% within	2.3%	3.5%	3.0%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.105: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ E 30.3 % และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ E 35.1% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด รองลงมามีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ D 15.8% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ A 14.6% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ G 14.0% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ F 13.5% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ C 3.5% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ H 2.3% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ B 1.2% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ A และแบบ E 26.6% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด รองลงมามีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่

ส่วนทำงาน แบบ C และแบบ G 14.0% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ D 9.2% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ F 6.1% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ H 3.5% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ E มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ A มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.106: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน

รูปแบบพื้นที่ส่วนทำงาน		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
แบบ A	Count	61	25	86
	% within	25.3%	17.7%	22.5%
แบบ B	Count	1	1	2
	% within	0.4%	0.7%	0.5%
แบบ C	Count	11	21	32
	% within	4.6%	14.9%	8.4%
แบบ D	Count	31	14	45
	% within	12.9%	9.9%	11.8%
แบบ E	Count	82	37	119
	% within	34.0%	26.2%	31.2%
แบบ F	Count	24	9	33
	% within	10.0%	6.4%	8.6%
แบบ G	Count	29	24	53
	% within	12.0%	17.0%	13.9%
แบบ H	Count	2	10	12
	% within	0.8%	7.1%	3.1%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.107: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความต้องการของรูปแบบ
ในพื้นที่ส่วนทำงาน

รูปแบบพื้นที่ส่วนทำงาน		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
แบบ A	Count	29	33	24	86
	% within	24.8%	19.4%	21.2%	21.5%
แบบ B	Count	0	1	1	2
	% within	0.0%	0.6%	0.9%	0.5%
แบบ C	Count	11	20	7	38
	% within	9.4%	11.8%	6.2%	9.5%
แบบ D	Count	11	24	13	48
	% within	9.4%	14.1%	11.5%	12.0%
แบบ E	Count	38	48	35	121
	% within	32.5%	28.2%	31.0%	30.3%
แบบ F	Count	11	15	11	37
	% within	9.4%	8.8%	9.7%	9.3%
แบบ G	Count	14	26	16	56
	% within	12.0%	15.3%	14.2%	14.0%
แบบ H	Count	3	3	6	12
	% within	2.6%	1.8%	5.3%	3.0%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ H 5.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ B 0.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ E มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ G มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ H มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท

ตารางที่ 4.108: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงาน

รูปแบบพื้นที่ส่วนงาน		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
แบบ A	Count	63	22	85
	% within	23.1%	19.3%	22.0%
แบบ B	Count	2	0	2
	% within	0.7%	0.0%	0.5%
แบบ C	Count	30	8	38
	% within	11.0%	7.0%	9.8%
แบบ D	Count	32	14	46
	% within	11.7%	12.3%	11.9%
แบบ E	Count	72	44	116
	% within	26.4%	38.6%	30.0%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.108(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน

รูปแบบพื้นที่ส่วนทำงาน		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
แบบ F	Count	23	10	33
	% within	8.4%	8.8%	8.5%
แบบ G	Count	40	16	56
	% within	14.7%	14.0%	14.5%
แบบ H	Count	11	0	11
	% within	4.0%	0.0%	2.8%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.108: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ E 30.0 % และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ E 26.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมามีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ A 23.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ G 14.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ D 11.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ C 11.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ F 8.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ H 4.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ B 0.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ E 38.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมา

ความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ A 19.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ G 14.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ D 12.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ F 8.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ C 7.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ A มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงานแบบ E มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.109: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนงาน

รูปแบบพื้นที่ส่วนงาน		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/หัวหน้างาน	ระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด	
แบบ A	Count	51	18	17	86
	% within	32.3%	11.1%	21.3%	21.5%
แบบ B	Count	0	1	1	2
	% within	0.0%	0.6%	1.3%	0.5%
แบบ C	Count	3	21	14	38
	% within	1.9%	13.0%	17.5%	9.5%
แบบ D	Count	19	14	15	48
	% within	12.0%	8.6%	18.8%	12.0%
แบบ E	Count	56	47	18	121
	% within	35.4%	29.0%	22.5%	30.3%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.109(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความ
ต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน

รูปแบบพื้นที่ส่วนทำงาน		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับ เจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
แบบ F	Count	8	23	6	37
	% within	5.1%	14.2%	7.5%	9.3%
แบบ G	Count	19	32	5	56
	% within	12.0%	19.8%	6.3%	14.0%
แบบ H	Count	2	6	4	12
	% within	1.3%	3.7%	5.0%	3.0%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.109: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความ
ต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการของ
รูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ E 30.0 % และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ที่มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วน
ทำงานแบบ E 35.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมามีความ
ต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ A 32.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับ
เจ้าหน้าที่ทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ D และแบบ G 12.0% ของ
กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน
แบบ F 5.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบ
ในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ C 1.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด มีความ
ต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ H 1.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับ
เจ้าหน้าที่ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วน
ทำงานแบบ E 29.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมด รองลงมา
มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ G 19.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ใน

ตารางที่ 4.110: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความต้องการ
ของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน

รูปแบบพื้นที่ส่วนทำงาน		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัทเกี่ยวกับการออกแบบ	บริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ	
แบบ A	Count	10	7	45	62
	% within	18.5%	17.9%	24.2%	22.2%
แบบ B	Count	1	0	1	2
	% within	1.9%	0.0%	.5%	0.7%
แบบ C	Count	8	4	20	32
	% within	14.8%	10.3%	10.8%	11.5%
แบบ D	Count	11	6	19	36
	% within	20.4%	15.4%	10.2%	12.9%
แบบ E	Count	15	9	51	75
	% within	27.8%	23.1%	27.4%	26.9%
แบบ F	Count	5	4	13	22
	% within	9.3%	10.3%	7.0%	7.9%
แบบ G	Count	2	9	27	38
	% within	3.7%	23.1%	14.5%	13.6%
แบบ H	Count	2	0	10	12
	% within	3.7%	0.0%	5.4%	4.3%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

และธุรกิจบริการ มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ H 5.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ B 0.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบบริการ มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ E มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ G มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ A มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง

ตารางที่ 4.111: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน

รูปแบบพื้นที่ส่วนทำงาน		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
แบบ A	Count	54	10	64
	% within	21.6%	13.7%	19.8%
แบบ B	Count	2	0	2
	% within	0.8%	0.0%	0.6%
แบบ C	Count	22	8	30
	% within	8.8%	11.0%	9.3%
แบบ D	Count	27	11	38
	% within	10.8%	15.1%	11.8%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.111(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความ
ต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน

รูปแบบพื้นที่ส่วนทำงาน		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
แบบ E	Count	82	23	105
	% within	32.8%	31.5%	32.5%
แบบ F	Count	22	9	31
	% within	8.8%	12.3%	9.6%
แบบ G	Count	34	11	45
	% within	13.6%	15.1%	13.9%
แบบ H	Count	7	1	8
	% within	2.8%	1.4%	2.5%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.111: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงาน
กับความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการของ
รูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ E 32.5 % และเมื่อพิจารณาด้านลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความต้องการของรูปแบบ
ในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ E 32.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00
น.) ทั้งหมด รองลงมา มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ A 21.6% ของกลุ่ม
ตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบใน
พื้นที่ส่วนทำงานแบบ G 13.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)
ทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ D 10.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่
ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วน
ทำงานแบบ C และ แบบ F 8.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)
ทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ H 2.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงาน

ตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ 0.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ E 31.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ รองลงมา มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ D และแบบ G 15.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ A 13.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ F 12.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ C 11.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ H 1.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ E มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ F มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

5.2.3 ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานกับความชอบด้านพื้นที่ส่วนประชุม

ตารางที่ 4.112: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
ภาพที่ 1	Count	57	61	118
	% within	33.3%	26.6%	29.5%
ภาพที่ 2	Count	41	59	100
	% within	24.0%	25.8%	25.0%
ภาพที่ 3	Count	73	109	182
	% within	42.7%	47.6%	45.5%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.112: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 45.5 % และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 42.7% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 33.3% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 24.0% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 47.6% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 26.6% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 25.8% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.113: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
ภาพที่ 1	Count	68	41	109
	% within	28.2%	29.1%	28.5%
ภาพที่ 2	Count	67	28	95
	% within	27.8%	19.9%	24.9%
ภาพที่ 3	Count	106	72	178
	% within	44.0%	51.1%	46.6%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.113: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบบรรยากาศ
โดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 46.6 % และเมื่อพิจารณาด้านอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่
3 44.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของ
พื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 28.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด มีความชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 27.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี
ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่
3 51.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของ
พื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 29.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด มีความชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 19.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี
ทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของ
พื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31
– 40 ปี มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ
20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.114: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบบรรยากาศ
โดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม

บรรยากาศโดยรวมของ พื้นที่ส่วนประชุม		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
ภาพที่ 1	Count	33	52	33	118
	% within	28.2%	30.6%	29.2%	29.5%
ภาพที่ 2	Count	23	52	25	100
	% within	19.7%	30.6%	22.1%	25.0%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.114(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
ภาพที่ 3	Count	61	66	55	182
	% within	52.1%	38.8%	48.7%	45.5%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.114: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 45.5 % และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 52.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 28.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 19.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 38.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 และภาพที่ 2 30.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 48.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 29.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 22.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.115: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ภาพที่ 1	Count	76	35	111
	% within	27.8%	30.7%	28.7%
ภาพที่ 2	Count	77	23	100
	% within	28.2%	20.2%	25.8%
ภาพที่ 3	Count	120	56	176
	% within	44.0%	49.1%	45.5%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.115: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 45.5 % และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 44.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 28.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 27.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 49.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด

รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 30.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 20.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.116: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม

บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/หัวหน้างาน	ระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด	
ภาพที่ 1	Count	49	45	24	118
	% within	31.0%	27.8%	30.0%	29.5%
ภาพที่ 2	Count	27	49	24	100
	% within	17.1%	30.2%	30.0%	25.0%
ภาพที่ 3	Count	82	68	32	182
	% within	51.9%	42.0%	40.0%	45.5%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.116: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 45.5 % และเมื่อพิจารณาด้านระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 51.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมา

ความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 31.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 17.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 42.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 30.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 27.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 40.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 และภาพที่ 2 30.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดทั้งหมด

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ที่มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในตำแหน่งหัวหน้างาน และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุด

ตารางที่ 4.117: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม

บรรยากาศโดยรวมของ พื้นที่ส่วนประชุม		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับ ธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
ภาพที่ 1	Count	26	17	39	82
	% within	48.1%	43.6%	21.0%	29.4%
ภาพที่ 2	Count	8	10	48	66
	% within	14.8%	25.6%	25.8%	23.7%
ภาพที่ 3	Count	20	12	99	131
	% within	37.0%	30.8%	53.2%	47.0%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.117: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 47.0 % และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 48.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 37.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 14.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 43.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 30.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวม

ของพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 2 25.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจ
บันเทิงทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการมีความชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 3 53.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท
เกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมด รองลงมามีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่
ส่วนประสมภาพที่ 2 25.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและ
ธุรกิจบริการทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 1 21.0% ของกลุ่ม
ตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบมีความชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท
เกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจ
บริการ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการมี
ความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ใน
บริษัทเกี่ยวกับการออกแบบและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง

ตารางที่ 4.118: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบ
บรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประสม

บรรยากาศโดยรวมของ พื้นที่ส่วนประสม		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
ภาพที่ 1	Count	80	23	103
	% within	32.0%	31.5%	31.9%
ภาพที่ 2	Count	64	17	81
	% within	25.6%	23.3%	25.1%
ภาพที่ 3	Count	106	33	139
	% within	42.4%	45.2%	43.0%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.118: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงาน กับความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 43.0 % และเมื่อพิจารณาด้านลักษณะเวลาทำงาน พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 42.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 32.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 25.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 45.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมา มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 31.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 23.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

ตารางที่ 4.119: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม

แสงในพื้นที่ส่วนประชุม		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
ภาพที่ 1	Count	57	76	133
แสงธรรมชาติ	% within	33.3%	33.2%	33.3%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.119(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม

แสงในพื้นที่ส่วนประชุม		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	Count	57	76	133
	% within	33.3%	33.2%	33.3%
ภาพที่ 2 แสงเหลือ	Count	38	45	83
	% within	22.2%	19.7%	20.8%
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	76	108	184
	% within	44.4%	47.2%	46.0%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.119: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 46.0 % และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว 44.4% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 33.3% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือ 22.2% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว 47.2% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 33.2% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือ 19.7% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.120: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม

แสงในพื้นที่ส่วนประชุม		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	Count	78	49	127
	% within	32.4%	34.8%	33.2%
ภาพที่ 2 แสงเหลือง	Count	47	34	81
	% within	19.5%	24.1%	21.2%
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	116	58	174
	% within	48.1%	41.1%	45.5%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.120: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 45.5% และเมื่อพิจารณาด้านอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว 48.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 32.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือง 19.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว 41.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 34.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือง 24.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีมี

ความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.121: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม

แสงในพื้นที่ส่วนประชุม		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	Count	43	53	37	133
	% within	36.8%	31.2%	32.7%	33.3%
ภาพที่ 2 แสงเหลือ	Count	21	35	27	83
	% within	17.9%	20.6%	23.9%	20.8%
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	53	82	49	184
	% within	45.3%	48.2%	43.4%	46.0%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.121: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 46.0% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว 45.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 36.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือ 17.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว 48.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 31.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 –

40,000 บาททั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 2 แสงเหลือง 20.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 3 แสงขาว 43.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รองลงมามีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 32.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 2 แสงเหลือง 23.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 3 แสงขาวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 2 แสงเหลืองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท

ตารางที่ 4.122: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสม

แสงในพื้นที่ส่วนประสม		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	Count	93	33	126
	% within	34.1%	28.9%	32.6%
ภาพที่ 2 แสงเหลือง	Count	57	25	82
	% within	20.9%	21.9%	21.2%
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	123	56	179
	% within	45.1%	49.1%	46.3%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.122: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 46.3% และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว 45.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมามีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 34.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือง 20.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว 49.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมามีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 28.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือง 21.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.123: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม

แสงในพื้นที่ส่วนประชุม		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/หัวหน้างาน	ระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด	
ภาพที่ 1	Count	48	53	32	133
แสงธรรมชาติ	% within	30.4%	32.7%	40.0%	33.3%
ภาพที่ 2	Count	33	33	17	83
แสงเหลือง	% within	20.9%	20.4%	21.3%	20.8%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.123(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม

แสงในพื้นที่ส่วนประชุม		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับ เจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	77	76	31	184
	% within	48.7%	46.9%	38.8%	46.0%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.123: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 46.0% และเมื่อพิจารณาตามระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ที่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 แสงขาว 48.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 30.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือง 20.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 แสงขาว 46.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 32.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือง 20.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส บริหารสูงสุดมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 40.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว 38.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดทั้งหมด มีความชอบ

ของแสงในพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 2 แสงเหลือง 21.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ที่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 3 แสงขาวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างานและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุดมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหัวหน้างาน

ตารางที่ 4.124: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสม

แสงในพื้นที่ส่วนประสม		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับการ ธุรกิจบันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขาย สินค้า และ ธุรกิจบริการ	
ภาพที่ 1	Count	19	15	61	95
แสงธรรมชาติ	% within	35.2%	38.5%	32.8%	34.1%
ภาพที่ 2	Count	16	11	37	64
แสงเหลือง	% within	29.6%	28.2%	19.9%	22.9%
ภาพที่ 3	Count	19	13	88	120
แสงขาว	% within	35.2%	33.3%	47.3%	43.0%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.124: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประสม ภาพที่ 3 43.0% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า

ตารางที่ 4.125: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม

แสงในพื้นที่ส่วนประชุม		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงาน อิสระ	
ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ	Count	83	31	114
	% within	33.2%	42.5%	35.3%
ภาพที่ 2 แสงเหลือ	Count	57	12	69
	% within	22.8%	16.4%	21.4%
ภาพที่ 3 แสงขาว	Count	110	30	140
	% within	44.0%	41.1%	43.3%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.125: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 43.3% และเมื่อพิจารณาตามลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในช่วงเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว 44.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในช่วงเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 33.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในช่วงเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือ 22.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในช่วงเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมดตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ 42.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว 41.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือ 16.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมดตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในช่วงเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 แสงขาว มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในช่วงเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

ตารางที่ 4.126: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม

วัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
ภาพที่ 1	Count	59	63	122
	% within	34.5%	27.5%	30.5%
ภาพที่ 2	Count	44	63	107
	% within	25.7%	27.5%	26.8%
ภาพที่ 3	Count	68	103	171
	% within	39.8%	45.0%	42.8%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.126: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 3 42.8% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 39.8% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 34.5% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม 25.7% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 45.0% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 และภาพที่ 2 27.5% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.127: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม

วัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	
ภาพที่ 1	Count	69	42	111
	% within	28.6%	29.8%	29.1%
ภาพที่ 2	Count	65	39	104
	% within	27.0%	27.7%	27.2%
ภาพที่ 3	Count	107	60	167
	% within	44.4%	42.6%	43.7%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.127: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 43.7% และเมื่อพิจารณาตามอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 44.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 28.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 27.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 42.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 29.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 27.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วน
ประชุม ภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีมี
ความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.128: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบของวัสดุในพื้นที่
ส่วนประชุม

วัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
ภาพที่ 1	Count	31	52	39	122
	% within	26.5%	30.6%	34.5%	30.5%
ภาพที่ 2	Count	33	47	27	107
	% within	28.2%	27.6%	23.9%	26.8%
ภาพที่ 3	Count	53	71	47	171
	% within	45.3%	41.8%	41.6%	42.8%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.128: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับความชอบ
ของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วน
ประชุม ภาพที่ 3 42.8% และเมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วน
ประชุม ภาพที่ 3 45.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด
รองลงมาความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 28.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อย
กว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 26.5% ของ
กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาททั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม
ภาพที่ 3 41.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด รองลงมาความชอบของ

วัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 30.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 27.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาททั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 41.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 34.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 23.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท

ตารางที่ 4.129: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม

วัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ภาพที่ 1	Count	80	37	117
	% within	29.3%	32.5%	30.2%
ภาพที่ 2	Count	73	28	101
	% within	26.7%	24.6%	26.1%
ภาพที่ 3	Count	120	49	169
	% within	44.0%	43.0%	43.7%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.129: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 43.7% และเมื่อพิจารณาด้านการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 44.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 29.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 26.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 43.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 32.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 24.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.130: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม

วัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับ เจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
ภาพที่ 1	Count	50	47	25	122
	% within	31.6%	29.0%	31.3%	30.5%
ภาพที่ 2	Count	32	49	26	107
	% within	20.3%	30.2%	32.5%	26.8%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.130(ต่อ): แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งงานกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม

วัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับ เจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
ภาพที่ 3	Count	76	66	29	171
	% within	48.1%	40.7%	36.3%	42.8%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.130: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 42.8% และเมื่อพิจารณาตามระดับตำแหน่งพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ที่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 48.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 31.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 20.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 40.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด รองลงมา มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 30.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 29.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 36.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด รองลงมามีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 32.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 31.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ที่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างานและกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างาน

ตารางที่ 4.131: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม

วัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับธุรกิจ บันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการ	
ภาพที่ 1	Count	20	19	47	86
	% within	37.0%	48.7%	25.3%	30.8%
ภาพที่ 2	Count	12	8	47	67
	% within	22.2%	20.5%	25.3%	24.0%
ภาพที่ 3	Count	22	12	92	126
	% within	40.7%	30.8%	49.5%	45.2%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.132: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม

วัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
ภาพที่ 1	Count	78	26	104
	% within	31.2%	35.6%	32.2%
ภาพที่ 2	Count	57	23	80
	% within	22.8%	31.5%	24.8%
ภาพที่ 3	Count	115	24	139
	% within	46.0%	32.9%	43.0%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.132: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 43.0% และเมื่อพิจารณาถึงลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 46.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 31.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 22.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 35.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมาคือความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 32.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 2 31.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 3 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน

อิสระ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระมีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ภาพที่ 1 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)

ตารางที่ 4.133: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุม

รูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุม		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
แบบ A	Count	85	124	209
	% within	49.7%	54.1%	52.3%
แบบ B	Count	48	72	120
	% within	28.1%	31.4%	30.0%
แบบ C	Count	7	19	26
	% within	4.1%	8.3%	6.5%
แบบ D	Count	31	14	45
	% within	18.1%	6.1%	11.3%
Total	Count	171	229	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.133: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านเพศกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ A 52.3% และเมื่อพิจารณาด้านเพศพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ A 49.7% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด รองลงมาต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ B 28.1% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ D 18.1% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ C 4.1% ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ A 54.1% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด รองลงมาต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ B 31.4% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ C 8.3% ของกลุ่มตัวอย่างเพศ

หญิงทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ D 6.1% ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ D มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ A มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย

ตารางที่ 4.134: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสม

รูปแบบของพื้นที่ส่วนประสม		อายุ		Total
		20 - 30 ปี	31- 40 ปี	
แบบ A	Count	117	79	196
	% within	48.5%	56.0%	51.3%
แบบ B	Count	83	35	118
	% within	34.4%	24.8%	30.9%
แบบ C	Count	10	16	26
	% within	4.1%	11.3%	6.8%
แบบ D	Count	31	11	42
	% within	12.9%	7.8%	11.0%
Total	Count	241	141	382
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.134: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านอายุกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ A 51.3% และเมื่อพิจารณาตามอายุพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ A 48.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด รองลงมาต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ B 34.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ D 12.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ C 4.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ A 56.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด รองลงมาต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ B 24.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ C 11.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ D 7.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ B มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ A มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี

ตารางที่ 4.135: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านรายได้กับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุม

รูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุม		รายได้			Total
		น้อยกว่า 10,000 - 20,000 บาท	20,000 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	
แบบ A	Count	60	88	61	209
	% within	51.3%	51.8%	54.0%	52.3%
แบบ B	Count	38	56	26	120
	% within	32.5%	32.9%	23.0%	30.0%
แบบ C	Count	11	7	8	26
	% within	9.4%	4.1%	7.1%	6.5%
แบบ D	Count	8	19	18	45
	% within	6.8%	11.2%	15.9%	11.3%
Total	Count	117	170	113	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

บาท ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ B มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ A มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท

ตารางที่ 4.136: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสม

รูปแบบของพื้นที่ส่วนประสม		การศึกษา		Total
		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
แบบ A	Count	148	56	204
	% within	54.2%	49.1%	52.7%
แบบ B	Count	75	45	120
	% within	27.5%	39.5%	31.0%
แบบ C	Count	19	4	23
	% within	7.0%	3.5%	5.9%
แบบ D	Count	31	9	40
	% within	11.4%	7.9%	10.3%
Total	Count	273	114	387
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.136: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษากับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ A 52.7% และเมื่อพิจารณาการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ A 54.2% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ B 27.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ D 11.4% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด

ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ C 7.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ A 49.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด รองลงมาต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ B 39.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ D 7.9% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ C 3.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ A มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ B มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.137: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านระดับตำแหน่งกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสม

รูปแบบของพื้นที่ส่วนประสม		ระดับตำแหน่ง			Total
		ระดับเจ้าหน้าที่	ระดับกลาง/ หัวหน้างาน	ระดับบริหาร อาวุโส/ระดับ บริหารสูงสุด	
แบบ A	Count	77	81	51	209
	% within	48.7%	50.0%	63.8%	52.3%
แบบ B	Count	52	52	16	120
	% within	32.9%	32.1%	20.0%	30.0%
แบบ C	Count	11	9	6	26
	% within	7.0%	5.6%	7.5%	6.5%
แบบ D	Count	18	20	7	45
	% within	11.4%	12.3%	8.8%	11.3%
Total	Count	158	162	80	400
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.138: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสม

รูปแบบของพื้นที่ส่วนประสม		ประเภทของธุรกิจ			Total
		บริษัท เกี่ยวกับการ ออกแบบ	บริษัท เกี่ยวกับธุรกิจ บันเทิง	บริษัทเกี่ยวกับ ธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการ	
แบบ A	Count	27	20	91	138
	% within	50.0%	51.3%	48.9%	49.5%
แบบ B	Count	9	15	64	88
	% within	16.7%	38.5%	34.4%	31.5%
แบบ C	Count	0	2	18	20
	% within	0.0%	5.1%	9.7%	7.2%
แบบ D	Count	18	2	13	33
	% within	33.3%	5.1%	7.0%	11.8%
Total	Count	54	39	186	279
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.138: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านประเภทธุรกิจกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ A 49.5% และเมื่อพิจารณาด้านประเภทธุรกิจพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ A 50.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด รองลงมาต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ D 33.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ B 16.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ A 51.3% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงทั้งหมด รองลงมาต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประสมแบบ B 38.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ใน

ตารางที่ 4.139: แสดงค่าความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุม

		ลักษณะเวลาทำงาน		Total
		ตามเวลาทำงาน (09.00 - 18.00 น.)	เวลาทำงานอิสระ	
แบบ A	Count	139	30	169
	% within	55.6%	41.1%	52.3%
แบบ B	Count	67	29	96
	% within	26.8%	39.7%	29.7%
แบบ C	Count	15	4	19
	% within	6.0%	5.5%	5.9%
แบบ D	Count	29	10	39
	% within	11.6%	13.7%	12.1%
Total	Count	250	73	323
	% within	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.139: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านลักษณะเวลาทำงานกับรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ A 52.3% และเมื่อพิจารณาตามลักษณะเวลาทำงานพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ A 55.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด รองลงมาต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ B 26.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ D 11.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ C 6.0% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ทั้งหมด ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ A 41.1% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด รองลงมาต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ B 39.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด

ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ D 13.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน
อิสระทั้งหมด ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ C 5.5% ของกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงาน
ตามเวลาทำงานอิสระทั้งหมด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) ต้องการ
รูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ A มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ
ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบ
B มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.)



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องสภาพแวดล้อมทางกายภาพในโฮมออฟฟิศ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการทางด้านกิจกรรมของผู้ใช้งานภายในโฮมออฟฟิศ เพื่อความต้องการในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งในด้านอุปกรณ์ เครื่องเรือน และบรรยากาศภายใน โฮมออฟฟิศ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับความต้องการสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นข้อมูลพรรณนาด้วยตัวอักษรและรูปภาพ ประกอบกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิดและปิดซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นตัวเลขและการคำนวณ ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัย หรือทำงานในโฮมออฟฟิศบริเวณทาวน์ อิน ทาวน์ จำนวน 400 คน ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาวิจัยและให้ข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษาวิจัย

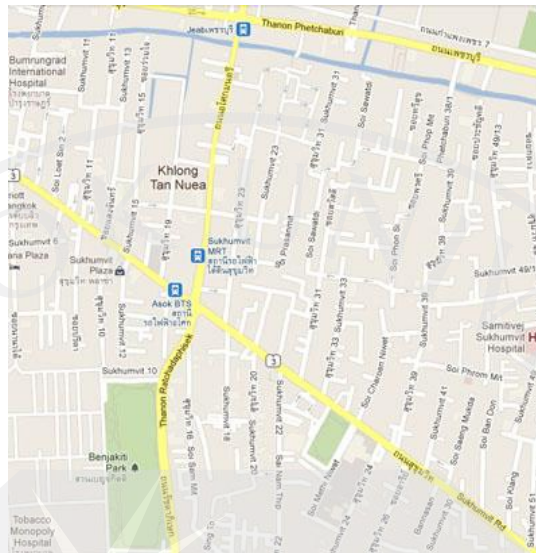
ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี รายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ปฏิบัติงานอยู่ในตำแหน่งงานในระดับกลาง/ หัวหน้างาน และปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการ ส่วนใหญ่อยู่ในบริษัทที่มีจำนวนพนักงานในระดับอื่น ๆ และปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน 09.00 – 18.00 น.

ส่วนที่ 2 การศึกษาความต้องการในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

การศึกษาด้านความต้องการในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกทำเลที่ตั้งบริเวณสุขุมวิท – อโศก รองลงมาคือบริเวณรัชดา – ห้วยขวาง และบริเวณเกษตร-นวมินทร์ตามลำดับ ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย (11.1%) ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่ในเขตศรีนครินทร์ - พัฒนาการ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท (13.5%) และปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ (21.9%) ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่เกษตรนวมินทร์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป (18.6%) มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี (17.5%) และอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง (23.1%) ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่รัชดา – ห้วยขวาง นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด (26.3%) ต้องการให้โฮมออฟฟิศอยู่พระราม 3

ภาพที่ 5.1: แสดงความต้องการด้านทำเลที่ตั้ง สุขุมวิท – อโศก



ที่มา : แผนที่. (ม.ป.ป.) สืบค้น วันที่ 23 กรกฎาคม 2553, จาก <http://maps.google.com/>.

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกการเดินทางสะดวกสบาย เข้าออกได้หลายเส้นทางเป็นลำดับที่ 1 ส่วนลำดับที่ 2 ได้แก่ การมีรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดินผ่าน และลำดับที่ 3 ได้แก่ ใกล้แหล่งชุมชน

ด้านรูปแบบของการสร้างโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรูปแบบทาว์นโฮม ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เวลาทำงานอิสระกว่าครึ่ง (50.7%) เลือกรูปแบบโฮมออฟฟิศแบบทาว์นโฮม กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง (26.2%) เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี (20.6%) มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท (27.1%) การศึกษาระดับปริญญาตรี (24.2%) ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ (25.3%) เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ (31.2%) และปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) (27.2%) ต้องการ โฮม ออฟฟิศแบบตึกแถวอาคารพาณิชย์ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง (41.0%) และปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุด (27.5%) ต้องการโฮมออฟฟิศแบบอาคารสำนักงานเฉพาะ

ภาพที่ 5.2: แสดงความต้องการด้านรูปแบบของการสร้างโฮมออฟฟิศแบบทาวน์โฮม



ที่มา : ความสุขแบบใหม่ในบ้านทำเลคุณภาพ เมอริททาวน์ บางนา เชื่อมทุกทิศกับชีวิตคนเมือง.
(2553). สืบค้น วันที่ 23 กรกฎาคม 2555, จาก <http://www.ryt9.com/s/prg/891672>.

ด้านประโยชน์หลักของโฮมออฟฟิศ พบว่า ปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการพื้นที่ในการใช้โฮมออฟฟิศเพื่อทำงานเป็นหลัก (72.8%) มากกว่าต้องการพื้นที่เพื่ออยู่อาศัย (19.0%) ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย (25.1%) และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี (29.6%) มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท (24.8%) การศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี (21.1%) ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างาน (24.7%) และปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ (21.9%) ต้องการใช้โฮมออฟฟิศเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก

ด้านความต้องการพื้นที่การใช้งานสำหรับโฮมออฟฟิศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการส่วนทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ที่จอดรถส่วนกลาง ส่วนรับแขก ระบบรักษาความปลอดภัย ห้องเก็บของ กล้องวงจรปิด ส่วนเตรียมอาหารและห้องครัว ห้องเก็บเอกสารสำคัญ ส่วนพักผ่อนภายในอาคาร ลานอเนกประสงค์และสวน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การศึกษาความต้องการด้านกิจกรรมของผู้ใช้งาน

3.1 พื้นที่ส่วนต้อนรับ (Reception)

ด้านลักษณะพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการพื้นที่ส่วนต้อนรับสำหรับใช้ติดต่อและมีพื้นที่สำหรับนั่งคอย

ภาพที่ 5.3: แสดงความต้องการด้านพื้นที่ส่วนต้อนรับสำหรับใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย



ที่มา: *AOL OFFICE BY STUDIO 0+A.* (2011). Retrieved October 11, 2011, from http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=247.

ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย (12.9%) เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี (11.3%) มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท (13.5%) มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี (11.4%) ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด (12.5%) อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง (10.3%) และปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ (15.1%) ต้องการส่วนต้อนรับแบบใช้ติดต่ออย่างเดียว

ภาพที่ 5.4: แสดงความต้องการด้านพื้นที่ส่วนต้อนรับสำหรับใช้ติดต่อย่างเดี่ยว

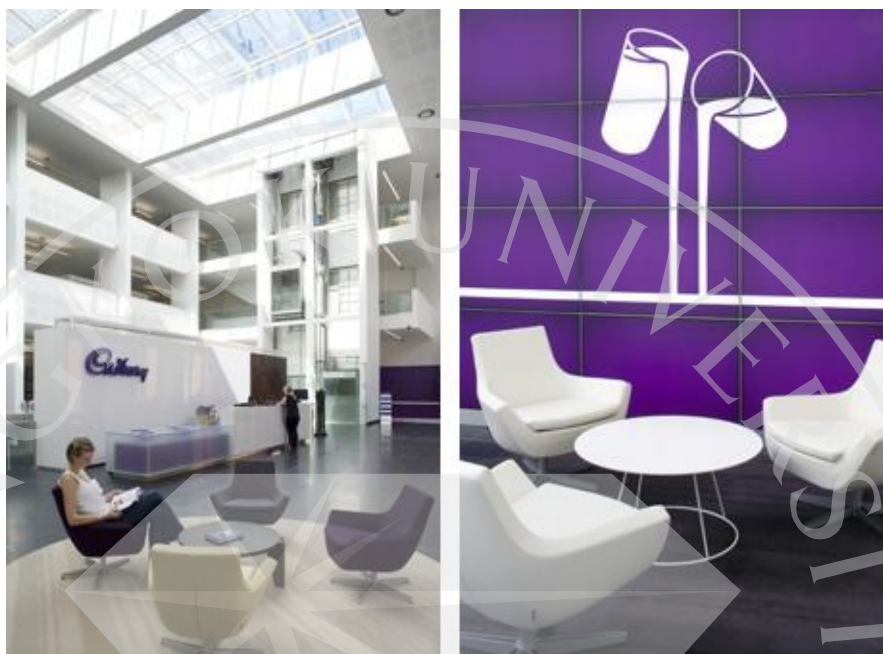


ที่มา: *icrete office picture by fka architects design*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=258.

ด้านจำนวนคนที่ต้องการรองรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการพื้นที่ส่วนต้อนรับเพื่อรองรับจำนวนคน 3 – 4 คน

ด้านบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบภาพบรรยากาศ CLEAN คือสะอาด สบายตามากที่สุด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้เหตุผลที่ทำให้เกิดความชอบในบรรยากาศของพื้นที่ส่วนต้อนรับดังกล่าวว่า เพราะสบายตา เรียบง่าย และสดใส

ภาพที่ 5.5: แสดงบรรยากาศโดยรวมแบบ CLEAN และการเลือกแสงธรรมชาติของพื้นที่ส่วนต้อนรับ

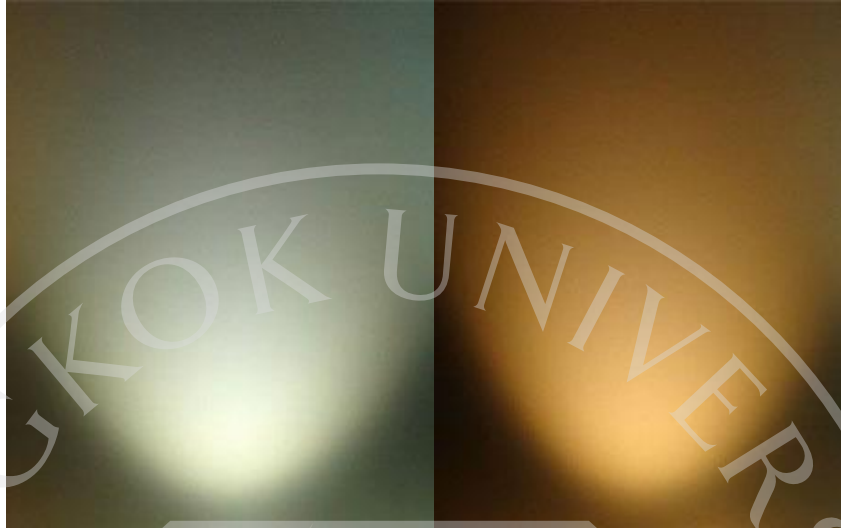


ที่มา: Cadbury. (n.d.) Retrieved October 11, 2011, from http://www.moreysmith.com/projects/corporate_06.html.

ซึ่งเป็นรูปแบบซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย (41.5%) เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี (39.4%) มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท (39.4%) และรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป (38.1%) การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (43.0%) ปฏิบัติงานในระดับกลาง/หัวหน้างาน (43.8%) และระดับบริหารอาวุโส/ระดับบริหารสูงสุด (37.5%) อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบ (53.7%) บริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง (51.3%) และปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ (57.5%) ชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบ COOL คือเน้นวัสดุเปลือย เท่ โปร่งโล่ง

ด้านการเลือกแสงของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการเลือกแสงธรรมชาติของภาพ CLEAN ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุดนั้นกลับเลือกแสงขาวมากที่สุด รองลงมาคือแสงเหลือง และแสงธรรมชาติน้อยที่สุด

ภาพที่ 5.6: แสดงแสงขาวและแสงเหลือง



ที่มา: *Colour Temperatures*. (n.d.) Retrieved October 11, 2011, from
<http://lightingmatters.com.au/blog/led-lightcolour-temperatures/#.UBEkQGEe5mk>.

ด้านการเลือกวัสดุของพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการเลือกใช้วัสดุเปลือย เน้นเป็นปูน ไม้ และเหล็กในภาพ COOL

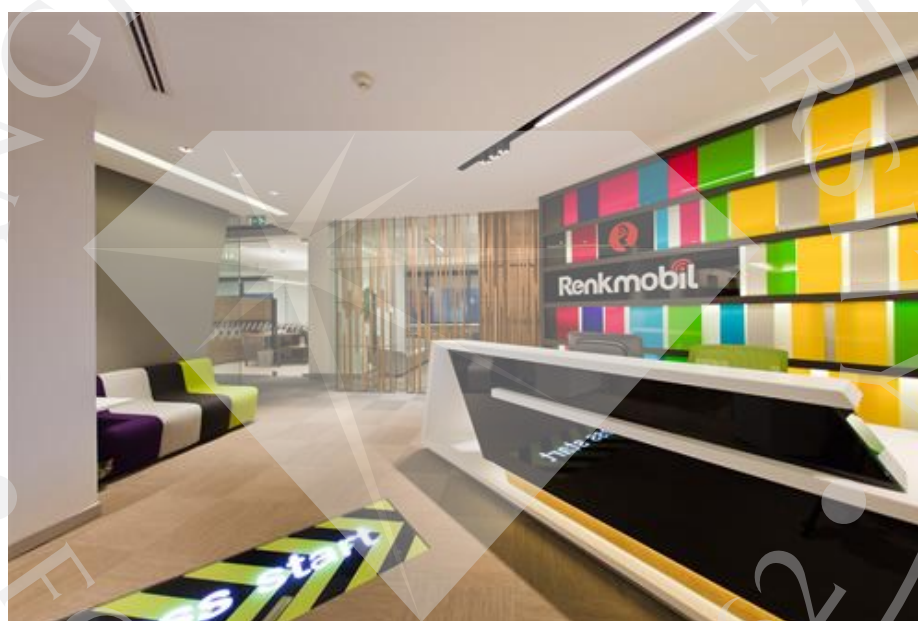
ภาพที่ 5.7: แสดงบรรยากาศโดยรวมแบบ COOL และการเลือกวัสดุของพื้นที่ส่วนต้อนรับ



ที่มา: *Red Bull Australia Head Quarters*. (2010). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=215.

ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง (37.1%) และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี (42.6%) มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท (41.9%) ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ (39.9%) อยู่ในธุรกิจเกี่ยวกับขายสินค้าและธุรกิจบริการ (44.6%) มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพ CLEAN นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง (46.2%) มีความชอบในการใช้วัสดุไม้ เงาน พลาสติก กระดาษ และหนังในพื้นที่ส่วนต้อนรับภาพ COLOURFUL

ภาพที่ 5.8: แสดงบรรยากาศการใช้วัสดุโดยรวมแบบ COLOURFUL



ที่มา: *Renkmobil Software Inc Office*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=234.

ด้านการมีสิ่งของเพิ่มเติมในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์หรือผลงานของบริษัท พร้อมอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้ให้บริการ

ด้านรูปแบบชุดเก้าอี้รับรองในพื้นที่ส่วนต้อนรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการชุดเก้าอี้รับรองแบบที่มีพนักพิง ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี (48.5%) มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท (50.6) และปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ (56.2%) มีความชอบของชุดเก้าอี้ในพื้นที่ส่วนต้อนรับแบบ

ภาพที่ 5.9: แสดงความต้องการด้านรูปแบบชุดเก้าอี้มีพนักพิงในพื้นที่ส่วนต้อนรับ



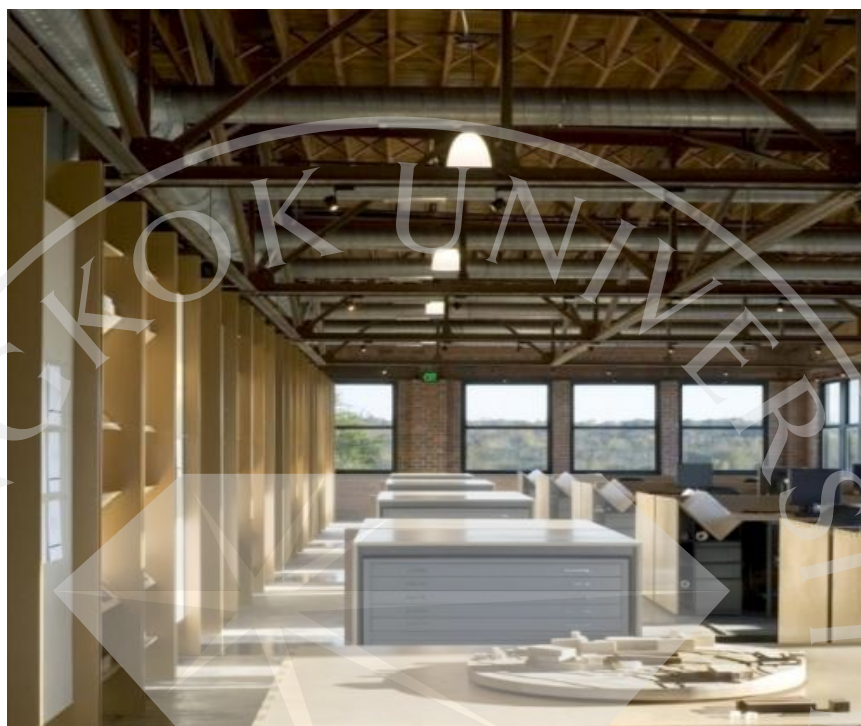
ที่มา: *Modern Office Interior with Dynamic Reception Area Design 2*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from <http://interiormagz.com/interior/office-designs/modern-office-interior-with-dynamic-reception-area-design/attachment/modern-office-interior-with-dynamic-reception-area-design-2/>.

การศึกษาความต้องการด้านกิจกรรมของผู้ใช้งาน ในพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า

3.2 พื้นที่ส่วนทำงาน (Work Spaces)

ด้านภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบภาพบรรยากาศแบบ COOL มากที่สุดที่เป็นลักษณะเรียบ เท่ โปร่ง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนทำงานเพราะ สบายตา สะอาด และอบอุ่น

ภาพที่ 5.10: แสดงความต้องการด้านบรรยากาศโดยรวม ด้านการใช้วัสดุของพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ COOL และด้านการใช้แสงธรรมชาติ



ที่มา: *Substance Studio Office Design*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=253.

ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย (30.4%) มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท (38.9%) การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (38.6%) ปฏิบัติงานอยู่ในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด (35.0%) มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพ CLEAN ที่ใช้สีขาวให้ดูสะอาดตา

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท (25.6%) และการศึกษาระดับปริญญาตรี (23.1%) มีความชอบของบรรยากาศโดยรวมในพื้นที่ส่วนทำงานภาพ COLOURFUL ที่มีบรรยากาศสีสดใส

ภาพที่ 5.11: แสดงความต้องการด้านบรรยากาศส่วนทำงานแบบ COLOURFUL



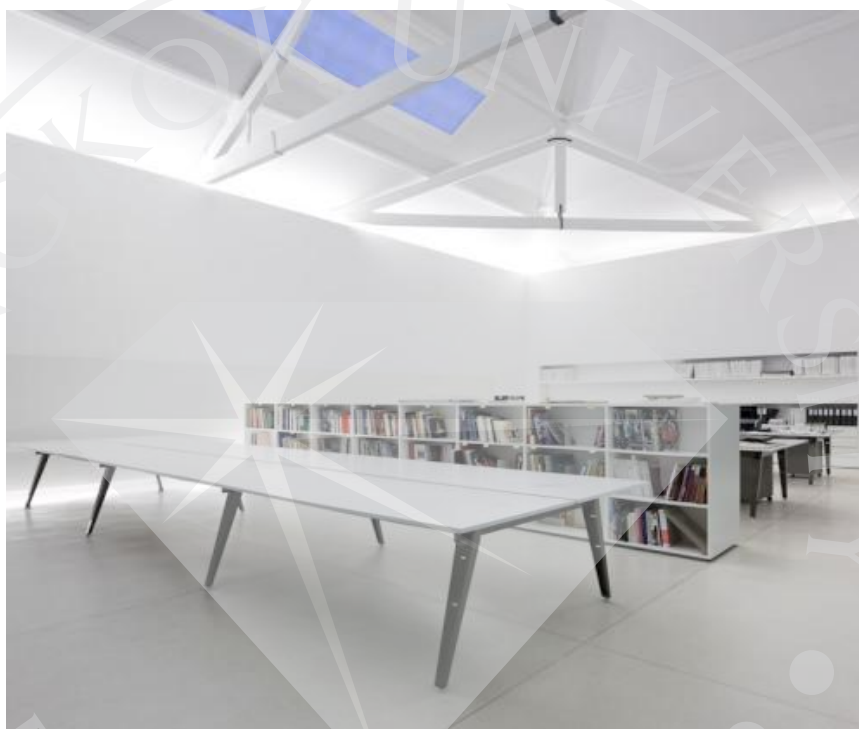
ที่มา: *Upperkut Office Montreal*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=245.

ด้านการใช้แสงของพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการใช้แสงธรรมชาติเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานเกี่ยวกับบริษัทออกแบบ (85.2%) จากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง (31.4%) และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี (33.2%) มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป (34.5%) การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (38.6%) ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ (36.1%) และอยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ (32.8%) มีความชอบแสงในพื้นที่ส่วนทำงานเป็นแสงขาว นอกจากนี้ยังพบว่า ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/ บริหารสูงสุด (21.3%) อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง (25.6%) และปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ (24.7%) มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนทำงานเป็นแสงเหลือง

ด้านการใช้วัสดุของพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการใช้วัสดุของภาพ COOL คือเน้นวัสดุไม้ เหล็ก และปูนเปลือย ที่เรียบ เท่ แต่อบอุ่น ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี (25.5%) ทำงานบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง

(28.2%) มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานภาพ COLOURFUL นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป (34.5%) มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (34.2) ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด (36.3%) และปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) (27.2%) มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ CLEAN

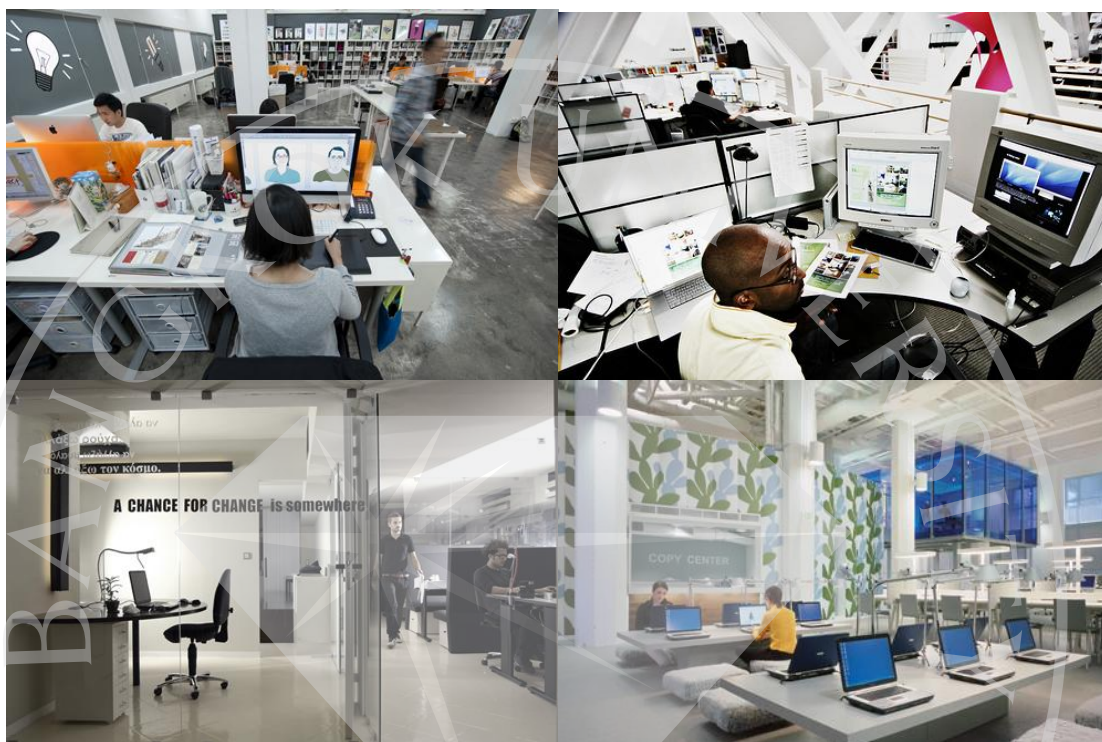
ภาพที่ 5.12: แสดงความต้องการด้านบรรยากาศส่วนทำงานแบบ CLEAN



ที่มา: *Nuno Sampaio Architects Office Portugal*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=249.

ด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบรูปแบบของพื้นที่ส่วนทำงานแบบพื้นที่กลุ่ม (Team space) ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง (26.6%) และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (23.1%) อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ (24.2%) มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบพื้นที่เป็นคอกส่วนตัว (Cubicle) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างาน (19.8%) อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง (23.1%) มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบห้องส่วนตัว (Private office) และกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ (12.3%) มีความต้องการของรูปแบบในพื้นที่ส่วนทำงานแบบ Touch down

ภาพที่ 5.13: แสดงความต้องการด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนทำงานแบบพื้นที่กลุ่ม (Team Space) แบบพื้นที่คอกส่วนตัว (Cubicle) แบบห้องทำงานส่วนตัว (Private Office) และแบบ Touch Down



ที่มา: *Office Design Gallery*. (n.d.) Retrieved October 11, 2011, from <http://www.officedesigngallery.com/default.asp>.

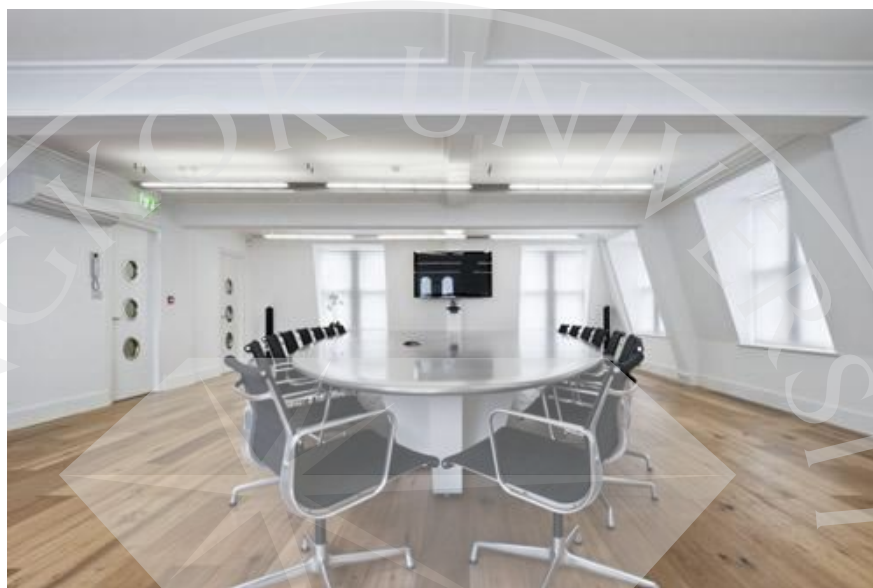
3.3 พื้นที่ส่วนประชุม (Meeting Spaces)

การศึกษาความต้องการด้านกิจกรรมของผู้ใช้งาน ในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า ด้านภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบภาพบรรยากาศภาพ CLEAN ซึ่งมีเหตุผลในการเลือกภาพบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม ดังกล่าวเพราะความเรียบง่าย เหมาะกับลักษณะองค์กร และสบายตา

ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย (33.3%) ที่ทำงานอยู่ในบริษัท เกี่ยวกับการออกแบบ (48.1%) และบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง (43.1%) ปฏิบัติงานตามเวลาทำงาน (09.00 – 18.00 น.) (32.0%) มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพ COOL นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 - 40,000 บาท (30.6%) และทำงานอยู่ในบริษัท

เกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ มีความชอบบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุมภาพ COLOURFUL

ภาพที่ 5.14: แสดงความต้องการด้านบรรยากาศโดยรวม ด้านการใช้วัสดุของพื้นที่ส่วนทำงาน แบบ CLEAN และด้านการใช้แสงขาว



ที่มา: *Dentsu London*. (2010). Retrieved October 11, 2011, from

http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=200.

ด้านการใช้แสงของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการใช้แสงสีขาว ในภาพบรรยากาศ CLEAN ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบ มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมภาพที่ 2 แสงเหลือง นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด (40.0%) อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง (38.5%) และธุรกิจเกี่ยวกับการออกแบบ (35.2%) ปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ (42.5%) มีความชอบของแสงในพื้นที่ส่วนประชุมเป็นแสงธรรมชาติแบบในบรรยากาศ COOL

ภาพที่ 5.15: แสดงความต้องการในการใช้แสงธรรมชาติบรรยากาศ COOL



ที่มา: *Splash Productions Office Singapore*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=226.

ด้านการใช้วัสดุโดยรวมของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการใช้วัสดุในบรรยากาศ CLEAN ซึ่งเน้นสีขาว วัสดุเป็นไม้ ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย (34.5%) และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท (34.5%) การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (32.5%) อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง (48.7%) และปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ (35.6%) มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุมในบรรยากาศ COOL ที่เป็นปูนเปลือย กระดาษ ไม้ และเหล็ก นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับบริหารอาวุโส/บริหารสูงสุด (32.5%) มีความชอบของวัสดุในพื้นที่ส่วนประชุม ในบรรยากาศ COLOURFUL ที่เน้นให้รู้สึกสดใส ใช้วัสดุนานาวัสดุพลาสติกและสติ๊กเกอร์

ภาพที่ 5.16: แสดงความชอบในการใช้วัสดุส่วนประชุมในบรรยากาศ COLOURFUL



ที่มา: *BBC Worldwide office interior design*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from <http://sweetydesign.com/office-design/bbc-worldwide-office-interior-design>.

ด้านความต้องการจำนวนห้องในพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการมีห้องประชุมเพียง 1 ห้อง

ด้านการรองรับจำนวนคนในพื้นที่ห้องประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการห้องประชุมที่สามารถรองรับคนได้ 5 – 8 คน

ด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการห้องประชุมแบบเป็นห้องประชุม (Meeting Room) ที่เป็นสัดส่วน

ภาพที่ 5.17: แสดงความต้องการด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบห้องประชุม
(Meeting Room)



ที่มา: *Fascinating Meeting Room of Lego's Office*. (n.d.) Retrieved October 11, 2011, from <http://www.distroarchitecture.com/great-creative-artistic-and-full-inspiration-office-ideas-of-lego/facinating-meeting-room-of-legos-office-6>.

ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 30 ปี (34.4%) มีรายได้ 20,000 – 40,000 บาท (32.9%) การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (39.5%) ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ (32.9%) และปฏิบัติงานตามเวลาทำงานอิสระ (39.7%) ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบห้องระดมความคิด (Brainstorm Room)

ภาพที่ 5.18: แสดงความต้องการด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบห้องระดมความคิด
(Brainstorm Room)



ที่มา: *Google Stockholm Office*. (2009). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=188.

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่น้อยกว่า 10,000 – 20,000 บาท (9.4%) และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ (9.7%) ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบพื้นที่ประชุม (Meeting Space)

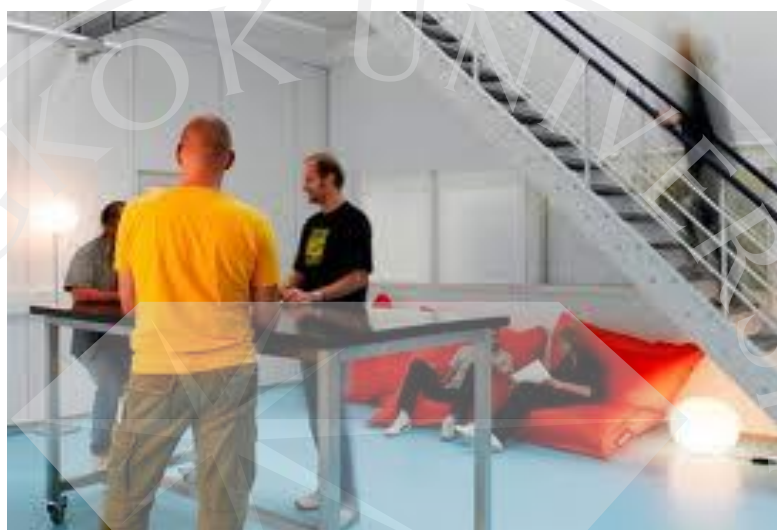
ภาพที่ 5.19: แสดงความต้องการด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบพื้นที่ประชุม
(Meeting space)



ที่มา: *Macquarie*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=194.

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้างาน (12.3%) และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบ (33.3%) ต้องการรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบจุดนัดพบ (Meeting Point)

ภาพที่ 5.20: แสดงความต้องการด้านรูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุมแบบจุดนัดพบ (Meeting Point)



ที่มา: Lego. (2007). Retrieved October 11, 2011, from

http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=122.

การศึกษาความต้องการด้านกิจกรรมของผู้ใช้งาน ในพื้นที่ส่วนสนับสนุน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการพื้นที่ถ่ายเอกสาร พื้นที่เก็บของ และพื้นที่เก็บเอกสารในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในส่วนพักผ่อน ห้องสมุดและส่วนเตรียมอาหาร กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการห้องเกมและลิ้นชักเกอร์ในระดับน้อย

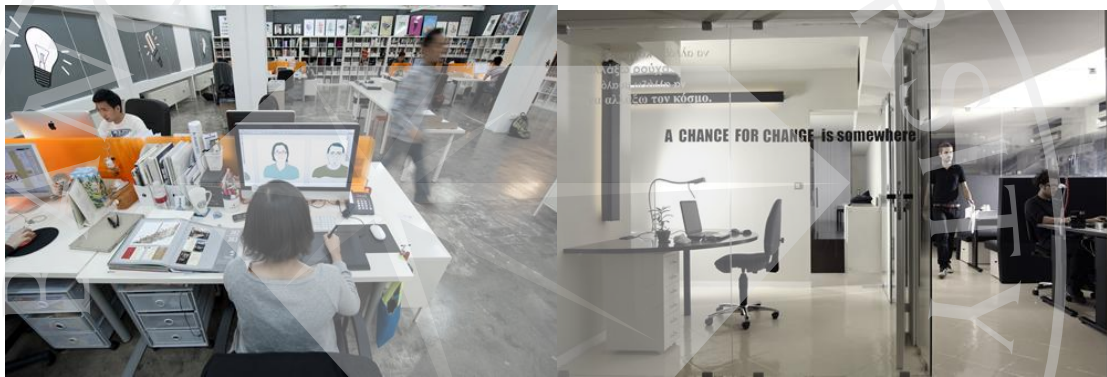
โสมออฟฟิศสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์

หลังจากการศึกษา ผู้วิจัยได้พบว่าบริษัทธุรกิจสร้างสรรค์เช่น บริษัทเกี่ยวกับการออกแบบและบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง มีผลการศึกษาหลายๆ ด้านที่แตกต่างจากบริษัทที่เกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้าและธุรกิจบริการ ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมผลการวิเคราะห์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

ทางด้านทำเลที่ตั้งกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบเลือกบริเวณสุขุมวิท-อโศก แต่กลุ่มทำงานบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงเลือกบริเวณรัชดา-ห้วยขวาง ซึ่งล้วนเป็นทำเลใจกลาง

พื้นที่ส่วนงานนั้น กลุ่มตัวอย่างบริษัททั้งสองประเภทชอบภาพบรรยากาศและการใช้วัสดุแบบ COOL มากที่สุด และมีความชอบในแสงธรรมชาติมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบถึงร้อยละ 85.2 ในด้านรูปแบบพื้นที่ส่วนงานกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบต้องการแบบพื้นที่กลุ่ม (Team Space) แต่กลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงเลือกแบบพื้นที่กลุ่ม (Team Space) และห้องส่วนตัว (Private Office) มาเป็นอันดับหนึ่งเท่ากัน

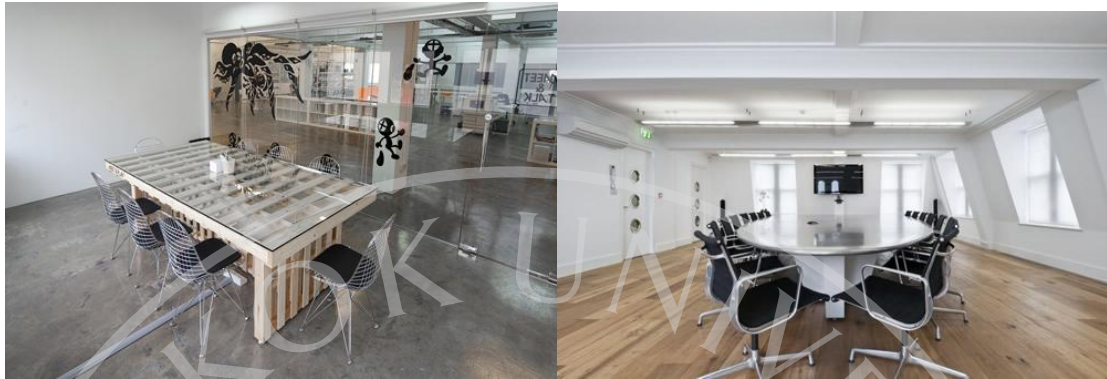
ภาพที่ 5.23: แสดงรูปแบบพื้นที่กลุ่ม (Team Space) และห้องส่วนตัว (Private Office)



ที่มา: *Office Design Gallery*. (n.d.) Retrieved October 11, 2011, from <http://www.officedesigngallery.com/default.asp>.

ด้านพื้นที่ส่วนประสมกลุ่มตัวอย่างธุรกิจทั้งสองประเภทเลือกภาพบรรยากาศแบบ COOL มากที่สุด ในด้านการใช้แสงในส่วนประสมนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงต้องการแสงธรรมชาติมาเป็นอันดับหนึ่ง แต่ในกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในบริษัทเกี่ยวกับการออกแบบเลือกแสงธรรมชาติและแสงขาวมาเป็นอันดับหนึ่งเท่ากัน ส่วนในด้านวัสดุกลุ่มธุรกิจบันเทิงเลือกการใช้วัสดุแบบ COOL แต่ในกลุ่มทำงานเกี่ยวกับออกแบบเลือกการใช้วัสดุแบบ CLEAN

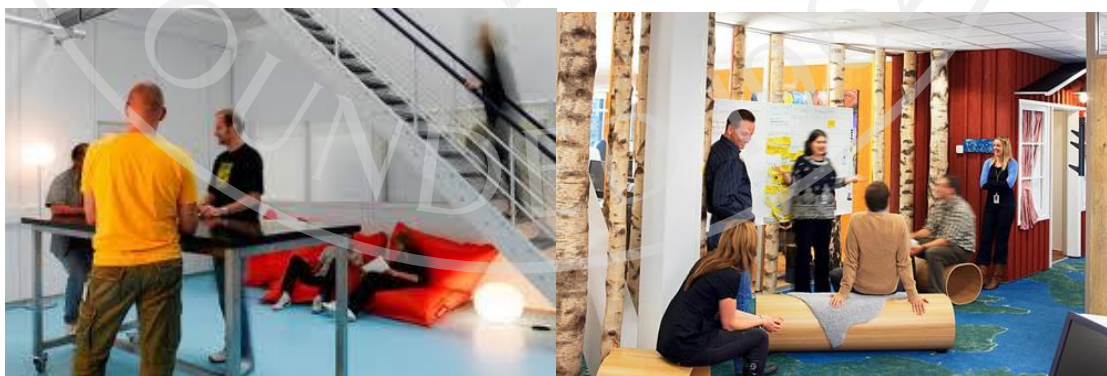
ภาพที่ 5.24: บรรยากาศและการใช้วัสดุแบบ COOL และ CLEAN ในส่วนประชุม



ที่มา: *Office Design Gallery*. (n.d.) Retrieved October 11, 2011, from <http://www.officedesigngallery.com/default.asp>.

ในด้านรูปแบบส่วนประชุมกลุ่มตัวอย่างทั้งสองประเภทต้องการแบบที่เป็นห้องประชุม (Meeting Room) ที่เป็นสัดส่วนมาเป็นอันดับหนึ่ง แต่รองลงมาในกลุ่มทำงานการออกแบบเลือกแบบจุดนัดพบ (Meeting Point) ส่วนกลุ่มทำงานบริษัทธุรกิจบันเทิงต้องการห้องระดมความคิด (Brainstorm Room)

ภาพที่ 5.25: รูปแบบพื้นที่ประชุมแบบจุดนัดพบ (Meeting Point) และห้องระดมความคิด (Brainstorm Room)



ที่มา: *Office Design Gallery*. (n.d.) Retrieved October 11, 2011, from <http://www.officedesigngallery.com/default.asp>.

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยผู้วิจัยเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ดังต่อไปนี้

1) ที่ตั้งของสำนักงาน ควรจัดตั้งอยู่บริเวณแถว ถนน สุขุมวิท – อโศก เพราะเป็นเขตพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก สามารถเดินทางได้ด้วยระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้า (BTS) และรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) รวมทั้งรถประจำทาง กลุ่มคนวัยเริ่มต้นทำงานจะชอบบริเวณดังกล่าว แต่กลุ่มธุรกิจทางด้านบันเทิงควรเลือกบริเวณรัชดา-ห้วยขวาง เนื่องจากเป็นบริเวณที่กลุ่มบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจด้านนี้เปิดทำการอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ถ้าในระดับผู้บริหารระดับสูงควรเลือกบริเวณพระราม 3 ที่สามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวได้สะดวกเพราะมีสะพานอุตสาหกรรม และรูปแบบของโฮมออฟฟิศควรเป็นลักษณะแบบทาวน์โฮม

2) รูปแบบของพื้นที่ส่วนต้อนรับ ควรมีการออกแบบให้มีพื้นที่สำหรับใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย สามารถรองรับคนที่มาติดต่อใช้ 3 – 4 คน มีความเรียบง่าย สะอาดตา มีการใช้แสงจากธรรมชาติเข้ามาช่วย มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร มาวางไว้เป็นสัดส่วนที่เหมาะสม ใช้รูปแบบเก้าอี้แบบมีพนักพิง เพื่อความสบายในการนั่งของผู้มาติดต่อ

3) รูปแบบของพื้นที่ส่วนทำงาน ควรมีการออกแบบโดยให้มีบรรยากาศของโฮมออฟฟิศที่แสดงถึงความสดชื่น โปร่งโล่ง ให้ความสบายด้วยแสงจากธรรมชาติ สามารถส่องผ่านได้ถึงภายในบริเวณสำนักงาน และมีการจัดที่นั่งแบบพื้นที่กลุ่ม (Team Space) ควรจัดให้มีห้องส่วนตัว (Private Office) ให้กับหัวหน้างาน และแบบ Touch Down ให้กับกลุ่มคนทำงานเวลาอิสระ

4) รูปแบบของพื้นที่ส่วนประชุม ควรมีการออกแบบห้องประชุมให้เป็นแบบ Meeting Room บรรยากาศภายในมีความโล่ง โปร่งสบาย และเน้นความเรียบง่าย มีการใช้สีขาวในการตกแต่งภายใน ภายในโฮมออฟฟิศควรมีห้องประชุมเพียง 1 ห้อง และสามารถที่จะรองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป

5) ควรจัดให้มีส่วนสนับสนุนเพิ่มเติมภายในโฮมออฟฟิศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อกระบวนการทำงาน ซึ่งได้แก่ พื้นที่ถ่ายเอกสาร พื้นที่เก็บเอกสารและพื้นที่เก็บของ

6) โฮมออฟฟิศน่าจะคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย และจะต้องมีการออกแบบให้เข้ากับภาพลักษณ์ของบริษัทมาเป็นอันดับแรก

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ผู้ศึกษาวิจัยขอเสนอให้ผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาทำการวิจัยเกี่ยวกับโฮมออฟฟิศในครั้งต่อไป ควรที่จะทำการเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง โดยเฉพาะการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการ

สัมภาษณ์เชิงลึกจากสำนักงานออกแบบสถาปัตยกรรมและออกแบบภายในให้มากขึ้น และทำการสำรวจในทุกส่วนของโฮมออฟฟิศอย่างละเอียดถี่ถ้วนมากกว่านี้ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น หรืออาจจะทำการวิจัยสำนักงานที่ประกอบธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง ที่อาจจะมีพื้นที่การใช้งานที่แตกต่างกันออกไป



บรรณานุกรม

- เกี่ยวกับบริษัท. (ม.ป.ป.) สืบค้น วันที่ 23 กรกฎาคม 2555, จาก
<http://www.townintown.com/company/>
 ความสุขแบบใหม่ในบ้านทำเลคุณภาพ เมอริททาวน์ บางนา เชื่อมทุกทิศกับชีวิตคนเมือง. (2553).
 สืบค้น วันที่ 23 กรกฎาคม 2555, จาก <http://www.ryt9.com/s/prg/891672>
 จันทน์ เพชรานนท์. (2542). การทำรายละเอียดประกอบ โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน.
 กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
 นันทน์ นิยมทรัพย์. (2545). การสร้างสภาพแวดล้อมภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน
 สำหรับสำนักงานธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศยุคใหม่ในกรุงเทพมหานคร (รายงาน
 ผลการวิจัย). คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 แผนที่. (ม.ป.ป.) สืบค้น วันที่ 23 กรกฎาคม 2553, จาก <http://maps.google.com/>
 เพ็ญศรี ฉันทรวงศ์. (2528). แนวทางการเปลี่ยนแปลงของตึกแถวในกรุงเทพมหานคร.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2537). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการ
 ออกแบบและวางแผน (1,000 เล่ม) (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 วิษณุ นิ่มปีดิวัน. (2533, ตุลาคม). ตึกแถว Hi-class หมากรั้วใหม่ของธุรกิจเรียลเอสเตท. คู่แข่ง, 33,
 92-98.
 สมพงษ์ กิตติสรุฑข. (2535). รูปแบบการพัฒนาบ้านกึ่งสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ (2544). *ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2544.*
 สืบค้น วันที่ 21 สิงหาคม 2551, จาก <http://www.asa.or.th/>.
 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). *SMEs กับความผันผวนของ*
เศรษฐกิจครึ่งปีหลัง 2553. สืบค้น วันที่ 7 ธันวาคม 2553, จาก
<http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb-bf2e-464e-97e5-440321040570&ID=858>.
 AOL OFFICE BY STUDIO 0+A. (2011). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=247.
 BBC Worldwide office interior design. (2011). Retrieved October 11, 2011, from
<http://sweetydesign.com/office-design/bbc-worldwide-office-interior-design>.

- Becker, Franlin D. (1975). *Design for Living : The Residence's View of Multifamily Housing New York*. New York, USA: Cornel University.
- Cadbury. (n.d.) Retrieved October 11, 2011, from
http://www.moreysmith.com/projects/corporate_06.html.
- Cerver, F. A. (1998). *Extraordinary Offices*. New York, USA: Arco Publishers.
- Colour Temperatures. (n.d.) Retrieved October 11, 2011, from
<http://lightingmatters.com.au/blog/led-lightcolour-temperatures/#.UBEkQGEe5mk>.
- Dentsu London. (2010). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=200.
- Department of Financial and Accountancy Nongkhai Campus Khonkhan University. (2008). *Personal Finance*. สืบค้น วันที่ 10 กันยายน 2551, จาก
<http://web.nkc.kku.ac.th/961205/advice.htm>.
- Duffy, F. (1997). *The New Office*. England: Conran Octopus.
- Fascinating Meeting Room of Lego's Office. (n.d.) Retrieved October 11, 2011, from
<http://www.distroarchitecture.com/great-creative-artistic-and-full-inspiration-office-ideas-of-lego/facinating-meeting-room-of-legos-office-6>.
- Fitch, J. M. (1970). *Experiential Bases for Aesthetic Decision* (In H.M. Proshansky, W.H. Ittelson, and L.G. Rivlin (eds.), *Environmental Psychology: Man and His Physical Setting*). New York, USA: Holt, Rinehart & Winston.
- Google Stockholm Office. (2009). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=188.
- Huskins, D. (1998). *Workplaces and Workspaces: Office Designs That Work*. USA: Rockport.
- icrete office picture by fka architects design. (2011). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=258.
- Inspiring Home Office Design Trend. (2009). Retrieved March 5, 2010, from
<http://www.entrepreneur.com/article/199983>.
- Interior Siam. (2007). *Home Office จัดให้ดี เดี่ยวมีปัญหา!!!*. สืบค้น วันที่ 10 กันยายน 2551, จาก
<http://www.interiorsiam.com/2007/12/25/home-office-zoning-management/>.
- Lego. (2007). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=122.

- Macquarie*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=194.
- Mays, V. (1999). *Offices & Workplaces: Portfolio of 43 Designers*. USA: Rockport.
- Meedee. (2009). *AP ลุยเปิดเบรนต์ใหม่ BIZTOWN* เล็งเจาะตลาดธุรกิจด้วยโฮมออฟฟิศแนวคิดใหม่. สืบค้น วันที่ 25 ตุลาคม 2553, จาก
<http://www.meedee.net/magazine/home/home-for-you/122>.
- Modern Office Interior with Dynamic Reception Area Design 2*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from <http://interiormagz.com/interior/office-designs/modern-office-interior-with-dynamic-reception-area-design/attachment/modern-office-interior-with-dynamic-reception-area-design-2/>.
- Myerson, J. & Ross, P. (1999). *Creative Office*. England: Laurence King.
- Nuno Sampaio Architects Office Portugal*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=249.
- Office Design Gallery*. (n.d.) Retrieved October 11, 2011, from
<http://www.officedesigngallery.com/default.asp>.
- Raymond, S. & Cunliffe, R. (1997). *Tomorrow's Office*. England: E & FN Spon.
- Red Bull Australia Head Quarters*. (2010). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=215.
- Renkmobil Software Inc Office*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=234.
- Splash Productions Office Singapore*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=226.
- Substance Studio Office Design*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=253.
- Upperkut Office Montreal*. (2011). Retrieved October 11, 2011, from
http://www.officedesigngallery.com/template_permalink.asp?id=245.



แบบสอบถามประกอบการวิจัยเรื่อง
 “สภาพแวดล้อมทางกายภาพในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน”

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ

ชาย หญิง

1.2 อายุ

น้อยกว่า 20 ปี 20-25 ปี
 26-30 ปี 31-35 ปี
 36-40 ปี 41-45 ปี
 46-50 ปี 51-55 ปี
 56-60 ปี มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

1.3 รายได้

น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000 – 15,000 บาท
 15,000 – 20,000 บาท 20,000 – 25,000 บาท
 25,000 – 30,000 บาท 30,000 – 35,000 บาท
 35,000 – 40,000 บาท มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

1.4 การศึกษา

ต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษา
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

1.5 ระดับตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ระดับเจ้าหน้าที่ ระดับกลาง / หัวหน้างาน
 ระดับบริหาร / ระดับอาวุโส ระดับบริหารสูงสุด

1.6 บริษัทที่ท่านทำงานอยู่เป็นประกอบธุรกิจประเภทใด

- บริษัทเกี่ยวกับออกแบบ
- บริษัทเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี
- บริษัทเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง
- บริษัทเกี่ยวกับแนะแนวศึกษาต่อ บริษัททัวร์ ขายตั๋วต่างๆ จัดหางานและส่งแรงงานไปต่างประเทศ
- บริษัทเกี่ยวกับธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการ
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

1.7 บริษัทที่ท่านทำงานอยู่มีพนักงานกี่คน

- 1-5 คน
- 6-10 คน
- 11-15 คน
- 15-20 คน
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.8 ลักษณะเวลาทำงาน

- ตามเวลาทำงาน (9.00-18.00 น.)
- นอกเวลาทำงาน
- เวลาทำงานอิสระ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ความต้องการในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

2.1 ท่านคิดว่าทำเลใดเหมาะสำหรับทำโฮมออฟฟิศ

- รัชวิภา
- ศรีนครินทร์-พัฒนาการ
- ลาดพร้าว-โชคชัย4
- พระราม9-รามคำแหง
- เกษตรนวมินทร์
- ปิ่นเกล้า-พระราม5
- รัชดา-ห้วยขวาง
- พหลโยธิน-อารี
- พระราม3
- สาทร-ตากสิน
- อ่อนนุช-วงแหวน
- พญาไท-ปทุมวัน
- สุขุมวิท-อโศก
- รัตนาธิเบศร์-แคราย
- ท่าพระ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.2 ท่านคิดว่าโฮมออฟฟิศควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกในลักษณะใด (เรียงลำดับ 3 ข้อ)

- ___ การเดินทางสะดวกสบายเข้าออกได้หลายเส้นทาง
- ___ มีรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดินผ่าน
- ___ ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า
- ___ ใกล้สวนสาธารณะ สงบ ร่มรื่น
- ___ ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล สถานที่ราชการ
- ___ ติดถนนใหญ่
- ___ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.3 ท่านคิดว่าควรสร้างโฮมออฟฟิศให้อยู่ในรูปแบบใด

- บ้านเดี่ยว ตึกแถวอาคารพาณิชย์
 อาคารสำนักงานเฉพาะ ทาวน์โฮม

2.4 ท่านคิดว่าโฮมออฟฟิศควรใช้ประโยชน์ด้านใดเป็นหลัก

- เพื่อทำงานเป็นหลัก
 เพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.5 พื้นที่การใช้งานสำหรับโฮมออฟฟิศดังต่อไปนี้ ท่านคิดว่ามีความต้องการใช้พื้นที่ใดบ้าง

พื้นที่การใช้งาน	ต้องการ	ไม่ ต้องการ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ส่วนรับแขก (Reception area) ▪ ส่วนทำงาน (Working area) ▪ ห้องประชุมทางการ (Meeting room) ▪ ส่วนพบปะประชุมแบบไม่ทางการ (Meeting points) ▪ ส่วนเตรียมอาหารและห้องครัว (Pantry) ▪ ห้องนอน (Bedroom) ▪ ห้องอาบน้ำ (Bathroom) ▪ ส่วนพักผ่อนภายในอาคาร (Refreshing points) ▪ ส่วนแสดงสินค้า (showroom) ▪ ห้องปฏิบัติการและห้องฝึกอบรม (work shop) ▪ ห้องสมุด (Libraries) ▪ ศูนย์ทำเอกสารต่างๆ (Paper Processing Centre) ▪ ห้องเก็บเอกสารสำคัญ (File Storage) ▪ ห้องเก็บของ (Store room) ▪ ห้องปฐมพยาบาล ▪ พื้นที่เล่นกีฬากลางแจ้ง (โปรดระบุ)..... ▪ ฟิตเนส ▪ ที่จอดรถส่วนกลาง ▪ ลานอเนกประสงค์และสวน ▪ กล้องวงจรปิด (CCTV) ▪ Magnetic Card ▪ ระบบรักษาความปลอดภัย (Security Guard) 		

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ความต้องการด้านกิจกรรมของผู้ใช้งาน

พื้นที่ส่วนต้อนรับ (Reception)

3.1 ท่านคิดว่าบริษัทของท่านต้องการส่วนต้อนรับลักษณะใด

- ใช้ติดต่ออย่างเดียว
- ใช้ติดต่อและมีส่วนนั่งคอย

(1.) COOL



3.2 จำนวนคนที่ท่านคิดว่าต้องการรองรับ

- ไม่จำเป็นต้องมีที่นั่ง
- 1-2 คน
- 3-4 คน
- 5 คนขึ้นไป

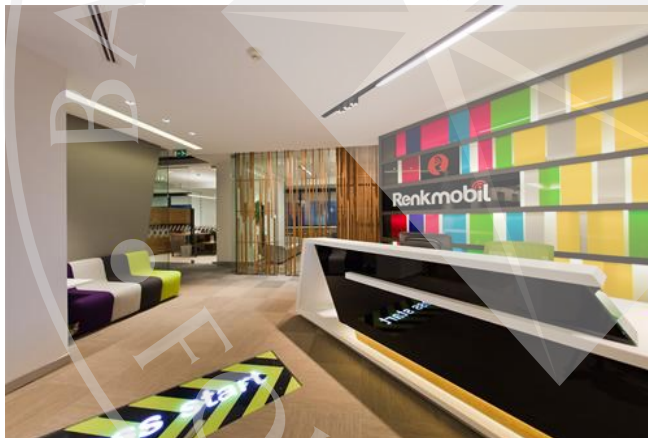
3.3 จากภาพท่านชอบบรรยากาศโดยรวมของภาพใดมากที่สุด

- ภาพที่ 1
- ภาพที่ 2
- ภาพที่ 3

3.4 จากข้อ 3.3 ท่านเลือกด้วยเหตุผลใดเป็นอันดับแรก

- สะอาด
- เรียบง่าย
- อบอุ่น
- สดใส
- สบายตา
- หุรรุหา
- สนุก
- เหมาะกับลักษณะองค์กร
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

(2.) COLOURFUL



3.5 ท่านชอบแสงของภาพใดมากที่สุด

- ภาพที่ 1 แสงเหลือง
- ภาพที่ 2 แสงขาว
- ภาพที่ 3 แสงธรรมชาติ

3.6 ท่านชอบการใช้วัสดุโดยรวมของภาพใดมากที่สุด พร้อมระบุเหตุผล

- ภาพที่ 1
- ภาพที่ 2.....
- ภาพที่ 3.....

3.) CLEAN

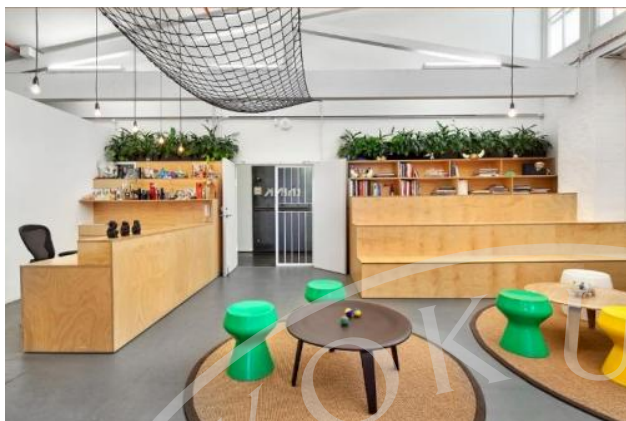


3.7 ท่านคิดว่าในส่วนต้อนรับควรมีสิ่งใดเพิ่มเติมบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
- อินเทอร์เน็ตไร้สาย
- สื่อสิ่งพิมพ์หรือผลงานของบริษัท
- ดนตรี หรือ มัลติมีเดีย
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3.8 ท่านชอบชุดเก้าอี้รับรองรูปแบบใด

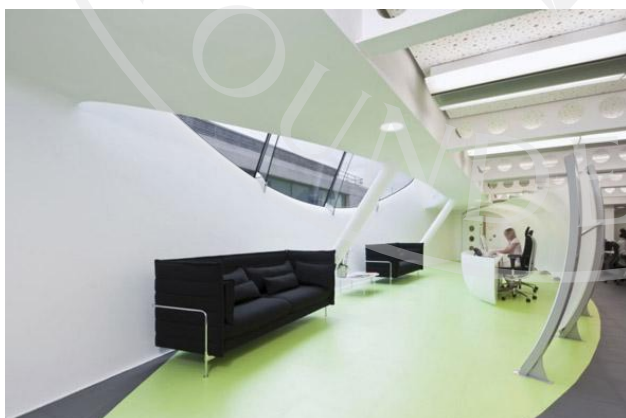
o เก้าอี้ไม่มีพนักพิง



o เก้าอี้มีพนักพิง



o โซฟา



o อื่นๆ (โปรดระบุ).....

พื้นที่ส่วนทำงาน (Work Spaces)

1.) COOL



2.) COLOURFUL



3.) CLEAN



3.9 จากภาพท่านชอบบรรยากาศโดยรวมของภาพใดมากที่สุด

- ภาพที่ 1 ภาพที่ 2 ภาพที่ 3

3.10 จากข้อ 3.9 ท่านเลือกด้วยเหตุผลใดเป็นอันดับแรก

- สะอาด เรียบง่าย อบอุ่น
 สดใส สบายตา หรรษา
 สนุก เหมาะกับลักษณะองค์กร
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3.11 ท่านชอบแสงของภาพใดมากที่สุด

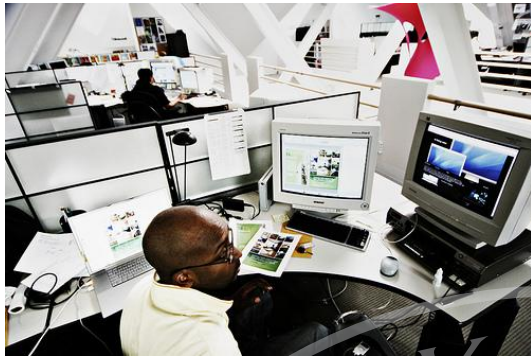
- ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ
 ภาพที่ 2 แสงเหลือง
 ภาพที่ 3 แสงขาว

3.12 ท่านชอบการใช้วัสดุโดยรวมของภาพใดมากที่สุด พร้อมระบุเหตุผล

- ภาพที่ 1
 ภาพที่ 2.....
 ภาพที่ 3.....

3.13 ท่านคิดว่าพื้นที่ส่วนงานควรมีรูปแบบอย่างไรมากที่สุด

○ แบบ A) พื้นที่เป็นคอกส่วนตัว (Cubicle)



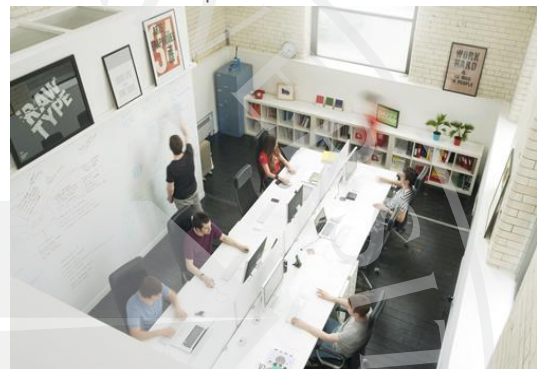
○ แบบ B) ใช้พื้นที่ร่วมกัน (Shared office)



○ แบบ C) พื้นที่เปิด (Open office)



○ แบบ D) ห้องกลุ่ม (Team room)



○ แบบ E) พื้นที่กลุ่ม (Team space)



○ แบบ F) Touch down



○ แบบ G) ห้องส่วนตัว (Private office)



○ แบบ H) อื่นๆ (โปรดระบุ)

.....

.....

พื้นที่ส่วนประชุม (Meeting Spaces)

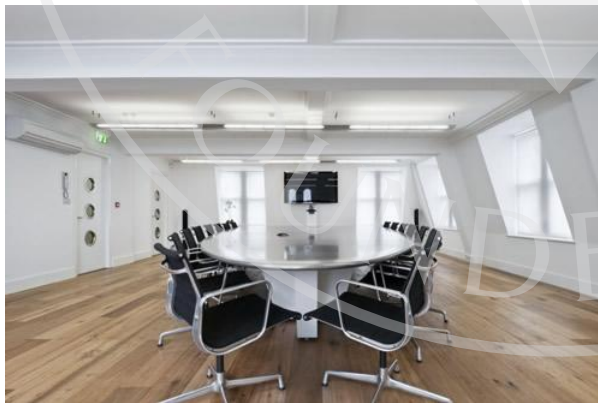
1.) COOL



2.) COLOURFUL



3.) CLEAN



3.14 จากภาพท่านชอบบรรยากาศโดยรวมของภาพใดมากที่สุด

ภาพที่ 1 ภาพที่ 2 ภาพที่ 3

3.15 จากข้อ 3.14 ท่านเลือกด้วยเหตุผลใดเป็นอันดับแรก

สะอาด เรียบง่าย อบอุ่น

สดใส สบายตา หรรษา

สนุก เหมาะกับลักษณะองค์กร

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3.16 ท่านชอบแสงของภาพใดมากที่สุด

ภาพที่ 1 แสงธรรมชาติ

ภาพที่ 2 แสงเหลือง

ภาพที่ 3 แสงขาว

3.17 ท่านชอบการใช้วัสดุโดยรวมของภาพใดมากที่สุด พร้อมระบุเหตุผล

ภาพที่ 1

ภาพที่ 2.....

ภาพที่ 3.....

3.18 ท่านต้องการพื้นที่ประชุมจำนวนเท่าใด

1 ห้อง 2 ห้อง 3 ห้อง

3.19 ท่านคิดว่าห้องประชุมต้องรองรับคนได้เท่าใด

2 – 4 คน 5 – 8 คน 8 คนขึ้นไป

3.20 ท่านคิดว่าส่วนประชุมควรมีลักษณะอย่างไรมากที่สุด

O แบบ A) ห้องประชุม (Meeting Room)



O แบบ B) ห้องระดมความคิด (Brainstorm Room)



O แบบ C) พื้นที่ประชุม (Meeting Space)



O แบบ D) จุดนัดพบ (Meeting Point)



ส่วนสนับสนุน (Support Spaces)

3.21 ท่านคิดว่าในบริษัทต้องการส่วนสนับสนุนใดบ้าง

พื้นที่ถ่ายเอกสาร (Print and Copy Area)

ไม่ต้องการ ต้องการมากที่สุด



ส่วนพักผ่อน (Break Area)

ไม่ต้องการ ต้องการมากที่สุด



ห้องสมุด (Library)

ไม่ต้องการ ต้องการมากที่สุด



ห้องเกม (Game Room)

ไม่ต้องการ ต้องการมากที่สุด



ส่วนเตรียมอาหาร (Pantry)

ไม่ต้องการ ต้องการมากที่สุด



ลิ้นชักเกอร์

ไม่ต้องการ ต้องการมากที่สุด



พื้นที่เก็บของ (Storage Space)

ไม่ต้องการ ต้องการมากที่สุด



พื้นที่เก็บเอกสาร (Filing Space)

ไม่ต้องการ ต้องการมากที่สุด



ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....



ประวัติเจ้าของผลงาน

ชื่อ – นามสกุล	นิธิมา จงประเจิด
อีเมล	n.jongprajerd@gmail.com
ประวัติการศึกษา	ระดับปริญญาโท คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ระดับอนุปริญญา INTERIOR AND PRODUCT DESIGN CHANAPATANA INTERNATIONAL DESIGN INSTITUTE IN CO-OPERATION WITH ACCADEMIA ITALIANA ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย การศึกษานอกโรงเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสาขาน้ำผึ้ง ระดับประถมศึกษา โรงเรียนสมถวิล ระดับอนุบาล โรงเรียนสมถวิล

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นิตมา จงประเวศอยู่บ้านเลขที่...1221/3.....
ซอย..... ถนน สีปุมวิท..... ตำบล/แขวง...คลองตันเหนือ.....
อำเภอ/เขต.....วัฒนา..... จังหวัด.....กรุงเทพฯ..... รหัสไปรษณีย์.....10110.....
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว.....7506200716.....
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร...ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต... สาขาวิชา...การจัดการออกแบบภายใน... คณะ...บัณฑิตวิทยาลัย.....
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ.....สภาพแวดล้อมทางกายภาพในโชมจอฟฟิศ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรม.....
.....ของผูู้้งาน.....

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร.....ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า "สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่
มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ คัดแปลง
เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้
ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน
หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือ
โฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความ
เสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นิธิมา จงประเจิด)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดตัญจวิ
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุด)

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิวพร หวังพัฒนวงศ์)
กมลบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(จันทนา งามวงษ์)

